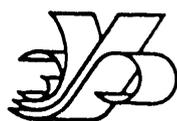


САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИЗВЕСТИЯ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Периодический научный журнал

№ 6 (126)



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2020

Главный редактор
д-р экон. наук, проф. *И.А. Максимцев*

Заместители главного редактора:
д-р экон. наук, проф. *Е.А. Горбашко*, д-р экон. наук, проф. *В.А. Плотников*

Члены редакционной коллегии:
д-р филол. наук, проф. *О.В. Александрова*, д-р экон. наук, проф. *И.И. Антонова*,
д-р экон. наук, проф. *А.В. Бабкин*, д-р экон. наук, проф. *Г.Л. Багиев*, д-р экон. наук, проф. *В.Я. Белобрагин*,
д-р экон. наук, проф. *О.С. Белокрылова*, д-р экон. наук, проф. *Ю.В. Вертакова*,
д-р философ. наук, проф. *З.Т. Голенкова*, член-корр. РАН, д-р экон. наук, проф. *И.И. Елисеева*,
д-р социол. наук, проф. *Н.Л. Захаров*, д-р экон. наук, проф. *А.Е. Карлик*,
д-р экон. наук, проф. *Е.А. Мальшев*, д-р экон. наук, проф. *Д.Ю. Миропольский*,
д-р экон. наук, проф. *Л.А. Миэринь*, д-р филол. наук, проф. *Г.Г. Молчанова*,
академик РАН, д-р экон. наук, проф. *В.В. Окрепилов*, д-р экон. наук, проф. *А.Н. Петров*,
д-р экон. наук, проф. *А.В. Полянин*, д-р социол. наук, проф. *Н.А. Пруель*,
д-р геогр. наук, проф. *В.А. Разумовский*, д-р филол. наук, проф. *И.Б. Руберт*,
д-р экон. наук, проф. *Т.А. Салимова*, д-р социол. наук, проф. *В.И. Сигов*,
д-р филол. наук, проф. *Т.П. Третьякова*, академик РАН, д-р экон. наук, проф. *В.И. Трухачев*,
д-р филол. наук, проф. *В.Е. Чернявская*, д-р филол. наук, проф. *В.А. Ямшианова*

Журнал входит в перечень изданий, публикации в которых учитываются Высшей аттестационной комиссией (ВАК) Министерства образования и науки Российской Федерации при защите диссертаций на соискание ученых степеней кандидата и доктора наук.

До 2013 года научный журнал «Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета» издавался под названием «Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов».

С 2014 года название журнала изменено в связи с реорганизацией университета-учредителя. Преемственность выпуска и редакционной политики сохранены. Изменения коснулись лишь наименования журнала.

Статьи журнала включаются в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), доступный в Интернете по адресу <http://www.elibrary.ru> (Научная электронная библиотека). РИНЦ – база данных, содержащая библиографическую информацию, извлеченную из текста статей, а также пристатейных ссылок (списков литературы).

Точка зрения редакции может не совпадать с мнениями авторов статей.

Ответственность за достоверность приводимых статистических данных, фактов, ссылок на источники несут авторы статей. При перепечатке материалов ссылка на «Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета» обязательна.

Все публикуемые в журнале материалы проходят обязательное рецензирование. В публикации автору может быть отказано в случае отрицательной рецензии либо несоответствия материала профилю издания, что определяется отсутствием экспертов в предметной области статьи в составе рецензентов. В переписку с авторами отклоненных рукописей редакция не вступает, присланные материалы не возвращаются.

Подписные индексы по каталогу агентства «Роспечать» – **15395** и **37154**.
Условия подписки приведены на последней странице журнала.

Учредитель издания – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».
Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-57287.

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ И ФИЛОСОФИЯ ХОЗЯЙСТВА

| | |
|--|---|
| Карлик А.Е., Платонов В.В., Тихонова М.В., Павлова О.С. Межфирменная кооперация как фактор промышленного развития в информационно-сетевой экономике | 7 |
|--|---|

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ПРОЦЕССЫ

| | |
|---|----|
| Уржумцева Т.Б., Гао Линьань. Развитие индустрии гидов-переводчиков в Китае за 70 лет: итоги, перспективы, проблемы (часть 1) | 15 |
|---|----|

ФИНАНСОВЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ

| | |
|---|----|
| Вылкова Е.С., Тарасевич А.Л. Опыт налогообложения доходов физических лиц в США для целей налоговых реформ в РФ | 24 |
| Коростелева А.М. О глубине несостоятельности: реальность и парадоксы банкротства | 32 |

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ

| | |
|--|----|
| Макарова И.В., Лепеш Г.В., Угольников О.Д. Промышленная политика индустриально развитых регионов РФ: новая реальность | 42 |
| Князьнедин Р.А. Особенности промышленной политики, реализуемой в оборонно-промышленном комплексе | 48 |
| Галкин Д.Г. Географические указания как инструмент развития производства экологически чистого продовольствия | 55 |

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ И ОТРАСЛЕЙ

| | |
|---|----|
| Корелин В.В., Новоцацкий С.С., Карабекова А.А. Конкуренция как фактор развития российского электроэнергетического рынка | 61 |
| Драгунс В., Эпштейн М.З. Особенности формирования конкурентной стратегии контрактных исследовательских организаций | 65 |
| Романенко Е.В., Ялунер Е.В. Особенности пространственного развития малого предпринимательства в условиях инновационной экономики | 72 |

МЕТОДОЛОГИЯ И ИНСТРУМЕНТАРИЙ УПРАВЛЕНИЯ

| | |
|---|----|
| Садриев А.Р., Маъруфи М., Камаев Б.Н. Сетевая кооперация при создании новых технологических разработок | 78 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| Воронова О.В., Ильин И.В., Харева В.А. Разработка архитектурной модели бизнес-сервисов системы взаимодействия с потребителями сетевых торговых компаний..... | 86 |
| Романова Г.М., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В., Симонян Р.А. Туристская технологическая платформа как инструмент развития туристской сферы..... | 93 |
| Клементовичус Я.Я., Моргун Н.В., Сараханова Н.С., Фролков А.И. Организационные модели удовлетворения потребности в трудовых ресурсах ПАО «Газпром» | 99 |

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ

| | |
|--|-----|
| Николаев Н.А. Концептуальная модель персонифицированного управления как основа повышения конкурентоспособности персонала..... | 108 |
| Сокиркин Д.Н. Социология управления М. Вебера как основа немецкой концепции менеджмента | 118 |
| Трифорова Н.В., Королев А.С., Хутиева Е.С. Переосмысление высшего образования: текущие проблемы и практики обучающих форматов | 122 |

ПРОБЛЕМЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ И ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

| | |
|--|-----|
| Степанов С.П. Процесс образования феминитивов как сфера борьбы за равенство полов | 129 |
|--|-----|

ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

| | |
|--|-----|
| Козьменко А.С. Пространственная организация коммуникаций при транспортировке арктической нефти на восток | 136 |
| Соболев Р.К. Великая депрессия XXI века. Как COVID-19 повлиял на рынок труда и социально-экономическое пространство в первой половине 2020 года | 142 |

CONTENTS

THEORY AND PHILOSOPHY OF ECONOMY

| | |
|---|---|
| Karlik A.E., Platonov V.V., Tikhonova M.V., Pavlova O.S. Inter-firm cooperation as a factor of industrial development in the network information economy | 7 |
|---|---|

GLOBALIZATION PROCESSES

| | |
|--|----|
| Urzhumtseva T.B., Gao Linan. Retrospect and prospect of the Chinese tour guides industry development in the past 70 years (part 1)..... | 15 |
|--|----|

FINANCIAL SECTOR OF ECONOMY

| | |
|---|----|
| Vylkova E.S., Tarasevich A.L. Experience in income taxation of individuals in the USA for the purposes of tax reform in the Russian Federation | 24 |
| Korosteleva A.M. On the depth of insolvency: the reality and paradoxes of bankruptcy | 32 |

STATE REGULATION OF ECONOMY

| | |
|---|----|
| Makarova I.V., Lepesh G.V., Ugolnikova O.D. Industrial policy of industrial developed regions of the Russian Federation: new reality | 42 |
| Knyaznedelin R.A. Specific features of the industrial policy implemented in the defense-industrial complex..... | 48 |
| Galkin D.G. Geographical indications as a tool for the development of ecologically clean food production | 55 |

ECONOMY OF ENTERPRISES, REGIONS AND BRANCHES

| | |
|--|----|
| Korelin V.V., Novodatskii S.S., Karabekova A.A. Competition as a factor in the development of the Russian electricity market..... | 61 |
| Draguns V., Epstein M.Z. Features of forming a competitive strategy for contract research organizations..... | 65 |
| Romanenko E.V., Yaluner E.V. Features of spatial development of small business in an innovative economy | 72 |

MANAGEMENT

| | |
|--|----|
| Sadriev A.R., Marufi M., Kamaev B.N. Network cooperation in the creation of new technological developments | 78 |
| Voronova O.V., Ilyin I.V., Khareva V.A. Development of the architecture model of the business services in the system of consumer interaction within the chain trading companies | 86 |

| | |
|---|----|
| Romanova G.M., Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V., Simonyan R.A. Tourist technological platform as a tool for the development of the tourist sphere | 93 |
| Klementovich I.I., Morgun N.V., Sarakhanova N.S., Frolkov A.I. Organizational models for meeting Gazprom labour needs | 99 |

SOCIOLOGICAL ASPECTS OF MANAGEMENT AND ECONOMY

| | |
|--|-----|
| Nikolaev N.A. Conceptual model of personal management as a basis for increasing the competitiveness of personnel..... | 108 |
| Sokirkin D.N. M. Weber's sociology of management as the basis of the german concept of management | 118 |
| Trifonova N.V., Korolev A.S., Khutieva E.S. Rethinking higher education: current problems and practices of learning formats..... | 122 |

PROBLEMS OF LINGUISTICS AND COMMUNICATIONS THEORY

| | |
|--|-----|
| Stepanov S.P. The process of the feminitives formation as a shpere of struggle for gender equality..... | 129 |
|--|-----|

YONG RESEARCHERS' WORKS

| | |
|--|-----|
| Kozmenko A.S. Spatial organization of communications during transportation of arctic oil to the east..... | 136 |
| Sobolev R.K. The great depression of the 21st century. How COVID-19 influenced the labor market and socio-economic space in the first half of 2020 | 142 |

ТЕОРИЯ И ФИЛОСОФИЯ ХОЗЯЙСТВА

Карлик А.Е., Платонов В.В., Тихонова М.В., Павлова О.С.

МЕЖФИРМЕННАЯ КООПЕРАЦИЯ КАК ФАКТОР ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ В ИНФОРМАЦИОННО-СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. Статья посвящена классификации новых форм межфирменного взаимодействия для их оценки как фактора повышения эффективности. Предложен вариант классификации межфирменной кооперации по отраслевому критерию и разработана классификация межфирменной кооперации по циклу создания новой ценности. Она способствует преодолению ограничения концепции цепочки ценности при классификации новых форм межфирменного взаимодействия в реальном секторе экономики. Описан новый вид динамических реконфигурируемых сетей.

Ключевые слова. Информационно-сетевая экономика, кооперационные сети, новые формы организации, многокритериальная классификация, промышленное развитие.

Karlik A.E., Platonov V.V., Tikhonova M.V., Pavlova O.S.

INTER-FIRM COOPERATION AS A FACTOR OF INDUSTRIAL DEVELOPMENT IN THE NETWORK INFORMATION ECONOMY

Abstract. The article deals with classification of new forms of inter-firm interaction as a factor of boosting the efficiency. A variant of the classification of the interfirm cooperation in accordance with the industry criterion is proposed and novel typology of interfirm cooperation according to the cycle of new value creation is developed. The latter helps to overcome the limitations of the value chain concept for classification of the new forms of interfirm interaction in the real sector of the economy. The paper introduces the new type of dynamic reconfigurable networks.

Keywords. Network information economy, cooperative networks, new forms of organization, classification, industrial development.

ГРНТИ 06.81.12

© Карлик А.Е., Платонов В.В., Тихонова М.В., Павлова О.С., 2020

Александр Евсеевич Карлик – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Владимир Владимирович Платонов – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Майя Владимировна Тихонова – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Оксана Сергеевна Павлова – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с авторами (Платонов В.В.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: +7 812 310-40-83. E-mail: vplatonov@inbox.ru.

Статья поступила в редакцию 20.10.2020.

Введение

Одной из наиболее интересных в научном и важных в прикладном плане тенденций, обусловленных принципиальным ростом возможностей информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), является повышение значения и изменение характера межфирменной кооперации. Ключевые производственные функции передаются на аутсорсинг, фирмы не только разделяют между собой производство, маркетинг и разработку новой продукции, но этот процесс является динамичным – фирмы постоянно реконструируют специализацию. Так, фирма-разработчик может передавать партнерам производство продукта, оставляя за собой функции сбыта и послепродажного обслуживания, а другой продукт, разработанный партнером, производить сама, но продавать под брендом третьей фирмы по кооперационной сети.

Изменяется характер конкуренции, которая превращается в так называемую «ко-конкуренцию» – сложную комбинацию конкуренции и кооперации. Например, компания Samsung, кажущаяся обывателю непримиримым конкурентом Apple, внедрила в производство экраны для iPhone, построенные по инновационной технологии Retina, разработанной самой фирмой Apple. Более того, речь шла не о сотрудничестве двух фирм, а о кооперационной сети. Так, другим производителем, привлечение которого обеспечило необходимый объем производства, стал крупный японский концерн Sharp [23].

Изменение характера межфирменной кооперации требует уточнения, а иногда и переосмысления наших подходов к ее пониманию в условиях новой экономической реалии. Традиционно, среди важнейших видов промышленной кооперации называли предметную – разделение производственных функций по изготовлению комплектующих и полуфабрикатов, а также технологическую – осуществление отдельных стадий единого процесса. Существовали обширные кооперационные связи, но они имели другую экономическую природу.

Целью данной статьи является рассмотрение новых моментов межфирменной производственной кооперации, которую можно определить как сотрудничество обособленных субъектов хозяйствования, позволяющее получить дополнительный синергетический эффект [2] в условиях информационно-сетевой экономики.

Методический подход к исследованию

Принцип классификации межфирменных сетей по рыночному критерию (выделению сетей на основе типизации рынков) Эйчрола и Котлера [10] содержит внутреннее противоречие: рыночная и сетевая организация – разные явления, наряду с третьей формой организации – иерархической (внутрифирменной). Как назвал свою работу о сетевой организации Уолтер Пауэл – «Ни рынок, ни иерархия» [20]. Для решения данной проблемы, применительно к новым формам промышленной кооперации, мы предложили два варианта классификации по различным критериям: первая – по отраслевому критерию (отраслевому охвату), вторая – по охвату этапов создания новой ценности.

Классификации межфирменной кооперации по отраслевому критерию

Результат классификации кооперационных сетей по отраслевому критерию наиболее близок к рыночной классификации, но позволяет решить ряд проблем, обусловленных главным противоречием этой классификации: нерыночный сетевой механизм классифицируется, исходя из рыночного критерия. Отраслевая классификация кооперационных сетей использует терминологию Industry Classification Benchmark (ICB) [15], согласно которой наиболее узким понятием является подсектор, затем следует сектор, более широкое понятие – суперсектор и наиболее широкое понятие – класс или отрасль, которому соответствуют две цифры отраслевой классификации как по ICB, так и по SIC и ОКВЭД.

В качестве исходного пункта мы взяли отраслевую классификацию, предложенную нами для изучения межотраслевой территориально-локализованной сети создания и использования ИКТ [4], доработав ее в соответствии с целью данной статьи и, где возможно, соотнеся ее с рыночной классификацией Эйчрола и Котлера:

1. Внутрифирменные сети. Этот вид полностью совпадает с рыночной классификацией и находится за пределами межфирменного взаимодействия. Пример – один из крупнейших производителей программного обеспечения SAP, большая часть операций которого, согласно SIC, относится к виду деятельности по производству стандартных пакетов программного обеспечения. Сюда же, в значительной части, относится крупноузловая (отверточная) сборка, обозначаемая аббревиатурой SKD.

2. Горизонтальные сети. Эти сети формируются внутри подсекторов между компаниями, осуществляющими одну и ту же деятельность. В нашем примере это – подсектор «Производство стандартных пакетов программного обеспечения» (код 7372 по SIC). К данной классификации относится межфирменное сотрудничество между конкурентами, получившее широкое распространение в новой экономике и обозначаемое неологизмом со-конкуренция. Например, SAP и Oracle будучи прямыми конкурентами, имеют длительную историю кооперационных связей, по выражению одного из руководителей компаний «будучи достаточно профессиональными, чтобы справиться с ко-конкуренцией» [22]. Хотя SKD, на межфирменном уровне, обычно осуществляется в диадах, она может осуществляться в сетях, наряду с более глубоким разделением труда. Примером горизонтальной межфирменной сети с ядром, находящимся в России, является СП «КАМАЗ-Даймлер» (подсектор «Производство грузовых автомобилей» – код ОКВЭД 29.10.4) [3]. Данное совместное предприятие создано крупнейшими российским и немецким производителями грузовых автомобилей, но это не диада, а кооперационная сеть, включающая ряд других производителей, например, японский Митсубиси [8].

3. Внутрисекторные сети. Они формируются внутри секторов, являясь исходным пунктом для вертикальной кооперации. Продолжая пример межотраслевой кооперационной сети создания и использования ИКТ, сеть сектора информационных технологий включает всех производителей программного обеспечения, обработки данных и других услуг, относящихся к компьютерам (код 737). Пример внутрисекторного сегмента сети СП «КАМАЗ-Даймлер» – производство для российского рынка автобусов фирмы Сетра (подсектор 29.10.3 производство автобусов и троллейбусов) [3].

4. Межсекторные сети. Они означают еще большую глубину вертикальной кооперации. Применительно к межотраслевой кооперационной сети ИКТ они объединяют фирмы сектора информационных технологий (737) и коммуникаций (48). Применительно к кооперационной сети в автомобилестроении Евроазиатского экономического сообщества (ЕАЭС), примером является кооперация между МАЗ (Минск) 29.10.4, Автодизелем (Ярославль) 29.10.1 – «Производство двигателей внутреннего сгорания автотранспортных средств», в которой длительное время участвовало ОАО «Гомсельмаш» (28.30.51 – «Производство зерноуборочных комбайнов») [1].

5. Межотраслевые сети. Это межфирменные сети в масштабах всей экономики. Традиционно они ассоциировались с конгломератами и сетями, основанными на неэкономических институтах (см. выше рыночную классификацию). В информационно-сетевой экономике они реализуют глубокую вертикальную кооперацию за пределы отрасли. Примеры – межотраслевые сети, ядром которых являются Apple, Google, Microsoft. Так как словосочетания типа «межклассовые кооперационные сети», «межклассовые связи» и так далее на русском языке искажали бы смысл, мы используем термин «межотраслевая сеть». Большой резонанс в России в сентябре 2020 года вызвала новость о формировании межотраслевой коллаборации между Яндексом, являющимся не только крупнейшей ИТ-компанией (63 – класс ОКВЭД «Деятельность в области информационных технологий»), но также конгломератом и ядром межотраслевой кооперационной сети (такси, розничная торговля и многое другое) с одной стороны, и, с другой стороны, банком Тинькофф (64.19 – «Денежное посредничество» и прочее) [9]. Если бы предполагаемый проект состоялся, то данная комплексная структура стала бы реальным конкурентом экосистемы Сбербанка, который также начал трансформацию в межотраслевой конгломерат.

Все приведенные выше сети следует отнести к вертикальной кооперации, выходящей за рамки промышленности, информационных технологий или финансов, на которых специализируется ядро компании. Они не вписываются в рыночную классификацию. В отличие от межотраслевой сети, включающей автомобилестроение (группу ГАЗ), ядром которой является холдинг «Базовый элемент» Олега Дерипаски. Это – пример межотраслевой сети, соответствующей классическому виду межрыночной сети согласно классификации Эйчрола и Котлера. Эта сеть охватывает компании из дальних отраслей, таких как автомобилестроение (29.1 ОКВЭД), производство алюминия (24.42), страхование (65.1), строительство (41.2), сельское хозяйство (01.1), вне вертикальной кооперации.

При использовании классификаторов отраслей следует учитывать, что механически выделять виды сетей, определяя границы подсекторов, секторов и отраслей, руководствуясь только разрядами классификации не следует, а надо руководствоваться экономическим смыслом. Иначе могут получиться абсурдные выводы. Например, при механическом использовании двухзначной разрядности

SIC, сектору коммуникаций (48) соответствовал бы не сектор информационных технологий (737), а сектор бизнес-услуг (73).

Отраслевая классификация предпочтительнее рыночной при изучении процессов горизонтального и вертикального комбинирования (кооперации/интеграции), а также при решении проблем, где требуется учет отраслевой дистанции при межфирменном взаимодействии [4]. Представленная выше отраслевая классификация строится на номинальной шкале отраслевых кодов (подробнее обсуждение проблемы использования номинальной шкалы в отраслевой классификации см. в [4]). Отраслевая классификация оказывается малоинформативной для разработки новых организационных форм, реализующих новые бизнес-модели. На эту задачу направлена представленная ниже классификация.

Классификация межфирменной кооперации по циклу создания новой ценности

Введение концепции «цикл создания новой ценности» потребовалось, так как концепции, основанные на цепочке ценности, не отвечают характеру межфирменной кооперации в условиях информационно-сетевой экономики. Рассмотрим ограничения имеющихся концепций. Классическое разделение звеньев цепочки ценности, по Портеру [18], не может использоваться в качестве критерия: (1) разработка новой технологии отнесена к вспомогательным функциям, (2) маркетинг оказывается в конце в составе выходной логистики (надо сбыть то, что произведено). Такая модель прекрасно описывает кооперацию в индустриальной экономике, господствовавшей на момент разработки концепции. В информационно-сетевой экономике она устарела.

Концепция «глобальной цепочки ценности» [13], выведенная Гарри Гереффи из предложенной им ранее «глобальной товарной цепочки, ориентированной на покупателя» [14], исправила данный недостаток, трактуя межфирменную кооперацию как процесс создания ценности для потребителя, проходящий через ряд последовательных этапов, где маркетинг, НИОКР вписываются как равноправные звенья. Но концепция «цепочка ценности» имеет принципиальное ограничение для системного взгляда на промышленную кооперацию: она предполагает, что фирма не самодостаточна, а специализируется только на определенных функциях в цепочке ценности [13]. Поэтому в нее вписываются не все типы сетей предлагаемой классификации. Так, динамические реконфигурируемые сети соответствуют концепции «системы ценности» Портера (их ядра представляют собой всесторонне развитые фирмы, способные выполнять комплекс хозяйственных функций) [13, 18, 19].

Подход к выделению этапов создания ценности, предложенный группой российских ученых, при исследовании места России в международном разделении труда, также не может быть использован для целей настоящего исследования. Исходным пунктом межфирменного взаимодействия принимается НИОКР, а не поиск возможности для извлечения ценности [7, с. 27], что не реалистично для ориентированной на спрос информационно-сетевой экономики. И, наконец, общее ограничение цепочки и системы ценности состоит в том, что они относятся к производству конкретного продукта, а предмет сетевого межфирменного взаимодействия глубже и шире.

Для преодоления указанных ограничений для классификации межфирменной кооперации мы предлагаем использовать не специализацию на производственных функциях по этапам цепочки ценности, а специализацию по циклу создания новой ценности (ЦСНЦ): поиск ценности (узко – маркетинг); разработка ценности (узко – НИОКР); производство ценности; поставка ценности (узко – сбыт); сохранение ценности (узко – послепродажное обслуживание); приумножение ценности (узко – производные инновации).

Этап сохранения ценности соответствует этапам послепродажного обслуживания и утилизации в цепочке ценности. Этап приумножения ценности относится к улучшающим инновациям, модификации и модернизации существующих продуктов. Если кооперационная сеть не создана под конкретный проект и, следовательно, не ограничена во времени, указанные этапы повторяются, поэтому речь следует вести именно о цикле создания новой ценности. Его отличие от инновационного цикла состоит не только в иной структуре, но, главное, в том, что он относится не к продукту/услуге/процессу, а к межфирменному взаимодействию.

ЦСНЦ построен по логике ресурсно-ориентированного исследования, по которой специализация звеньев (партнеров) сети объясняется наличием у них ключевых факторов стабильного конкурентного преимущества (КФСКИП). По этой логике, структура ЦСНЦ и специализация партнеров определяются ключевыми факторами КФСКИП. Наши исследования показали, что для нахождения детерминантов

специализации при сетевой кооперации в промышленности ключевую роль играют ресурсы, а организационные способности являются производными. Это позволяет построить классификацию в двух измерениях: по этапам ЦСНЦ и по ключевым ресурсам (см. табл.). Состав ключевых ресурсов для межфирменной кооперации выделен с использованием модифицированного навигатора интеллектуального капитала [6]. В него не включены второстепенные для кооперационных сетей ресурсы, а также тривиальные ресурсы – одинаково важные для любого этапа ЦСНЦ или межфирменной кооперации, в целом. Такие ресурсы не могут объяснять специализацию в ЦСНЦ.

Таблица

Классификация межфирменной кооперации по циклу создания новой ценности

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----------------------|-------|--------------------|-------------------|-------------------------|--------------------------------|
| | ЦСНЦ/ КФСКИ | Бренд | Клиентский капитал | Основные средства | Технологическое ноу-хау | Интеллектуальная собственность |
| А | Поиск ценности | X | X | | | |
| Б | Разработка ценности | | | | X | X |
| В | Производство ценности | | | X | X | |
| Г | Поставка ценности | X | X | | | |
| Д | Сохранение ценности | | X | | X | |
| Е | Приумножение ценности | | | | X | X |

В результате выделены следующие типы сетевой кооперации по циклу создания новой ценности:

0. Франчайзинговая сеть. Наиболее простой и традиционный тип производственной кооперации. Ядром сети является франчайзер, который передает младшим партнерам-франчайзи права на производство и сбыт на основе своей производственной и организационной технологии и своего бренда. В хозяйственную практику эта форма кооперации внедрена в конце 19 века, задолго до становления информационно-сетевой экономики, и новой сетевой формой не является.

1. Маркетинговая (сбытовая) кооперационная сеть. Ядро сети формирует фирма с сильным брендом и клиентским капиталом на планируемом рынке сбыта. Она специализируется на поиске и реализации новой рыночной возможности. Все функции по разработке и производству передаются ODM-партнерам по кооперации (англ. «первоначальным производителям изделия собственной разработки»). Так, по меньшей мере 85% всех ноутбуков в мире разрабатывается и производится тайваньскими компаниями, а продаются они под марками зарубежных брендов [16]. Будучи ответственной за сбыт, компания-ядро кооперации берет на себя послепродажное обслуживание: непосредственно или в кооперации с младшими сетевыми партнерами – дилерами. Такой сети соответствуют комбинации этапов и ключевых ресурсов А.1, А.2, Г.1 (см. табл.). В стратегическом плане, маркетинговые сети строго соответствуют позиционному подходу к стратегии. Типичной является ситуация, когда ядро маркетинговой сети находится в России, а производство – в Китае, или ядро находится в Москве, а производство передается на контрактной основе в регионы.

2. Техничко-маркетинговая кооперационная сеть [5]. Специализация компании ядра – поиск новой ценности и разработка продукта/услуги, реализующих данную ценность (так называемая «бесфабричная компания»). Производство, как и в предыдущем случае, передается на аутсорсинг OEM-партнерам (англ. «первоначальным производителям изделия»), которые, в отличие от ODM-партнеров, не занимаются конструкторскими разработками, производя продукцию согласно спецификациям. Такой сети соответствуют комбинации А.1, А.2, А.4, и/или А.5, Б.4, и/или Б.5, Г.2, Г.4. Для этой формы характерна передача производственных функций в страны Юго-Восточной Азии, что ведет к деиндустриализации стран ядра. Вместе с тем, в России все больше проявляется тенденция формирования маркетинговых и технико-маркетинговых сетей внутри страны. Появление OEM-производителей стало следствием популярности венчурных компаний в ИТ-индустрии со второй половины 1980-х годов. Изобретение данного организационного подхода позволило новым малым венчурным предприятиям разворачивать производство без осуществления дорогостоящих и длительных проектов по формированию собственной производственной базы. Интересно, что один из первых

прообразов технико-маркетинговых сетей сформировался в Советском Союзе, когда в крупнейших промышленных центрах, прежде всего, в Ленинграде, создавались, так называемые, заводы-лаборатории, а серийное производство передавалось на периферию. Эти внутрифирменные сети единой плановой экономики были лишь подобием современной межфирменной кооперации, имея сходство в той степени, в которой существовала экономическая обособленность предприятий. Также прообразы технико-маркетинговых сетей можно рассмотреть во внутрифирменном разделении труда в транснациональных корпорациях конца 1960-х – 1990-х годов, ряд из которых строился как суррогатные рынки капитала. В стратегическом плане, такая сеть может формироваться в результате применения как позиционного, так и ресурсно-ориентированного подхода.

3. Производственная сеть. В условиях информационно-сетевой экономики такие сети, где компания-ядро специализируется только на производстве, представляют исключение. Это те случаи, когда фирма, выступающая координатором (ядром) сети, обладает значительным преимуществом в издержках или важнейшим технологическим ноу-хау. Формирование производственной сети возможно только при реализации ресурсно-ориентированного подхода к стратегии (комбинации В.3, В.4, реже Д.4). Редкость таких сетей можно объяснить тем, что при наличии у организатора указанной комбинации ресурсов, более вероятно формирование технико-производственной сети или комплексной сети.

3. Техничко-производственная сеть, в дополнение к производственной, осуществляет не только производство, но и разработку новой ценности, прежде всего, НИОКР, добавляя комбинации Б.4, Б.5. Указанные сети могут формироваться не только при вертикальной кооперации, но и при горизонтальной кооперации.

4. Комплексная сеть включает все комбинации, указанные в таблице. Такие сети стали формироваться задолго до становления информационно-сетевой экономики, и их классическим примером является межфирменная сеть, в ядре которой находится японский автомобильный гигант Тойота. Особенности сетей данного типа – комплексность операций компании-ядра, относительная статичность и организационные механизмы, сформировавшиеся до революции в ИКТ, что предъявляет повышенные требования к системам управления, означая скорее не вертикальную кооперацию, а вертикальную интеграцию, а также наличие необходимой предпосылки – особой корпоративной культуры. Поэтому, несмотря на популярность «расширенной сети» Тойоты и успешную адаптацию отдельных систем TPS (производственной системы Тойоты), копирование механизма расширенной сети обычно наталкивалось на серьезные препятствия.

5. Динамическая реконфигурируемая сеть представляет собой комплексную сеть, звенья которой постоянно перегруппируются, как и состав партнеров, в зависимости от бизнес-модели, выпускаемой продукции, рынков сбыта и всей совокупности внутренних и внешних, по отношению к сети и участвующим фирмам, факторов. Это важнейшие кооперационные сети информационно-сетевой экономики. Они позволяют значительно повысить эффективность производственной деятельности, но могут обернуться деиндустриализацией целых стран и регионов. Динамические реконфигурируемые сети – уникальная особенность информационно-сетевой экономики из-за принципиального роста возможностей ИКТ. Эти возможности – повышение скорости, качества и снижение стоимости удаленных коммуникаций, информатизация производства, обеспечивающая внедрение гибких производственных технологий. Динамические реконфигурируемые сети обязательно должны быть многоядерными, причем ядрами являются крупные компании, обладающие диверсифицированным потенциалом и глобальным рыночным присутствием, что позволяет им менять специализацию в сети, в зависимости от контекста. К динамическим реконфигурируемым сетям относится приведенный во введении к этой публикации пример ко-конкурентной сети с участием Apple, Samsung и Sharp. Характерен следующий момент в данной кооперации: специализация на производстве экранов для iPhone последними двумя компаниями увязана с этапом жизненного цикла технологии Retina [23], это пример реконфигурирования по жизненному циклу продукта.

Обсуждение результатов и заключение

Кооперационные сети представляют собой системы повышенной степени сложности. Если технологическую систему промышленного предприятия рассматривать как систему первого уровня сложности, то предприятие, как организационно-экономическая система, переходит на следующий уровень сложности. На нем она включает людей, каждый из которых является более сложной системой,

чем производственная система. Кооперационная сеть является дальнейшим качественным усложнением, вовлекая многие предприятия и других стейкхолдеров.

В представленной статье мы предложили два подхода к классификации, так как, с учетом повышенной сложности (комплексности) предмета исследования, требуется многокритеральная классификация, а точнее – система классификаций по множественным классификационным признакам. Эйчрол [11] и впоследствии Эйчрол и Котлер [10] выделили формы сетевой организации, которые можно рассматривать как классификацию по рыночному критерию. Предложенная в статье отраслевая классификация делает избыточной классификацию сетей по этому критерию. Как справедливо отмечает Пауэлл [20, 21], сетевая организация не соотносится со структурой рынка, так же, как с ним нельзя соотносить внутрифирменные системы управления. Другое дело, что кооперационные сети находятся с внутрифирменной и рыночной организацией в противоречивом единстве, и взаимодействие этой триады – отдельный перспективный предмет для изучения.

Изложенные в статье классификации не учитывают особенности «коллабораций», особенность которых состоит в участии партнеров в конечном результате. Примером коллаборации являются государственно-частные партнерства. Это частный случай кооперационных сетей, учет особенностей которых находится за рамками предложенных здесь классификаций. В онтологическом плане кооперационные сети представляют собой эволюционный феномен, развивающийся с примитивного общества «снизу вверх» [17].

Как предмет экономической социологии, хозяйственные сети (бизнес-сети) рассматриваются, как самоорганизующиеся системы, в которых укоренено взаимодействие между участниками [20, 21]. «Укорененность» означает, что, в отличие от рыночного обмена, взаимодействие носит повторяющийся, долгосрочный характер и обеспечивается внеэкономическими институтами. Если вначале зарубежная теория отраслевой организации рассматривала межфирменную кооперацию как вид самоорганизации, то, с начала 1980-х годов первостепенное внимание стало уделяться сознательному формированию стратегических альянсов. Стратегические альянсы вписываются в концепцию ЦСНЦ как целенаправленно формируемая управленческими воздействиями сетевая кооперация, целями которой могут быть достижение экономии на масштабах, распределение риска, совместное использование материальных и нематериальных ресурсов партнеров [12]. При этом, учет ее отличительных особенностей также является предметом отдельных исследований.

Высшее, на сегодняшний день, развитие кооперационных сетей – внедрение расширенных производственных сетей, основанных на киберфизических системах. В расширенных киберфизических сетях машины и оборудование различных промышленных фирм непосредственно взаимодействуют между собой, вытесняя многие функции, выполнявшиеся людьми. Внедрение киберфизической инфраструктуры не только вытесняет человека, передавая его функции машинам (компьютерам), но и трансформирует ряд других функций людей по организации и управлению. Основное содержание такой трансформации состоит в развитии взаимодействия человека и машины и формировании киберсоциальных систем. Этот процесс еще слабо изучен и представляется авторам наиболее перспективным предметом будущих научных исследований в области сетевой кооперации в промышленности.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект 18-010-00971 «Исследование новых форм межфирменного взаимодействия и организации в реальном секторе в условиях информационно-сетевой экономики», и в рамках нефинансируемой инициативной научно-исследовательской работы СПбГЭУ «Методические проблемы развития предприятий стран ЕАЭС в информационно-сетевой экономике».

ЛИТЕРАТУРА

1. Беларусь исторически является одним из наиболее крупных промышленных партнеров Ярославской области. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.embassybel.ru/news/6b7a2f30ee8f.html> (дата обращения 25.09.2020).
2. Булатов А.Н. Институт промышленной кооперации в современной экономике // Региональная экономика: теория и практика. 2010. № 31 (166). С. 55-59.

3. Даймлер КАМАЗ Рус: рост продаж и новые модели. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://autoreview.ru/articles/gruzoviki-i-avtobusy/daymler-kamaz-rus-rost-prodazh-i-novye-modeli> (дата обращения 28.07.2020).
4. Карлик А.Е., Платонов В.В. Межотраслевые территориальные инновационные сети // Экономика региона. 2016. № 4 (12). С. 1218–1232.
5. Карлик А.Е., Платонов В.В. Сетевая организация как механизм промышленного развития // Проблемы теории и практики управления. 2016. № 9. С. 92-102.
6. Карлик А.Е., Платонов В.В., Яковлева Е.А., Павлова О.С. Модифицированный навигатор интеллектуального капитала для принятия решений в информационно-сетевой экономике // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2018. № 3 (9). С. 338-350.
7. Симачев Ю.В., Федюнина А.А., Кузык М.Г., Данильцев А.В., Глазатова М.К., Аверьянова Ю.В. Россия в глобальном производстве. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. 148 с.
8. СП «Камаза» и Daimler приостановило выпуск грузовиков Mitsubishi Fuso. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2019/10/20/814172-sp-kamaza-daimler> (дата обращения 28.07.2020).
9. «Яндекс» покупает «Тинькофф»: что нужно знать о сделке года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://quote.rbc.ru/news/article/5f6b5db99a7947f621dff140> (дата обращения 28.09.2020).
10. Achrol R.S., Kotler P. Marketing in the network economy // Journal of Marketing. 1999. № 4 (63). P. 146–163.
11. Achrol R.S. Changes in the theory of interorganizational relations in marketing: toward a network paradigm // Journal of the Academy of Marketing Science. 1997. № 1 (25). P. 56–71.
12. Mowery D.C., Oxley J.E., Silverman B.S. Strategic Alliances and Interfirm Knowledge Transfer // Strategic Management Journal. 1996. Special Issue: Knowledge and the Firm, № 17. P. 77-91.
13. Gereffi G., Kaplinsky R. The Value of Value Chains: Spreading the Gains from Globalisation // IDS Bulletin. 2001. № 3 (32). P. 1-8.
14. Gereffi G. The organization of buyer-driven global commodity chains: How US retailers shape overseas production networks / In: Gereffi G., Korzeniewicz M. (eds) Commodity Chains and Global Capitalism. Praeger Westport, 1994. P. 95-123.
15. Industry Classification Benchmark Structure & Definitions. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ftserussell.com/files/support-document/icb-structure-definitions> (дата обращения 25.07.2020).
16. Made in Taiwan: Laptops, bubble tea, bikes and lots more. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cnn.com/2016/12/02/made-in-taiwan-laptops-bubble-tea-bikes-and-lots-more.html> (дата обращения 27.09.2020).
17. Möller K., Rajala A. Rise of strategic nets – New modes of value creation // Industrial Marketing Management. 2007. № 36. P. 895–908.
18. Porter M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New-York: Free Press, 1998. 592 p.
19. Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press, 1990. 875 p.
20. Powell W.W. Neither market nor hierarchy: Network forms of organization / In: Staw B.M., Cummings L.L. (eds.) Research in Organizational Behavior. Greenwich: JAI Press, 1990. P. 295–233.
21. Powell W.W., Koput K.W., Smith-Doerr L. Interorganizational collaboration and the locus of innovation: networks of learning in biotechnology // Administrative Science Quarterly. 1996. № 1 (46). P. 116–145.
22. Troesch E.M., Schikora P.F. Co-Opetition Between SAP and Oracle: The Effects of the Partnership and Competition on the Companies Success // Journal of Business Case Studies. 2010. № 4 (6). P. 59-66.
23. Yasuhiro M. Economics of Incentives for Inter-firm Innovation. Singapore: World Scientific Publishing, 2018. 524 p.

Уржумцева Т.Б., Гао Линьань

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ГИДОВ-ПЕРЕВОДЧИКОВ В КИТАЕ ЗА 70 ЛЕТ: ИТОГИ, ПЕРСПЕКТИВЫ, ПРОБЛЕМЫ (часть 1)

Аннотация. В развитии туристической индустрии Китая гиды играют ключевую роль. В Китае вопрос о гидах всегда был в повестке дня. В последние десять лет стремительное развитие индустрии туризма в Китае резко увеличило число гидов в условиях совместного развития въездного, выездного и внутреннего туризма. Это ставит вопросы концепции развития, режима управления, работы, страхования и условий жизни. В статье впервые рассматривается история развития китайского экскурсоведения с начала до наших дней. В то же время, она исследует концепцию развития китайских гидов с точки зрения русской и японской модели, а также предлагает концепцию развития и контрмеры индустрии китайских гидов с точки зрения управления, законодательства, образования и обучения, механизма входа и выхода из индустрии, освещения в СМИ, чтобы приспособиться к новой ситуации развития туризма в Китае.

Ключевые слова. Гид, Китай, Россия, Япония, идеи развития.

Urzhumtseva T.B., Gao Linan

RETROSPECT AND PROSPECT OF THE CHINESE TOUR GUIDES INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE PAST 70 YEARS (part 1)

Abstract. With the development of China's tourism industry, tour guides have been playing a key role. With the development of China's tourism industry, the issue of tour guides was always on the agenda. With the rapid development of China's tourism industry in recent ten years, the number of tour guides has risen sharply under the condition of joint development of inbound tourism, outbound tourism and domestic tourism. It's development concept, management mode, work, treatment and living conditions are worth discussing. This paper first reviews the development of Chinese tour guides from the beginning to the present. At the same time, it probes into the development concept of Chinese tour guides under the Russian, Japanese tour guides mode, and puts forward the development concept and Countermeasures of Chinese tour guides from the aspects of management, legislation, education and training, access and exit mechanism, and media reports, in order to adapt to the new situation of Chinese tourism development.

Keywords. Tour guide; China; Russia, Japan; development idea.

ГРНТИ 06.71.57

© Уржумцева Т.Б., Гао Линань, 2020

Татьяна Борисовна Уржумцева – директор центра изучения Китая и стран АТР Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Линань Гао – Phd, директор института «Шелкового пути» Сианьского университета экономики и финансов (Китай, г. Сиань).

Контактные данные для связи с авторами (Уржумцева Т.Б.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). E-mail: arg@unescon.ru.

Статья поступила в редакцию 11.09.2020.

В данном номере журнала представлена первая часть авторской статьи. Продолжение будет опубликовано в следующем номере.

Введение

С момента основания КНР прошло 70 лет. После перехода к политике реформ и открытости, туристская индустрия Китая достигла большого прогресса и стала важной частью национальной экономики. В 2017 году общий доход от туризма достиг 5,4 трлн юаней, что составляет 11,04% ВВП страны; количество внутренних поездок достигло 5 млрд; доходы от внутреннего туризма составили 4,57 триллиона юаней, количество туристов, въехавших в страну, составило 139 миллионов человек, а количество выехавших – 129 миллионов человек. 28,25 млн человек непосредственно заняты в туристской отрасли, количество же прямо и косвенно занятых в туристской деятельности – 80 млн человек [1]. Соответственно росту самой туристской индустрии резко возросло число гидов. По состоянию на 2017 год количество гидов, фактически работающих в стране и ежегодно проверяемых в соответствии с нормативными актами, достигло 900 тыс. человек. В 2018 году почти 50 тыс. человек в Китае получили квалификационный сертификат гида-экскурсовода [2].

В России и Европе, США, Японии и других странах экскурсоводы, как правило, классифицируются как гиды-переводчики. В КНР, особенно в самом начале реализации политики реформ и открытости, гиды-переводчики в основном сопровождали иностранные делегации, что привело к использованию термина «переводчик-экскурсовод». В последние годы, одновременно с бурным развитием внутреннего туризма, число китайских гидов-переводчиков стремительно растет. Китайские экскурсоводы, иностранные гиды-сопровождающие, переводчики-экскурсоводы и так далее – какой бы термин не использовался, гиды-переводчики всегда имеют дело с людьми. Именно поэтому, опыт управления и концептуальные основы развития экскурсоведения в упомянутых выше странах могут быть использованы в Китае, естественно, в адаптированной форме.

Индустрия туризма в России, ЕС, США и Японии имеет богатую историю развития. После длительного функционирования в этих странах были сформулированы законы и правила аккредитации гидов-переводчиков, а также созданы профессиональные ассоциации. Подготовка специалистов осуществляется на специальных курсах, а также непосредственно на экскурсионных объектах. С точки зрения профессиональной подготовки и процесса обучения, внимание уделяется не только повышению уровня теоретических знаний, но и практическим навыкам. Также большое внимание ассоциации уделяют заработной плате и медицинской страховке гидов-переводчиков. В результате такого внимания, гиды-переводчики осуществляют свою деятельность на высоком профессиональном уровне, с высоким уровнем качества, туристы удовлетворены, а жалоб мало.

Иностранные гиды, в том числе и китайские, осуществляют деятельность в одной и той же профессиональной сфере, однако мнения туристов по поводу их работы различны. Авторы настоящей статьи предприняли попытку объективного исследования профессиональной среды гидов, национальных и территориальных различий, влияющих на их деятельность, а также причин возникновения проблем в среде китайских гидов, концепции объективной среды и концепции поведенческой среды развития китайского экскурсоведения.

Анализ развития китайского экскурсоведения

1. Развитие туристской индустрии Китая.

Туристская индустрия Китая имеет сравнительно короткую историю развития, и ее условно можно разделить на ряд этапов:

- зарождение: с середины 1950-х до конца 1970-х годов. Компания CITS, относящаяся к Министерству иностранных дел и созданная в 1954 году, начинает принимать иностранных туристов, но их количество невелико;
- начальный этап: создание компании Цинлюй в 1980 году, а затем создание множества туристских агентств. С началом действия политики реформ и открытости количество въезжающих туристов увеличилось, а работа туристских агентств встала на динамичный путь развития;
- стадия быстрого роста: в 1990-2001 гг., по мере развития экономики Китая, въездной и внутренний туризм стали стремительно развиваться, а выездной туризм начал набирать обороты;
- стадия расцвета: с 2002 года экономика Китая продолжает расти высокими темпами. Въездной туризм, внутренний туризм и выездной туризм также демонстрируют быстрый темп развития. Туризм играет все более важную роль в развитии национальной экономики;

- стадия начала спада туризма. Активный рост выездного международного, а также внутреннего туризма. В то же время, возникают диспропорции.

Точно так же, как и развитие туристской индустрии Китая, развитие китайского экскурсоведения можно разделить на пять этапов (таблица 1).

Таблица 1

Этапы становления экскурсоведения в Китае

| Характеристика | Этап зарождения | Начальный этап | Стадия быстрого роста | Стадия расцвета | Стадия начала спада |
|--|--|---|--|---|--|
| | середина 1950 – конец 1970 гг. | начало 1980-х–1988 гг. | 1989–2001 гг. | 2002–2009 гг. | С 2009 г. по настоящее время |
| Ключевые (знаменательные) события | 1954 год – основание CITS; официально рождается концепция современного гида | 1980 год – основание Цинлю. Число гидов-переводчиков увеличилось, поставлена задача стандартизации управления | В 1989 году впервые проведен квалификационный экзамен для гида-переводчика. Сформирована система профессионализации гида-переводчика | Меры по управлению гидами и меры по аккредитации гидов-экскурсоводов были приняты 1 января и 1 апреля 2002 года, соответственно. Усовершенствование управленческой системы гидов-переводчиков и их аккредитации | Нет централизованной системы профессиональной подготовки гидов со знанием иностранных языков |
| Особенности работы туристских агентств | Туристское агентство представляет собой административное учреждение иностранного типа и не преследует цель получения прибыли | Доходы населения большие, а условия жизни – хорошие | Для туристского бизнеса идет снижение прибыли. Наблюдается некоторая децентрализация деятельности и хаотичность в этой сфере | Уверенный вход на рынок иностранных турагентств, ужесточение конкуренции, сужение возможностей получения прибыли | Преимущества иностранных гидов-переводчиков, высокий престиж профессии китайских гидов |
| Количество гидов (см. рис. 2) | Количество гидов невелико, в основном это иностранные гиды. В Китае насчитывается около 1000 гидов-переводчиков | Количество резко увеличилось до более чем 20 000 и продолжает быстро расти | К концу 1990-х годов в Китае насчитывалось более 90 000 гидов-экскурсоводов. Предложение превысило спрос, и конкуренция возросла | В конце августа 2002 года в Китае насчитывалось 200 000 гидов, а в 2009 году их число превысило отметку в 600 000 | Растет количество гидов, сопровождающих группы за рубежом (тур-лидеры), количество местных гидов со знанием иностранных языков не увеличивается, растет количество гидов для внутреннего туризма. Всего, по данным на 2018 г., было 1 263 828 аккредитованных гидов, и лишь 128 448 гидов со знанием иностранных языков (10,16%) |

Окончание табл. 1

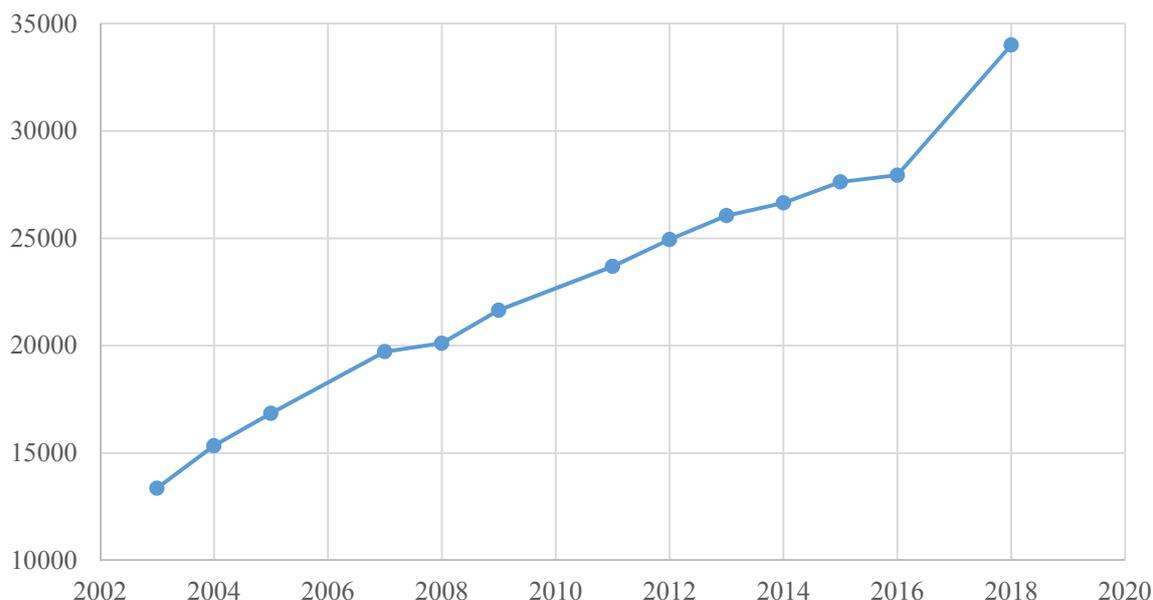
| Характеристика | Этап зарождения | Начальный этап | Стадия быстрого роста | Стадия расцвета | Стадия начала спада |
|--|---|--|---|--|--|
| | середина 1950 – конец 1970 гг. | начало 1980-х–1988 гг. | 1989–2001 гг. | 2002–2009 гг. | С 2009 г. по настоящее время |
| Положение с доходами гидов | Доход гарантированный, хороший | Доход высокий, стабильный | Осуществляется налогообложение в зависимости от количества человек, доходы существенно снижаются | Доходы не гарантированы, положение нестабильное | Доходы не гарантированы, положение нестабильное |
| Установленный режим работы гидов | Высокий социальный статус, стабильная работа | Высокий социальный статус, стабильная работа | Стабильность работы снижается, увеличивается число случаев смены рабочего места | Серьезное классовое расслоение, высокая текучесть кадров, частые смены рабочего места | Ситуация не меняется, по-прежнему профессия гида не является престижной |
| Порядок управления кадрами гидов | Государственные служащие, имеются льготы как для сотрудников бюджетных учреждений | Одна часть принадлежит бюджетным организациям, другая часть принадлежит частным фирмам | Согласно ходу процесса управления на предприятии | Одна часть – сотрудники туристических компаний, вторая часть – сотрудники бюро по предоставлению туристических услуг, другие совмещают управление компанией с работой гида | Появляется большое количество вольнонаемных гидов (фрилансеры) |
| Положение о порядке работы гидов в соответствии с законодательными и нормативными актами | Управление осуществляется в соответствии с национальными нормативными актами по управлению гидами | Управление в соответствии с нормативными актами, такими как «Временное положение об управлении гидами» и др. | Управление в соответствии с нормативными актами, такими как «Руководство по управлению туристическими гидами» и «Административные меры по управлению туристическими гидами» | Управление в соответствии с нормативными актами, такими как «Методы осуществления управления гидами» и новым актом «Административные меры по управлению туристическими гидами» | Управление в соответствии с нормативными актами, такими как «Методы осуществления управления гидами» и новым актом «Административные меры по управлению туристическими гидами» |
| Степень удовлетворённости туристов услугами гида | Степень удовлетворённости туристов очень высокая | Степень удовлетворённости туристов высокая | Степень удовлетворённости туристов низкая | Коэффициент жалоб на гидов высок, удовлетворенность все более низкая | Степень удовлетворённости остается низкой |

Составлено авторами.

2. Осуществление административных функций Китайским бюро по туризму и реакция гидов на установление правил.

В период развития китайских туристских агентств они были разделены на два типа – административные учреждения по приему иностранных граждан и агентства, занимающиеся административным

управлением. В настоящее время агентства также делятся на два типа: международные и внутренние, в последние годы число агентств быстро растет (рисунок 1). В истории индустрии туристских агентств есть и негативные явления, такие как низкая концентрация, низкая конкурентоспособность, высокая степень соперничества и малая прибыль. В 2005 году показатель средней рентабельности по валовой прибыли составил 7%, показатель средней рентабельности по чистой прибыли достиг лишь 0,11% [3]. В 2009 году показатель рентабельности по чистой прибыли поднялся до 0,64% [4], а в 2014 году этот показатель варьировался в диапазоне 6-10% [5]. В 2017 году чистая прибыль составила 0,5-0,6% [6]. Несмотря на то, что развитие туристской индустрии происходит достаточно быстро, однако, по сравнению с другими отраслями, прибыль до сих пор остается очень низкой.



Источники: с 2003 по 2016 гг. – Китайский туристический ежегодный статистический справочник, Официальный бюллетень Государственного управления по делам туризма КНР, статистические наблюдения по изучению обстановки среди туристических агентств за все прошедшие годы, а также ежегодный статистический бюллетень туристической отрасли Китая, 2018 г. – Отчет о развитии индустрии туристических агентств в Китае в 2018 году и прогноз тенденций на 2019 год [7].

Рис. 1. Количество китайских туристических агентств

Управленческая среда туристских агентств и прибыль от их деятельности напрямую влияют на заработную плату гидов, а модель управления напрямую влияет на энтузиазм, личную инициативу и качество услуг гидов, в то же время, качество услуг гидов влияет на степень удовлетворенности туристов [8-9]. В процессе исследования установлено, что степень удовлетворенности руководством и уровнем заработной платы сианьских гидов составила лишь 16%. Из обследованных 400 человек, лишь 26 имели зарплату, и только у 38 человек имелась страховка «3 золота», оплаченная туристской компанией (данная страховка включает в себя страхование по безработице, медицинское страхование и страхование жизни). У большинства туристских агентств существуют такие проблемы, как произвольное понижение зарплаты, материальных льгот или же произвольное увольнение гидов. Это является главной причиной того, почему гиды скрывают информацию о полученной комиссии от продажи дополнительных услуг и сувениров, а также объясняет высокую текучесть кадров.

Авторами было проанализировано 1 500 таблиц туристов по оценке работы гидов 15 международных и внутренних туристских агентств в г. Сиань (таблица 2). Исходя из этих данных, видно, что туристы менее всего удовлетворены организацией путешествия и шопингом. Фактически гид платит за каждого туриста в своей группе компании, финансовая ноша гида слишком велика, так как заработок его в основном зависит от комиссии за совершенные покупки туристами и посещение достопримечательностей. Например, когда китайская туристская группа прибывает в Японию, японские гиды все-

цело поглощены мыслями о том, как достойно встретить группу из Китая, но, когда китайские гиды встречают туристскую группу из Японии, их заботит лишь только высокая комиссионная плата за туристов и беспокойство о собственной зарплате, без сосредоточенности на том, как хорошо им обслужить своих туристов.

Таблица 2

Оценка услуг, предоставленных гидами Сианьских туристских агентств

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Очень хорошо | 65% | 71% | 66% | 63% | 43% | 31% | 70% |
| Хорошо | 16% | 15% | 19% | 20% | 23% | 35% | 18% |
| Не очень хорошо | 10% | 8% | 11% | 10% | 22% | 16% | 7% |
| Плохо | 9% | 6% | 4% | 7% | 12% | 18% | 5% |

Примечание: таблица составлено согласно результатам исследования авторов. В столбцах таблицы приняты обозначения: 1 – оценка внешнего вида гида; 2 – оценка уровня владения иностранным языком; 3 – оценка проведения экскурсий гидом; 4 – качество обслуживания; 5 – порядок проведения экскурсий; 6 – порядок осуществления шопинга для туристов; 7 – инструктаж по технике безопасности.

Аналогичная ситуация в российско-китайском туризме: российские гиды, владеющие китайском языком, в обязательном порядке имеют высшее образование, а также проходят специализированное обучение и обязательную сертификацию. Российские гиды стараются как можно лучше встретить группу китайских туристов, наполняют свои экскурсии самым полным и интересным материалом, заботятся о комфорте и безопасности туристов. В Китае российским туристам, к сожалению, редко везет на хорошо подготовленного гида, владеющего русским языком. Зачастую группу еще до размещения в отеле сразу везут в магазин за покупками.

Чаще всего поступают жалобы на туристские агентства, рестораны, достопримечательности, транспорт, общественное питание и шопинг. При этом жалобы на туристские агентства, по-прежнему, являются основными, на них приходится 61,62% от общего числа жалоб [10]. С 2001 по 2009 годы процент жалоб на туристские агентства в среднем оставался в районе 60% [11] и продолжает держаться на таком уровне по сей день. В составе жалоб на туристские агентства, жалобы на гидов составляют большую часть, самым главным пунктом жалоб стал шопинг (табл. 2).

Таблица 3

Оценка услуг, предоставленных гидами в России, ЕС, США и Японии

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Очень хорошо | 88% | 43% | 52% | 84% | 71% | 63% | 85% |
| Хорошо | 10% | 32% | 28% | 8% | 16% | 20% | 10% |
| Не очень хорошо | 2% | 13% | 12% | 3% | 7% | 10% | 5% |
| Плохо | 0% | 12% | 8% | 5% | 5% | 7% | 0% |

Примечание: таблица составлено согласно результатам исследования авторов. В столбцах таблицы приняты обозначения: 1 – оценка внешнего вида гида; 2 – оценка уровня владения иностранным языком; 3 – оценка проведения экскурсий гидом; 4 – качество обслуживания; 5 – порядок проведения экскурсий; 6 – порядок осуществления шопинга для туристов; 7 – инструктаж по технике безопасности.

На основании анализа статистического материала, почерпнутого из 1 500 анкет туристов в период с 2008 по 2017 годы, мы установили, что уровень жалоб на поездки, организованные шестью международными туристскими агентствами Сианя в США, ЕС и Японию является низким. При сравнении показателей туристских агентств Китая с агентствами ЕС, США и Японии, можно заметить, что в этих трех регионах обстановка является достаточно стабильной, чему способствует хорошая управленческая среда и стабильный уровень заработной платы гидов-переводчиков.

3. Сравнительный анализ управленческой среды гидов.

Для удовлетворения потребностей туристской отрасли в развитии индустрии гидов, органам административного управления необходимо, в соответствии с реальной обстановкой, выбирать различ-

ные модели ее развития. По результатам опроса гидов, а также по результатам статистического анализа деятельности европейских, американских и европейских гидов-переводчиков было обнаружено, что степень удовлетворенности гидов-переводчиков из ЕС, США и Японии собственным статусом и текущим правительственным управлением достаточно высока. Основным проявлением этого является то, что соответствующие правительственные департаменты, а также ассоциации гидов могут серьезно собирать, выслушивать и принимать мнения гидов-переводчиков, а также активно защищать права и интересы гидов, особенно это наблюдается в диалоге между европейскими, американскими и японскими общественными организациями и соответствующими органами управления.

Кроме того, регулярно организуются тренинги для повышения квалификации для гидов-переводчиков в сфере истории, географии, промышленности, сельского хозяйства, биологии, экологии, иностранных языков и др. Целенаправленность тренингов, их эффективность и практичность очень значимы и пользуются большим спросом. Заметим, что российский закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дает следующее определение термина «гид-переводчик»: профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания [12].

Гид может быть штатным сотрудником в туристской компании, а также открывать свою компанию, или быть индивидуальным предпринимателем, или работать на туристическую компанию по договорам гражданско-правового характера. Гид-переводчик должен иметь высшее образование, владеть иностранным языком и пройти обучение на специальных курсах. Гид должен быть аккредитован при местных комитетах по туризму и иметь лицензии (разрешения) на ведение экскурсий в музеях. На русском языке в музеях экскурсии ведут только сотрудники музеев, на иностранных языках экскурсии могут проводить аккредитованные гиды, имеющие соответствующие лицензии. В последнее время развивается направление оборудования музеев аудиогидами, в том числе и на иностранных языках. Появляется большое количество виртуальных экскурсий в сети Интернет.

Опыт управления гидами в Китае прошел несколько этапов, начиная с зарубежной модели управления государственными кадрами до штатных сотрудников предприятий (профессиональных гидов) и «самоорганизованных» гидов (фрилансеров). Для проведения анкетирования и интервью авторами были отобраны 200 гидов среди 20 местных туристских агентств, а также были выбраны гиды, говорящие на китайском и других иностранных языках в 10-ти иностранных туристских агентствах. В основных туристских местах г. Сианя, таких как международный аэропорт «Сяньян», вокзал, музей «Терракотовая армия», музей «Большая пагода диких гусей», рестораны, торговые центры, было проведено анкетирование и интервью 200 гидов, владеющих китайским и другими иностранными языками. Содержание вопросов в анкете и интервью касалось уровня управления гидами, интенсивности работы, уровня доходов, социального обеспечения, проживания и обучения.

Кроме того, были исследованы анкеты с мнениями гидов пятнадцати туристских агентств в г. Сиане за последние 15 лет. Результаты опроса показывают, что, по большей части, гиды не удовлетворены управлением со стороны менеджеров от туризма, только 28% удовлетворены или сравнительно удовлетворены. Основные причины неудовлетворенности заключаются в следующем:

- во-первых, гидам не хватает эффективной связи с администрациями туристской отрасли, руководство учреждений туризма не заботится о заработной плате и условиях жизни гидов. Хотя в уставных документах четко указано, что туристские агентства должны выплачивать зарплату за услуги гидов и оформлять гидам социальный пакет «три золота», многие туристские агентства лишь создают видимость этой деятельности. Администрации департаментов туризма не производят опросы гидов и проверки, а гиды не могут самостоятельно решить вышеуказанные проблемы;
- во-вторых, низкий порог оценки для получения сертификата гида привел к резкому увеличению числа гидов, в то время как уровень квалификации снизился. Несмотря на то, что предложение гидов превысило спрос, тем не менее возникают трудности с нахождением квалифицированного гида;
- в-третьих, система ежегодной переквалификации и обучения сертифицированных гидов не играет должной роли;
- в-четвертых, центры обслуживания гидов имеют меньше возможностей для закрепления услуг фрилансеров, они должны нести больше ответственности и обязательств и играть большую роль;

- в-пятых, гиды обременены слишком многими ограничительными условиями работы.
4. Сравнительный анализ самоуправления индустрии гидов.

С точки зрения управления отраслью, в частности, индивидуальной и совместной защиты прав и интересов гидов, если есть сильная организация для защиты прав и интересов, то она должна не только физически оказывать содействие гидам, но и предоставлять психологическую поддержку. Европейские, американские и японские организации, управляющие индустрией гидов, сильны, поэтому число гидов, входящих в автономную организацию, велико.

Например, японская ассоциация туристических переводчиков, основанная ещё в 1940 году, обладает независимостью, контактами с широким кругом бизнесменов и авторитетом. Каждый год ассоциация гидов-переводчиков совместно с высшим правительственным агентством по туризму Японии, экспертами и учеными, гидами, соответствующим правительственным департаментом, туристскими агентствами принимают участие в рабочих конференциях гидов, встречах по изучению туристской сферы, вопросах образования, других встречах высокого уровня [13]. Ассоциация помогает защищать права и интересы гидов-переводчиков. 86,1% японских профессиональных переводчиков вступили в соответствующие автономные ассоциации [14].

В Российской Федерации также действуют ассоциации гидов-переводчиков. Ассоциации являются объединениями профессиональных аккредитованных гидов-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров, которые занимаются защитой профессиональных и юридических прав, укреплением профессиональных связей, содействуют развитию и укреплению делового сотрудничества гидов-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров Российской Федерации с коллегами из зарубежных стран, а также с российскими и иностранными туристскими организациями и предприятиями [15].

Общественный совет при Федеральном агентстве по туризму также оказывает содействие развитию индустрии гидов в России. Национальная Академия Туризма – еще одно общественное объединение субъектов туристической индустрии. Действительными членами академии, которая функционирует с 1994 г., могут быть граждане Российской Федерации, обладающие необходимой квалификацией, профессионально занимающиеся научной, научно-технической, практической деятельностью в туристской сфере и внесшие вклад в развитие туристской науки. Членами академии также могут быть юридические лица – общественные объединения, внесшие вклад в развитие туризма в Российской Федерации. Академия была создана как крупная общественная структура в связи с необходимостью внесения организующего и направляющего начала в становление цивилизованного российского туристского рынка, превращение туризма из сугубо прикладной сферы в серьезное научно-практическое направление деятельности. Академия участвует в разработке долгосрочных программ развития туризма, в подготовке к изданию трудов по теории и истории туризма в России и в мире.

В настоящее время в Китае нет национальных ассоциаций гидов. В провинциях и городах, в основном, созданы местные ассоциации гидов, но их функционирование неудовлетворительно. Отсутствие организованности и неясная роль существующих институтов в индустрии гидов привели к отсутствию эффективных способов защиты интересов гидов. Работая в туристских агентствах, гиды находятся в невыгодном положении: туристские агентства уменьшают или отменяют заработную плату и социальные пособия для гидов. Эти вопросы, конечно же, требуют решения.

ЛИТЕРАТУРА

1. 李金早. 习近平新时代中国特色社会主义思想为指导, 奋力迈向我国优质旅游发展新时代—2018年全国旅游工作报告 [EB/OL]. (*Ли Цзиньцао*. Руководствуясь идеями Си Цзиньпина о социализме с китайской спецификой в новую эру к развитию высококачественного туризма в Китае – Национальный доклад в области туризма, 2018 год [EB / OL]. http://www.cnta.gov.cn/xxfb/jdxwnew2/201801/t20180109_852952.shtml, 2018-01-08.)
2. 文化和旅游部监督管理司. 关于做好2018年取得导游资格证人员办理导游证工作的通知[Z]. 文化和旅游部司局函件-旅监管函 (2018)100号, 2018-04-26. (Уведомление о выполнении хорошей работы в 2018 году для лиц, получающих квалификационные сертификаты гидов для обработки пропусков гидов [Z]. Письмо Департамента Министерства культуры и туризма.)
3. 阎友兵, 洪梅, 王忠. 我国旅行社产业集中度演化及对策 [J]. 旅游学刊, 2008, 23(8): 74-79. (*Ян Юбин, Хун Мэй, Ван Чжун*. Эволюция и контрмеры индустриальной концентрации китайских агентств путешествий // Журнал о туризме. 2008. № 23 (8). С. 74-79.)

4. 51行业报告.2010-2015年中国旅行社行业市场调查分析报告 [R]. 北京, 2010.08.12. (51-й Отраслевой отчет. 2010-2015. Китайское туристское агентство. Отчет о состоянии рынка. Пекин, 2010.08.12.)
5. 2014年中国旅行社行业企业排名, 中国产业洞察网, 2014-08-21, <http://www.51report.com/free/3049739.html>. (2014 China travel agency industry enterprises ranking, China industry insight into network, 2014-08-21. <http://www.51report.com/free/3049739.html>.)
6. Отчет о развитии индустрии туристских агентств в Китае в 2018 году и прогноз тенденций на 2019 год / Академия туризма КНР. Пекин, 2019.
7. 中国旅行社行业发展现状分析与发展趋势预测报告 (2017-2022年), 编号: 2091765, 中国产业调研网. (Доклад о прогнозах и тенденциях развития китайских туристских агентств (2017-2022). № 2091765. Китайская отраслевая исследовательская сеть. <http://www.cir.cn/5/76/LvXingSheFaZhanXianZhuangFenXiQi.html>.)
8. 马耀峰,张佑印,梁雪松.旅游服务感知评价模型的实证研究 [J]. 人文地理, 2006, 87(1): 25-28. (Ма Яофэн, Чжан Юйин, Лян Сюэсун. Эмпирическое исследование модели оценки восприятия туристической службы // Социальная география. 2006. № 87 (1). С. 25-28.)
9. 白凯,马耀峰,李天顺,孙天宇.西安入境旅游者认知和感知价值与行为意图 [J]. 地理学报, 2010, 65(2): 244-255. (Бай Кай, Ма Яофэн, Ли Тяньшунь, Сунь Тяньюй. Осознание и восприятие, и поведение туристов, прибывающих в Сиань // Acta Geographica Sinica. 2010. № 65 (2). С. 244-255.)
10. 石美玉.从旅游投诉看中国旅游业发展[C]中国旅游发展分析与预测.北京:社会科学文献出版社, 2008, 4, 283. (Ши Мэйю. Развитие индустрии туризма в Китае с точки зрения жалоб на туризм / Анализ и прогноз развития туризма в Китае. Пекин: Издание по общественным наукам, 2008. Том 4. С. 283.)
11. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации. Федеральный закон № 132-ФЗ от 24.11.1996.
12. 戴美琪.我国旅行社行业诚信危机的根源及对策分析 [J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2010, 4(6): 68-71. (Дай Мэйци. Анализ причин и мер противодействия кризису целостности в индустрии туристских агентств Китая // Журнал Центрально-Южного университета лесного хозяйства и технологии. 2010. № 4 (6). С. 68-71.)
13. 日本观光厅: 第一次至第九次翻译导游人员制度建设相关检讨会会议记录[R].东京, 2014.12-2015.07. 第一次至第九次翻译导游人员检讨会会议记录[R].东京, 2009.06-2011.03. 第一至第三次日本导游翻译研修学习高度化相关检讨会会议记录[R].东京, 2010.11-2011.03. 第一至第三次日本导游翻译相关事项恳谈会会议记录[R].东京, 2008.11-2009.01. (Бюро по туризму Японии: Протокол с первого по девятый, конференций по рассмотрению переводов, связанных с созданием системы гидов. Токио 2014.12-2015.07. Протокол с первого по девятый, совещания по рассмотрению руководства по переводу. Токио, 2009.06-2011.03. Протоколы с первого по третий, собрания японских экскурсоводов, посвященные изучению перевода, посвященные протоколу обзорной встречи. Токио, 2010.11-2011.03. Протоколы с первого по третий, конференции по переводу японских гидов. Токио.)
14. 日本国土交通省.通訳案内士就業実態等調査事業報告書 [R]. 东京, 2008.03 (26). (Министерство земельных ресурсов, инфраструктуры, транспорта и туризма Японии. Доклад о расследовании состояния занятости гражданских лиц. Токио, 2008.03 (26).)
15. Сайт Ассоциации гидов-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.agipe.ru> (дата обращения 01.06.2020).

Вылкова Е.С., Тарасевич А.Л.

**ОПЫТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В США
ДЛЯ ЦЕЛЕЙ НАЛОГОВЫХ РЕФОРМ В РФ**

***Аннотация.** Определена значимость реформирования отечественной налоговой системы и налогообложения доходов физических лиц, в частности – в условиях коронакризисной ситуации. Исследованы вопросы формирования налоговой базы, ставок, порядка исчисления и уплаты, налогового администрирования налога на доходы физических лиц в США. Выявлены возможности использования опыта США для развития подходящего налогообложения в РФ.*

***Ключевые слова.** Налог, налогообложение, налоговая реформа, подоходный налог, налог на доходы физических лиц.*

Vylkova E.S., Tarasevich A.L.

**EXPERIENCE IN INCOME TAXATION OF INDIVIDUALS IN THE USA
FOR THE PURPOSES OF TAX REFORM IN THE RUSSIAN FEDERATION**

***Abstract.** The importance of reforming the domestic tax system in the conditions of the coronacrisis situation has been determined. The issues of the formation of the tax base, rates, calculation and payment, tax administration of personal income tax in the United States are investigated. Opportunities to use the U.S. experience for the development of income taxation in Russia have been revealed.*

***Keywords.** Tax, taxation, tax reform, income tax, personal income tax.*

Введение

В условиях коронакризисной ситуации для решения социальных задач и создания предпосылок для экономического роста РФ, как и другие страны, активно ищет варианты пополнения доходов бюджетной системы, прежде всего, путем реформирования отечественной налоговой системы. Одной из первых законодательных новаций было принятое 1 апреля 2020 года решение по обложению НДС доходов по вкладам граждан, превышающим 1 млн руб. Таким образом государство считает возможным увеличение налогового бремени по НДС в среднесрочной перспективе. Поэтому интересен опыт обложения доходов физических лиц в зарубежных государствах.

Согласно данным elibrary, по состоянию на 20 августа 2020 года слово НДС содержится в названиях 779 книг, статей и диссертаций. К наиболее цитируемой относятся (исходя из первых 50 публикаций с числом цитирований от 41 до 4) следующая проблематика: прогрессивная шкала, вычеты и

ГРНТИ 06.73.15

© Вылкова Е.С., Тарасевич А.Л., 2020

Елена Сергеевна Вылкова – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ.

Алексей Леонидович Тарасевич – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с авторами (Вылкова Е.С.): 199178, РФ, г. Санкт-Петербург, Средний проспект Васильевского острова, 57/43. Тел.: 8 (812) 335-94-94. E-mail: vylkova-es@ranepa.ru.

Статья поступила в редакцию 24.08.2020.

льготы, налоговое администрирование, развитие подоходного налогообложения в РФ и мире, сравнительный анализ исчисления и уплаты НДФЛ в России и за рубежом. В настоящее время наибольший интерес для науки и практики представляют вопросы прогрессивной шкалы [7], налогового администрирования в РФ и зарубежных странах [11, 12, 13] и цифровизации данного процесса [5], формирования доходов местных бюджетов за счет налога на доходы физических лиц [8, 9], налогообложения самозанятых [10], отраслевой специфики НДФЛ [6].

Авторы данной статьи неоднократно исследовали проблемы реформирования НДФЛ в РФ, анализируя опыт 110 зарубежных стран [2], стран ОЭСР [4], считая, что его следует осуществлять на основе справедливо-действенного подхода [3]. В этой статье развивается ранее сформированная авторская позиция путем рассмотрения опыта исчисления и уплаты НДФЛ (PIT) в США. Тем более, что налогообложение в этой стране авторами уже монографически исследовалось [1].

Порядок исчисления налога на доходы физических лиц в США

Для написания статьи использована информация с сайта налогового ведомства США (<https://www.irs.gov/ru/individuals>) и различных информационных ресурсов мировых аудиторских компаний (<https://taxsummaries.pwc.com/united-states/individual/significant-developments>; <https://dits.deloitte.com/#TaxGuides>; https://www.ey.com/en_gl/tax-guides/worldwide-personal-tax-and-immigration-guide-2019-20).

Президент Дональд Трамп 22 декабря 2017 г. подписал закон о налоговой реформе (Public Law No. 115-97, см.: <https://www.jct.gov/publications.html?func=startdown&id=5152>) (далее P.L. 115-97), который снизил налоговые ставки для бизнеса и физических лиц, модернизировал международные налоговые правила США и обеспечил самый значительный пересмотр налогового кодекса США за последние более чем 30 лет. P.L. 115-97 временно снизил текущую верхнюю ставку налога на доходы физических лиц (PIT) с 39,6% до 37% и пересмотрел другие ставки и шкалу PIT, действующие для периода с 31 декабря 2017 года до 2025 года.

P.L. 115-97 сохранил модифицированный индивидуальный альтернативный минимальный налог (AMT) с более высокими суммами освобождения и пороговыми значениями. Для целей PIT, во-первых, формируется индивидуальный облагаемый доход, включающий в себя:

1. Доходы от занятости. Граждане, иностранцы-резиденты и иностранцы-нерезиденты облагаются налогом на компенсацию, полученную за работу, выполняемую в Соединенных Штатах, независимо от того, когда и где производятся платежи, если иное не предусмотрено договором или внутренним Налоговым кодексом. Работники, как правило, не облагаются налогом на возмещение личных расходов на проживание (например, питание и жилье) или на командировочные расходы во время «отсутствия дома». Однако возмещение аналогичных расходов супруга или иждивенца подлежит налогообложению.

2. Компенсация собственного капитала. Соединенные Штаты признают несколько видов компенсации собственного капитала. К ним относятся опционы на акции и различные платежные права, основанные на стоимости акций. Налогообложение подобных инструментов различно, этим проблемам посвящено наибольшее количество самых высоко цитируемых публикаций американских исследователей [14, 15].

3. Предпринимательский доход. Когда индивид работает на себя, этот индивид обычно считается имеющим доход от самозанятости. Доходы от самозанятости облагаются налогом в соответствии с законодательством США таким же образом, как и компенсация за работу. Однако самозанятый человек часто может претендовать на более либеральные вычеты для деловых расходов, чем наемный работник.

4. Прирост капитала. Прирост капитала гражданина и иностранца-резидента включается в общемировой доход и подлежит налогообложению в США. Иностранцы-нерезиденты облагаются налогом в размере 30%, взимаемым путем удержания у источника платежа, на чистый прирост капитала из США, если они находятся в Соединенных Штатах в течение 183 дней или более в течение налогооблагаемого года, в котором происходит прирост. Действие этого положения ограничено ситуациями, в которых иностранец иным образом не облагается налогом в качестве резидента в соответствии с критерием существенного присутствия. Прирост капитала от участия в американской недвижимости облагается налогом независимо от присутствия в США.

5. Дивидендный доход. Дивидендный доход, полученный гражданами и иностранцами-резидентами, облагается налогом США, будь то из американских или иностранных источников. Дивиденды иностранцев-нерезидентов из США, как правило, облагаются фиксированной 30%-ной налоговой ставкой (или более низкой договорной ставкой), обычно удерживаемой у источника.

6. Процентный доход. Процентные доходы, полученные гражданами и иностранцами-резидентами, облагаются налогом США, независимо от того, поступают ли они из американских или иностранных источников. Проценты иностранцев-нерезидентов в США, как правило, облагаются фиксированной 30%-ной налоговой ставкой (или более низкой договорной ставкой), обычно удерживаемой у источника.

7. Рентный доход. Арендный доход, полученный гражданами и иностранцами-резидентами, облагается налогом США, независимо от того, поступает ли он из американских или иностранных источников. Арендная плата иностранцев-нерезидентов из США обычно облагается фиксированной ставкой налога в размере 30% (или более низкой договорной ставкой), обычно удерживаемой у источника.

8. Освобожденный доход. Общие виды освобожденного от налогообложения дохода включают имущество, приобретенное в дар или по завещанию, а также проценты по муниципальным облигациям.

Во-вторых, предусмотрена система индивидуальных вычетов (сумм, уменьшающих налоговую базу), в том числе:

1. Расходы на трудоустройство. В течение многих лет до 2018 года сотрудники имели право вычесть определенные «обычные и необходимые» расходы, связанные с работой, в виде детализированного вычета. Общие вычеты включали в себя командировочные расходы и транспортные расходы (кроме поездок на работу и обратно), деловые развлечения и подарки, компьютеры и сотовые телефоны, если это необходимо для работы налогоплательщика и для удобства работодателя, расходы на униформу и домашние офисы, а также другие расходы. Для того, чтобы учесть такие расходы, они должны были составлять более 2% от скорректированного валового дохода. P.L. 115-97 отменил этот детализированный вычет.

2. Личные вычеты. Граждане и постоянно проживающие иностранцы могут вычесть следующие суммы: государственные и местные налоги на доходы или продажи, а также налоги на имущество в сумме до 10 тыс. долларов США; медицинские расходы, некоторые потери от несчастных случаев, катастроф и краж, а также благотворительные взносы, подлежащие ограничению; расходы по уходу за ребенком; иностранцы-нерезиденты могут вычитать, с учетом ограничений, убытки от несчастных случаев и краж, понесенных в Соединенных Штатах, взносы в благотворительные организации США, а также государственные и местные подоходные налоги.

3. Процентные расходы. Никакой вычет не допускается для личного интереса. Однако проценты, выплачиваемые по инвестиционному долгу, подлежат вычету, но только в той мере, в какой имеется чистый инвестиционный доход (т. е. инвестиционный доход за вычетом инвестиционных расходов, отличных от процентов). Запрещенные сверхнормативные инвестиционные процентные расходы могут быть заявлены в качестве вычета в последующие годы в размере чистого инвестиционного дохода.

4. Стандартный вычет. Вместо детализации вычетов граждане и иностранцы-резиденты могут претендовать на стандартный вычет. Базовый Стандартный вычет на 2020 год составляет 24 800 долларов США для супружеских пар, подающих совместную декларацию, 12 400 долларов США для физических лиц и 18 650 долларов США для глав домашних хозяйств. Эти суммы ежегодно корректируются с учетом инфляции. Иностранцы-нерезиденты не могут претендовать на стандартный вычет. Лица, в том числе иностранцы-резиденты, которые являются слепыми или в возрасте 65 лет и старше, имеют право на более высокий стандартный вычет. В 2019 и 2020 годах такое лицо, состоящее в браке, может увеличить стандартный вычет на 1 300 долларов США; если такое лицо не состоит в браке, дополнительный стандартный вычет составляет 1 650 долларов США. Если человек одновременно является слепым и старше 65 лет, стандартный вычет может быть увеличен в два раза.

5. Личные пособия. P.L. 115-97 отменил личные льготы после 2017 года. В 2017 году гражданам и иностранцам-резидентам было разрешено личное освобождение для себя, для своего супруга (за исключением случаев исключения) и для каждого из своих иждивенцев (которые должны быть гражданами или резидентами США, Канады или Мексики) в сумме 4 050 долларов США.

6. Деловые расходы. В течение нескольких лет до 2018 года граждане, резиденты и иностранцы-нерезиденты, как правило, могли вычесть расходы, понесенные в связи со следующими обстоятельствами: командировочные или личные расходы на проживание (в той мере, в какой они не возмещаются), находясь «вдали от дома»; обычные и необходимые деловые расходы, в том числе связанные с переездом бизнеса (или занятости); расходы на поездки и развлечения, с некоторыми ограничениями – 50% от фактических расходов; коммерческие расходы вычитались только в той мере, в какой они превышали 2% скорректированного валового дохода, если их добавить к прочим вычетам по различным статьям. P.L. 115-97 отменил эти вычеты.

7. Потери. Вычет потери капитала физического лица, как правило, ограничивается приростом капитала физического лица плюс 3 000 долларов США. Убытки, понесенные физическими лицами, которые относятся к деятельности, не связанной с получением прибыли (например, «убытки от хобби»), как правило, вычитаются только в размере дохода, полученного от этой деятельности. P.L. 115-97 ограничил вычет чистого операционного убытка до 80% дохода за убытки, возникшие после 2017 года. Перенос назад также был отменен, но разрешен неопределенный перенос вперед.

8. Иностранные налоговые льготы. Налогоплательщики (как правило, американские лица и иностранные лица с эффективно связанными торговыми или деловыми доходами США) могут претендовать на кредит против обязательств по федеральному подоходному налогу США по определенным налогам, уплаченным иностранным странам и владениям США. Иностранные доходы, военные доходы и налоги на сверхприбыли являются единственными налогами, по которым налогоплательщики имеют право на получение кредита. Налогоплательщики могут выбрать вычет этих налогов без ограничений или, в качестве альтернативы, требовать кредит с учетом ограничений.

Соединенные Штаты облагают налогом своих граждан и резидентов на их общемировой доход. Иностранцы-нерезиденты облагаются налогом на свой доход из США и доход, фактически связанный с торговлей или бизнесом в США (за некоторыми исключениями) по ставкам, размер которых приведен для 2020 года в таблицах 1-4.

Таблица 1

Ставки подоходного налога 2020 года для налогоплательщиков-одиночек

| Налогооблагаемый доход (доллары США) | Налоговая ставка (%) |
|--------------------------------------|----------------------|
| От 0 до 9 875 | 10 |
| 9 876 – 40 125 | 12 |
| 40 126 – 85 525 | 22 |
| 85 526 – 163 300 | 24 |
| 163 301 – 207 350 | 32 |
| 207 351 – 518 400 | 35 |
| 518 401 + | 37 |

Таблица 2

Ставки подоходного налога 2020 года для женатых налогоплательщиков, подающих совместную декларацию

| Налогооблагаемый доход (доллары США) | Налоговая ставка (%) |
|--------------------------------------|----------------------|
| От 0 до 19 750 | 10 |
| 19 751 – 80 250 | 12 |
| 80 251 – 171 050 | 22 |
| 171 051 – 326 600 | 24 |
| 326 601 – 414 700 | 32 |
| 414 701 – 622 050 | 35 |
| 622 051 + | 37 |

Таблица 3

Ставки подоходного налога 2020 года для налогоплательщиков-глав домашних хозяйств

| Налогооблагаемый доход (доллары США) | Налоговая ставка (%) |
|--------------------------------------|----------------------|
| От 0 до 14 100 | 10 |
| 14 101 – 53 700 | 12 |
| 53 701 – 85 500 | 22 |
| 85 501 – 163 300 | 24 |
| 163 301 – 207 350 | 32 |
| 207 351 – 518 400 | 35 |
| 518 401 + | 37 |

Таблица 4

Ставки подоходного налога 2020 года для женатых налогоплательщиков, подающих заявление отдельно

| Налогооблагаемый доход (доллары США) | Налоговая ставка (%) |
|--------------------------------------|----------------------|
| От 0 до 9 875 | 10 |
| 9 876 – 40 125 | 12 |
| 40 126 – 85 525 | 22 |
| 85 526 – 163 300 | 24 |
| 163 301 – 207 350 | 32 |
| 207 351 – 311 025 | 35 |
| 311 026 + | 37 |

Примечания. Максимальная ставка федерального налога на прирост капитала составляет 20% для активов, удерживаемых более 12 месяцев. Градуированные ставки налога применяются к приросту капитала от активов, удерживаемых в течение 12 месяцев или менее.

Далее рассмотрим альтернативный минимальный налог (АМТ). Вместо налога, рассчитанного с использованием вышеуказанных ставок, может быть применен индивидуальный АМТ по двухуровневой структуре ставок в размере 26% и 28%. В 2020 году ставка налога в размере 28% применяется к налогоплательщикам с налогооблагаемыми доходами выше 197 900 долл. США (98 950 долл. США для лиц, состоящих в браке, подающих заявление отдельно). На 2020 год сумма освобождения от АМТ составляет 113 400 долл. США для женатых налогоплательщиков, подающих совместную декларацию (половина этой суммы для женатых налогоплательщиков, подающих отдельную декларацию), и 72 900 долл. США для всех других налогоплательщиков.

АМТ подлежит уплате только в той мере, в какой он превышает обычное чистое налоговое обязательство. Иностранному налоговому кредиту предоставляется для определения обязательства АМТ в размере иностранного налога на доход АМТ из иностранного источника (АМТИ), при условии соблюдения определенных ограничений. АМТИ обычно рассчитывается, начиная с регулярного налогооблагаемого дохода, с учетом налоговых льгот (заявленных при расчете регулярного налогооблагаемого дохода) и специальных корректировок налогооблагаемого дохода.

Специфика PIT в США состоит в том, что большинство штатов и ряд муниципальных органов власти вводят подоходный налог с физических лиц, работающих или проживающих в пределах их юрисдикции по ставке, как правило, не более 10%. Только Аляска, Флорида, Невада, Южная Дакота, Техас, Вашингтон и Вайоминг не имеют подоходного налога штата. Нью-Гэмпшир и Теннесси (до 1 января 2021 года) облагают налогом только дивиденды и процентные доходы.

Соединенные Штаты имеют соглашения о подоходном налоге с 66 странами с целью ликвидации двойного налогообложения. Если между Соединенными Штатами и страной проживания физического лица действует налоговый договор, то положения этого договора могут иметь преимущественную силу над правилами об иностранцах-резидентах США. Согласно многим из этих договоров, физическое лицо, классифицируемое как резидент подоходного налога в соответствии с внутренним законодательством как Соединенных Штатов, так и своей родной страны, которое может показать, что «посто-

янное место жительства» доступно только в родной стране, как правило, будет классифицироваться как иностранец-нерезидент для целей законодательства США о подоходном налоге. Для того, чтобы претендовать на статус иностранца-нерезидента в результате налогового договора необходима подача в налоговые органы соответствующих документов.

Физические лица имеют право на следующие основные налоговые льготы по РИТ:

1. Детский налоговый кредит. Граждане, иностранцы-резиденты и иностранцы-нерезиденты могут претендовать на получение налогового кредита на ребенка, если ребенок является резидентом Соединенных Штатов. В соответствии с P.L. 115-97, если ребенок не достиг 17-летнего возраста к концу года, налоговый кредит предоставляется на сумму до 2 000 долларов США на ребенка (из которых до 1 400 долларов США подлежат возврату). Сумма кредита уменьшается, как только доход налогоплательщика достигает 400 000 долларов США для совместной подачи документов супругами и 200 000 долларов США для всех остальных. P.L. 115-97 также предоставил невозвращаемый кредит в размере 500 долларов США (на каждого иждивенца) для квалифицированного иждивенца, отличного от квалифицированного ребенка.

2. Налоговый кредит на новые рынки (NMTC). Программа NMTC, принятая Конгрессом в рамках закона «О налоговых льготах для обновления сообщества 2000 года», представляет собой непостоянный налоговый кредит, который должен возобновляться во время каждой сессии Конгресса. Он позволяет индивидуальным и корпоративным налогоплательщикам получать кредит под федеральный подоходный налог для осуществления квалифицированных инвестиций в акционерный капитал (QEIs) в квалифицированных организациях общественного развития (CDEs).

3. Прочие налоговые кредиты. Многочисленные другие налоговые льготы существуют на федеральном и местном уровнях, чтобы обеспечить стимул для определенных действий.

Налоговое администрирование налога на доходы физических лиц в США

1. Налогооблагаемый период. Налоговый год в Соединенных Штатах обычно совпадает с календарным годом или с 1 января по 31 декабря.

2. Налоговая декларация. Декларации по индивидуальному подоходному налогу должны быть поданы на 15-й день четвертого месяца после окончания налогового года (т.е. 15 апреля), если этот день не является субботой, воскресеньем или федеральным праздником. Если налогоплательщик не может подать федеральную декларацию по индивидуальному подоходному налогу в установленный срок, он может получить автоматическое продление срока подачи на шесть месяцев. Для этого налогоплательщик должен подать заявление об автоматическом продлении срока подачи декларации по индивидуальному подоходному налогу США к установленному сроку подачи декларации. Важно, что подача заявления о продлении срока не продлевает срок уплаты налогов. Если причитающаяся сумма не будет выплачена в установленный срок, начисляются проценты.

Мужья и жены, как правило, могут подать совместное заявление о возвращении только в том случае, если каждый из них является гражданином или резидентом. Однако, если только один из супругов является полноправным или неполным гражданином или резидентом, совместная декларация может быть подана, если оба супруга согласны облагаться налогом как полноправные резиденты на их совокупный мировой доход. Как правило, совместная подача приведет к более низкому налоговому обязательству, чем отдельная подача. Такой вывод может быть сделан с определенностью только после тщательного изучения фактов и обстоятельств деятельности налогоплательщиков. Состоящие в браке иностранцы-нерезиденты (т.е. если оба супруга являются иностранцами-нерезидентами) не могут подавать совместные декларации и должны использовать налоговую таблицу для супружеских лиц, подающих отдельные декларации. Иностранцы-нерезиденты не могут подавать документы в качестве глав домашних хозяйств.

3. Уплата налогов. Уплата федерального подоходного налога должна быть произведена до 15 апреля, чтобы избежать процентов и штрафов за неуплату. Большинство видов доходов из США, выплачиваемых иностранному лицу, облагаются налогом по ставке 30%, взимаемым путем удержания, хотя пониженная ставка или освобождение могут применяться в соответствии с действующим налоговым договором или законодательным освобождением. Как правило, лицо, которое производит выплату дохода из американского источника иностранному лицу, должно удержать надлежащую сумму

налога и внести ее в правительство США, сообщить об уплате и подать необходимые документы до 15 марта года, следующего за платежом(платежами).

Подходный налог удерживается из вознаграждения работника. Граждане, иностранцы-резиденты и налогоплательщики-нерезиденты со значительным доходом, не подлежащим удержанию (например, доход от самозанятости, проценты, дивиденды), как правило, должны ежеквартально выплачивать расчетный налог, подлежащий уплате 15 апреля, 15 июня, 15 сентября и 15 января после закрытия налогового года. Иностранцы-нерезиденты, не имеющие дохода, подлежащего удержанию налога на заработную плату, должны произвести три расчетных налоговых платежа (а не четыре), подлежащих уплате 15 июня, 15 сентября и 15 января, причем 50% причитается с первого платежа.

4. Процесс налоговой проверки. Налоговым органом в Соединенных Штатах является Служба внутренних доходов (IRS). Она осуществляет аудит – проверку налоговой службой счетов и финансовой информации физического лица для обеспечения правильности представления информации и проверки точности суммы налога, указанной в налоговой декларации физического лица. Налоговая декларация физического лица может быть рассмотрена по целому ряду причин, причем проверка может проводиться любым из нескольких способов.

Доходы выбираются с помощью компьютеризированного скрининга, случайной выборки или программы подбора документов о доходах. После проведения экспертизы, если будут предложены какие-либо изменения в налоге физического лица, можно либо согласиться с этими изменениями и уплатить причитающийся дополнительный налог, либо не согласиться с изменениями и обжаловать решение. В случае несогласия Налоговое управление США имеет апелляционную систему. Если налогоплательщики не достигли соглашения с апелляционным управлением IRS или если налогоплательщик просто не хочет обжаловать дело в Апелляционном управлении IRS, в большинстве случаев налогоплательщик может обратиться в суд.

Если налогоплательщики переплачивают свой налог, существует ограниченное количество времени, в течение которого можно подать иск о кредите или возврате. Налогоплательщики могут потребовать кредит или возврат, подав документы и отправив их по почте в сервисный центр IRS, где был подан первоначальный возврат. Для каждого соответствующего года или периода должна быть подана отдельная форма вместе с объяснением каждой статьи дохода, вычета или кредита, на которых основана претензия.

5. Срок давности. Как правило, налоговая служба имеет три года после того, как декларация должна быть подана или подана, в зависимости от того, что произойдет позже, чтобы произвести налоговые оценки. Эта конкретная дата также называется датой истечения срока действия статута. Срок исковой давности также ограничивает время, необходимое налогоплательщикам для подачи иска о кредите или возврате средств.

6. Основные темы для налоговых органов. Управление налоговой политики Министерства финансов и налоговое управление США ежегодно используют «План приоритетных руководящих указаний» (см.: <https://www.irs.gov/privacy-disclosure/priority-guidance-plan>) для определения и приоритизации налоговых вопросов, которые должны быть решены с помощью нормативных актов, постановлений о доходах, процедур получения доходов, уведомлений и других опубликованных административных указаний. Можно посмотреть названный документ на сайте налогового ведомства США как за период с 1999 по 2019 гг., так и актуализируемые три версии за 2020 год. Это позволяет налогоплательщикам знать наиболее важные аспекты налогового администрирования. Опубликованное руководство играет важную роль в повышении налоговой грамотности, помогая прояснить неоднозначные области налогового законодательства.

Заключение

Знание особенностей исчисления и уплаты PIT в США и его налогового администрирования представляет интерес для выработки грамотной политики реформирования подоходного налогообложения в РФ в современных непростых исторических условиях в части прогрессивной шкалы, семейного налогообложения, грамотного формирования перечня доходов не учитываемых для целей налогообложения доходов физических лиц, налогообложения доходов по различным ценным бумагам и инструментам срочных сделок, прозрачности политики налогового администрирования.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вылкова Е.С.* Корпоративное налогообложение в США: монография. СПб.: Северо-Западный институт повышения квалификации ФНС России, 2015. 290 с.
2. *Вылкова Е.С., Тарасевич А.Л.* Концептуальные основы реформирования налога на доходы физических лиц в России. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 212 с.
3. *Вылкова Е.С., Тарасевич А.Л.* Совершенствование налогообложения доходов и имущества физических лиц в России на основе справедливо-действенного подхода // Проблемы современной экономики. 2017, № 3. С. 38-42.
4. *Вылкова Е.С., Тарасевич А.Л.* Совершенствование налогообложения труда в странах ОЭСР и Российской Федерации // Экономика. Налоги. Право. 2018, № 3. С. 114-121.
5. *Конягина М.Н.* Зарубежный опыт применения цифрового инструментария прогнозирования налоговых поступлений в бюджет // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. 2019. Т. 10. № 3 (40). С. 127-136.
6. *Лаврентьева Е.А.* Налогообложение доходов работников водного транспорта: монография. СПб.: Изд-во ГУМРФ им. адм. С.О. Макарова, 2016. 180 с.
7. *Муравлева Т.В., Орловская Д.Д.* Опасные рифы и триумфы введения прогрессивной шкалы по НДФЛ в России // Экономическая безопасность и качество. 2019. № 3 (1). С. 50-54.
8. *Орлова Е.Н., Быков С.С.* Роль налоговых расходов местных бюджетов в формировании налогового потенциала // Проблемы экономики. 2012. № 3. С. 36-46.
9. *Покровская Н.В.* Зачисление налога на доходы физических лиц в местные бюджеты в Российской Федерации // Экономика. Налоги. Право. 2017. № 3. С. 146-151.
10. *Слепнева Л.Р.* Налогообложение самозанятых: проблемы и решения // Материалы VII Международной научно-практической конференции «Социально-экономическое развитие России и Монголии: проблемы и перспективы», 11 июня 2020 г. Улан-Удэ: Изд-во ВСГУТУ, 2020. С. 232-236.
11. *Слепнева Л.Р., Павлуцкая Д.А.* Проблемы администрирования налога на доходы физических лиц и взносов во внебюджетные фонды // Материалы междунар. науч.-практ. конф. «Социально-экономическое развитие регионов: проблемы и перспективы», 8-10 сентября 2015 г. Т. 2. Улан-Удэ: Изд-во ВСГУТУ, 2015. С. 117-121.
12. *Цепилова Е.С.* Компаративистский анализ особенностей налоговой системы и налогового контроля в России и США // Экономические науки. 2013. № 99. С. 183-186.
13. *Цепилова Е.С.* Особенности налоговой системы и налогового контроля во Франции // Финансы. 2013. № 2. С. 68-71.
14. *Cebula R.J.* An empirical analysis of the effects of budget deficits (Total and primary) and personal income tax rates on the ex post real interest rate yield on long-term U.S. treasury bonds // Review of Economic Analysis. 2019. Vol. 11, Issue 2. P. 203-218.
15. *Constantinides G.M., Ingersoll J.E.* Optimal bond trading with personal taxes / In Theory of Valuation, 2005. P. 165-201. DOI: 10.1142/9789812701022_0006

О ГЛУБИНЕ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ: РЕАЛЬНОСТЬ И ПАРАДОКСЫ БАНКРОТСТВА

Аннотация. В данной статье рассматриваются существующие представления о методике финансового анализа деятельности юридических лиц при проведении экономических экспертиз, обобщаются результаты воздействия изменений некоторых показателей на экономическую стабильность организации; дается оценка влияния некоторых групп показателей на общие итоги исследования уровня несостоятельности (банкротства); представлен ряд соображений относительно использования компонентного анализа при разработке моделей оценки глубины несостоятельности. На базе нормативно-правовых документов и практических рекомендаций автором предложен специальный методологический подход к оцениванию и наблюдению за уровнем финансовой стабильности организации. При построении методологии исследования уровня глубины несостоятельности (банкротства) организации применены системный подход, функциональный подход, практико-ориентированный подход, проблемно-ориентированный подход.

Ключевые слова. Эмпирический системный анализ, метод компонентного анализа, уровень результативности, теоретико-познавательная модель, законы формализованной логики, элиминирование.

Korosteleva A.M.

ON THE DEPTH OF INSOLVENCY: THE REALITY AND PARADOXES OF BANKRUPTCY

Abstract. This article examines the existing ideas about the methodology of financial analysis of legal entities activities during economic examinations, summarizes the results of the impact of changes in certain indicators on the economic stability of the organization; assesses the impact of certain groups of indicators on the overall results of the study of the level of insolvency (bankruptcy); presents a number of considerations regarding the use of component analysis in the development of models for assessing the depth of insolvency. Based on regulatory documents and practical recommendations, the author offers a special methodological approach to assessing and monitoring the level of financial stability of an organization. When constructing the methodology for studying the level of depth of an organization's insolvency (bankruptcy), a systematic approach, a functional approach, a practice-oriented approach, and a problem-oriented approach were applied.

Keywords. Empirical system analysis, component analysis method, performance level, cognitive-theoretical model, laws of formalized logic, elimination.

Введение

Финансовые отношения хозяйствующего субъекта оказывают непосредственное влияние на эффективность различных видов деятельности. Как показывает практика, финансовые отношения необхо-

ГРНТИ 06.77.02

© Коростелева А.М., 2020

Александра Михайловна Коростелева – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики труда Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 191023, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21 (Russia, Saint-Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: +7 (812) 310-19-80. E-mail: korosteleva2006@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 09.09.2020.

димо планировать, регулировать, отслеживать динамику, поскольку имеются нормы, нормативы, цели использования финансовых ресурсов, планы финансовых мероприятий, объемы и сроки осуществления финансовых операций, правовые условия. Конкретным проявлением финансовых отношений экономико-правового характера является финансово-экономический анализ несостоятельности (банкротства), который предусматривает анализ причин несостоятельности, а также проверку действенности тех мероприятий, которые могли бы исправить ошибки финансовых отношений, изменить хозяйственную деятельность и укрепить финансовые позиции.

Как правило, при проведении финансового анализа анализируется финансовое состояние хозяйствующего субъекта, его финансовая, хозяйственная и инвестиционная деятельность, положение на товарных и иных рынках. Проблемно-ориентированное описание результатов хозяйственной деятельности и системный поиск причин и закономерностей несостоятельности (банкротства) в зависимости от цели, как правило, включают несколько этапов: уточнение целей, выявление проблемных ситуаций и частоты их наступления, поиск закономерностей, послуживших развитию несостоятельности, возможность предупреждения банкротства, своевременное устранение проблем, оценка риска причинения возможного ущерба экономическим интересам участников хозяйственной деятельности и российской экономике, наличие и оптимизация мероприятий по снижению и перераспределению риска.

Экономико-правовые аспекты регулирования несостоятельности (банкротства)

Научной основой оценки эффективного функционирования организаций, наряду с экономическим анализом, является и действие основных экономических законов. Каждый экономический закон оценивает экономические явления и процессы как с теоретической точки зрения, так и с эмпирической стороны. Чтобы способствовать экономическому развитию, необходимо, прежде всего, понять сущность экономических законов, изучить механизм их применения, особенности их действия при осуществлении экономической деятельности. Точный состав экономических законов не установлен экономической наукой, система экономических законов включает в себя различные виды, группы законов и постоянно пополняется [3, с. 81].

Финансовый анализ представляет собой глубокое, научно-обоснованное исследование финансовых отношений и движения финансовых ресурсов в хозяйственном процессе [1, с. 10]. Правительством Российской Федерации, постановлением от 25 июня 2003 г. № 367, утверждены и применяются в практической деятельности Правила проведения финансового анализа в соответствии с Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)» [4]. Финансовый анализ в рамках процесса несостоятельности (банкротства) представляет собой преимущественно оценку ретроспективного финансового состояния хозяйствующего субъекта на основе изучения зависимости и динамики показателей финансовой информации.

Важным этапом финансового анализа в рамках принятия решения о несостоятельности хозяйствующего субъекта является всестороннее изучение отчетных данных финансовой деятельности не менее чем за восемь фиксажных точек (кварталов) [4]. При этом следует обозначать группу исходных показателей, вариабельность которых исчерпывает всю максимально возможную оценку глубины несостоятельности (банкротства), обеспечивает их сопоставимость и достоверность. Конкретные аналитические расчеты в экономической литературе представлены достаточно полно, например в работах И.Т. Балабанова [1], Н.В. Войтоловского [5] и др. Тем не менее, финансовый анализ имеет многочисленные виды и формы в зависимости от поставленных задач исследования, временного признака, открытого или закрытого характера, комплексного или тематического направления, взаимосвязи с отдельными экономическими явлениями и др., кроме того, финансовый анализ проводится в определенной последовательности и может включать несколько этапов и составных частей.

Формирование теоретико-познавательной модели оценки уровня несостоятельности

Рассмотрим несколько компонентов финансового анализа в рамках оценки уровня глубины несостоятельности (банкротства) хозяйствующего субъекта.

Первая компонента финансового анализа – показатели (n). Основными источниками информации являются показатели бухгалтерской и статистической отчетности, материалов проводимых обследований. В оценке уровня несостоятельности (банкротства) применяется не менее 16-ти показателей, из которых 10 ($n_1 \div n_{10}$) характеризуют активную часть финансовой деятельности и 6 показателей ($n_{11} \div n_{16}$) – пассивную часть финансовой деятельности. Предложенная нумерация показателей состав-

лена автором на основании перечня показателей Приложения № 1 к Правилам проведения арбитражным управляющим финансового анализа [4], а именно:

p_1 – выручка (нетто) – выручка от реализации товаров, выполнения работ, оказания услуг за вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов и других аналогичных обязательных платежей;

p_2 – величина среднемесячной выручки – отношение величины валовой выручки, полученной за определенный период как в денежной форме, так и в форме взаимозачетов, к количеству месяцев в периоде;

p_3 – совокупные активы организации (баланс организации);

p_4 – величина оборотных активов – сумма стоимости запасов (без стоимости отгруженных товаров), долгосрочной дебиторской задолженности, ликвидных активов, налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям, задолженности участников (учредителей) по взносам в уставный капитал, собственных акций, выкупленных у акционеров;

p_5 – ликвидные активы – сумма стоимости наиболее ликвидных оборотных активов, краткосрочной дебиторской задолженности, прочих оборотных активов;

p_6 – наиболее ликвидные оборотные активы – денежные средства, краткосрочные финансовые вложения (без стоимости собственных акций, выкупленных у акционеров);

p_7 – сумма ликвидных и скорректированных внеоборотных активов: ликвидные активы – сумма стоимости наиболее ликвидных оборотных активов, краткосрочной дебиторской задолженности, прочих оборотных активов; скорректированные внеоборотные активы – сумма стоимости нематериальных активов (без деловой репутации и организационных расходов), основных средств (без капитальных затрат на арендуемые основные средства), незавершенных капитальных вложений (без незавершенных капитальных затрат на арендуемые основные средства), доходных вложений в материальные ценности, долгосрочных финансовых вложений, прочих внеоборотных активов;

p_8 – разница собственных средств и скорректированных внеоборотных активов: собственные средства – сумма капитала и резервов, доходов будущих периодов, резервов предстоящих расходов за вычетом капитальных затрат по арендованному имуществу, задолженности акционеров (участников) по взносам в уставный капитал и стоимости собственных акций, выкупленных у акционеров;

p_9 – собственные средства – сумма капитала и резервов, доходов будущих периодов, резервов предстоящих расходов за вычетом капитальных затрат по арендованному имуществу, задолженности акционеров (участников) по взносам в уставный капитал и стоимости собственных акций, выкупленных у акционеров;

p_{10} – чистая прибыль (убыток) – чистая нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода, оставшаяся после уплаты налога на прибыль и других аналогичных обязательных платежей;

p_{11} – совокупные пассивы организации (баланс организации);

p_{12} – обязательства организации – сумма текущих обязательств и долгосрочных обязательств должника;

p_{13} – текущие обязательства организации – сумма займов и кредитов, подлежащих погашению в течение 12 месяцев после отчетной даты, кредиторской задолженности, задолженности участникам (учредителям) по выплате доходов и прочих краткосрочных обязательств;

p_{14} – долгосрочные обязательства должника – сумма займов и кредитов, подлежащих погашению более чем через 12 месяцев после отчетной даты, и прочих долгосрочных обязательств;

p_{15} – суммы долгосрочной и краткосрочной дебиторской задолженности и потенциальных оборотных активов, подлежащих возврату: долгосрочная дебиторская задолженность – дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты; краткосрочная дебиторская задолженность – сумма стоимости отгруженных товаров, дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты (без задолженности участников (учредителей) по взносам в уставный капитал);

p_{16} – просроченная кредиторская задолженность.

Вторая компонента финансового анализа – коэффициентный анализ. Перечисленные выше информационные данные группируются в аналитические коэффициенты, проводится изучение динамики изменения коэффициентов, рассчитанных поквартально не менее чем за 2-летний период, предшествующий возбуждению производства по делу о несостоятельности (банкротстве), а также за период

проведения процедур банкротства в отношении должника. Нумерация и методика расчета коэффициентов предлагается в соответствии с нормативным документом [4], а также с учетом основных приемов анализа финансового состояния [5]:

- коэффициент абсолютной ликвидности $K_1 = n_6 / n_{13}$; показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена немедленно;
- коэффициент текущей ликвидности $K_2 = n_5 / n_{13}$; характеризует обеспеченность организации оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения обязательств;
- показатель обеспеченности обязательств должника его активами $K_3 = n_7 / n_{12}$; характеризует величину активов должника, приходящихся на единицу долга;
- степень платежеспособности по текущим обязательствам $K_4 = n_{13} / n_2$; определяет текущую платежеспособность организации;
- коэффициент автономии (финансовой независимости) $K_5 = n_9 / n_3$; показывает долю активов должника, которые обеспечиваются собственными средствами;
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами $K_6 = n_8 / n_4$; указывает на степень обеспеченности организации собственными оборотными средствами, необходимыми для ее финансовой устойчивости;
- доля просроченной кредиторской задолженности в пассивах $K_7 = n_{14} / n_{11}$; характеризует наличие просроченной кредиторской задолженности и ее удельный вес в совокупных пассивах организации;
- показатель отношения дебиторской задолженности к совокупным активам $K_8 = n_{15} / n_3$; это – более мягкий показатель по сравнению с коэффициентом автономии. В мировой практике принято считать, что нормальное значение коэффициента менее 0,4, значение показателя 0,4 и более является нежелательным, тревожным считается значение 0,7 и более;
- рентабельность активов $K_9 = n_{10} / n_3$; характеризует степень эффективности использования имущества организации, профессиональную квалификацию менеджмента предприятия и определяется в процентах;
- норма чистой прибыли $K_{10} = n_{10} / n_1$; характеризует уровень доходности хозяйственной деятельности организации.

Третья компонента финансового анализа – уровень результативности (Ψ). Простой и единственной формулы для определения глубины несостоятельности (банкротства) в настоящее время не существует, но применяется целый ряд правил установления результатов финансовых отношений: от чисто субъективного характера до стандартных значений показателей. При проведении анализа в рамках данной работы используются приемы, содержание которых рассмотрено в теории экономического анализа: система аналитических показателей, сравнение, детализация и группировка, обобщение результатов анализа и другие [5, с. 326].

Рассмотрим тенденции изменения финансовых показателей путем исчисления средних и относительных величин, сравнения коэффициентов, элиминирования (прием границ, интегральный прием, графический прием). В таблице 1 представлен диапазон изменений коэффициентов, характеризующих платежеспособность должника. Для более глубокой оценки финансовой деятельности по ряду взаимосвязанных показателей может применяться интегральный прием анализа, при этом значение интегрального показателя определяется путем извлечения корня из произведений исследуемых показателей. По коэффициентам, характеризующим платежеспособность должника и рассмотренным в таблице 1, интегральные показатели (Ψ) составят:

- среднегеометрическое значение порогового состояния: $\Psi = \sqrt[4]{0,5 \times 2,0 \times 1,0 \times 0,5} = 0,707$;
- среднегеометрическое значение критического состояния: $\Psi = \sqrt[4]{0,1 \times 1,0 \times 0,5 \times 0,6} = 0,173$.

Таким образом, диапазон глубины несостоятельности (банкротства) по коэффициентам, характеризующим платежеспособность должника, может варьироваться в пределах от 0,173 до 0,707.

Информационные материалы для определения интегральных индексов по группе коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость должника, представлены в таблице 2. По коэффициентам, характеризующим финансовую устойчивость должника, рассмотренными в таблице 2, интегральные показатели (Ψ) составят:

- среднегеометрическое значение порогового состояния: $\Psi = \sqrt[4]{0,6 \times 0,2} \times 0,5 \times 0,5 = 0,840$;
- среднегеометрическое значение критического состояния: $\Psi = \sqrt[4]{0,2 \times 0,1} \times 1,0 \times 0,7 = 0,344$.

Следовательно, диапазон глубины несостоятельности (банкротства) по коэффициентам, характеризующим финансовую устойчивость должника, может варьироваться в пределах от 0,344 до 0,840.

Таблица 1

Диапазон изменения коэффициентов, характеризующих платежеспособность должника

| | Коэффициенты | Числитель | Знаменатель | Диапазон изменений |
|----|--|--|-----------------------------------|--|
| К1 | Коэффициент абсолютной ликвидности | Наиболее ликвидные оборотные активы | Текущие обязательства организации | Числитель должен быть больше знаменателя. Рекомендуемый диапазон: $K1 > 1,0$. Пороговое значение $K1 = 0,5$. Критическое значение $K1 = 0,1$. Рекомендуемая динамика: чем выше $K1$, тем надежнее заемщик [1, с. 59] |
| К2 | Коэффициент текущей ликвидности | Ликвидные активы | Текущие обязательства организации | Числитель должен быть больше знаменателя. Рекомендуемый диапазон: $K2 > 2,0$. Пороговое значение $K2 = 2,0$. Критическое значение $K2 = 1,0$. Рекомендуемая динамика: чем выше $K2$, тем устойчивее финансовое состояние организации [5, с. 467] |
| К3 | Показатель обеспеченности обязательств должника его активами | Сумма ликвидных и скорректированных внеоборотных активов | Обязательства организации | Числитель должен быть больше знаменателя. Рекомендуемый диапазон: $K3 > 1,0$. Пороговое значение $K3 = 1,0$. Критическое значение $K3 = 0,5$. Рекомендуемая динамика: чем выше $K3$, тем устойчивее финансовое состояние организации |
| К4 | Степень платежеспособности по текущим обязательствам | Текущие обязательства организации | Величина среднемесячной выручки | Числитель должен быть меньше знаменателя. Рекомендуемый диапазон: $K4 < 1,0$. Пороговое значение $K4 = 0,5$. Критическое значение $K4 = 0,6$. Рекомендуемая динамика: чем ниже $K4$, тем устойчивее финансовое состояние организации |

Составлено автором.

Таблица 2

Диапазон изменения коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость должника

| | Коэффициенты | Числитель | Знаменатель | Диапазон изменений |
|----|---|--|-------------------------------|--|
| К5 | Коэффициент автономии (финансовой независимости). | Собственные средства | Совокупные активы организации | Числитель должен быть меньше знаменателя. Рекомендуемый диапазон: $K5 \geq 0,6$. Пороговое значение $K5 = 0,6$. Критическое значение $K5 = 0,2$. Рекомендуемая динамика: чем выше $K5$, тем ниже риск несостоятельности [5, с. 369] |
| К6 | Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами | Разница собственных средств и скорректированных внеоборотных активов | Величина оборотных активов | Числитель должен быть меньше знаменателя. Рекомендуемый диапазон: $K6 \geq 0,1$. Пороговое значение $K6 = 0,2$. Критическое значение $K6 = 0,1$. Рекомендуемая динамика: чем выше $K6$, тем больше собственных средств в оборотных активах [5, с. 419] |

Окончание табл. 2

| | Коэффициенты | Числитель | Знаменатель | Диапазон изменений |
|----|---|---|--------------------------------|---|
| К7 | Доля просроченной кредиторской задолженности в пассивах | Просроченная кредиторская задолженность | Совокупные пассивы организации | Числитель должен быть меньше знаменателя. Рекомендуемый диапазон: $0 < K7 < 1,0$. Пороговое значение: $K7 = 0,5$. Критическое значение $K7 = 1,0$. Рекомендуемая динамика: чем ниже $K7$, тем устойчивее финансовое состояние организации |
| К8 | Показатель отношения дебиторской задолженности к совокупным активам | Суммы долгосрочной и краткосрочной дебиторской задолженности и потенциальных оборотных активов, подлежащих возврату | Совокупные активы организации | Числитель должен быть меньше знаменателя. Рекомендуемый диапазон: $0 < K8 < 1,0$. Пороговое значение $K8 = 0,5$. Критическое значение $K8 = 0,7$. Рекомендуемая динамика: чем ниже $K8$, тем устойчивее финансовое состояние организации |

Составлено автором.

Важнейшими показателями деловой активности являются величина выручки, положительные темпы прироста чистой прибыли, показатели эффективности использования имущества и капитала: коэффициенты отдачи как величины полезного результата, приходящегося на единицу ресурса, многочисленные коэффициенты рентабельности. Информационные материалы для определения интегральных индексов по группе коэффициентов, характеризующих деловую активность должника, представлены в таблице 3. По коэффициентам, характеризующим деловую активность должника и рассмотренным в таблице 3, интегральные показатели (Ψ) составят:

- среднегеометрическое значение порогового состояния: $\Psi = \sqrt{0,5 \times 0,2} = 0,447$;
- среднегеометрическое значение критического состояния: $\Psi = \sqrt{0,1 \times 0,1} = 0,316$.

Следовательно, диапазон глубины несостоятельности (банкротства) по коэффициентам, характеризующим деловую активность должника, может варьироваться в пределах от 0,316 до 0,447.

Таблица 3

Диапазон изменения коэффициентов, характеризующих деловую активность должника

| | Коэффициенты | Числитель | Знаменатель | Диапазон изменений |
|-----|------------------------|----------------|-------------------------------|--|
| К9 | Рентабельность активов | Чистая прибыль | Совокупные активы организации | Числитель должен быть меньше знаменателя. Рекомендуемый диапазон: $0,1 < K9 < 0,5$. Пороговое значение $K9 = 0,5$. Критическое значение $K9 = 0,1$. Рекомендуется положительная динамика: чем выше $K9$, тем устойчивее финансовое состояние организации |
| К10 | Норма чистой прибыли | Чистая прибыль | Выручка (нетто) | Числитель должен быть меньше знаменателя. Рекомендуемый диапазон: $0,1 < K10 < 0,5$. Пороговое значение $K10 = 0,2$. Критическое значение $K10 = 0,1$. Рекомендуемая динамика: чем выше $K10$, тем устойчивее финансовое состояние организации |

Составлено автором.

Подводя итог в определении глубины несостоятельности (банкротства), можно сделать вывод, что обобщенная характеристика интегральных показателей глубины несостоятельности (банкротства) может быть представлена следующим образом:

- среднегеометрическое значение порогового состояния глубины несостоятельности (банкротства):

$$\Psi = \sqrt[3]{0,707 \times 0,840 \times 0,447} = 0,642$$
;
- среднегеометрическое значение критического состояния глубины несостоятельности (банкротства):

$$\Psi = \sqrt[3]{0,173 \times 0,344 \times 0,316} = 0,266.$$

Полученные данные позволяют определить предполагаемый диапазон признаков несостоятельности (банкротства), который может находиться в пределах $0,266 \div 0,642$. При этом, значение интегрального показателя ниже 0,226 служит достаточным основанием для проведения процедур, применяемых в делах о банкротстве.

Четвертая компонента финансового анализа – индексный метод, который заключается в следующем: определяется соотношение темпов прироста показателей, участвующих в расчете коэффициентов, направленность динамики изменения темпов прироста, устанавливается схема взаимосвязи результатов и составляется алгоритм оценки результативного показателя. Индексы широко применяются в финансовом анализе и позволяют раскрыть как количественные, так и качественные стороны анализируемых показателей. Между показателями финансовой деятельности существует функциональная зависимость, имеющая строго математическую зависимость, которую можно измерить влиянием одного показателя на другой.

В таблице 4 представлен логический прием определения степени влияния показателей при расчете коэффициентов оценки несостоятельности (банкротства).

Таблица 4

Диапазон координат изменения коэффициента в ситуации укрепления финансовых позиций

| | Коэффициент | Ось X: числитель | Ось Y: знаменатель | Диапазон координат изменения коэффициента в ситуации укрепления финансовых позиций |
|----|--|---|---|--|
| К1 | Коэффициент абсолютной ликвидности | Наиболее ликвидные оборотные активы \uparrow (% Δn_6) | Текущие обязательства организации \downarrow (% Δn_{13}) | - соотношение темпов прироста показателей: (% Δn_6) \geq (% Δn_{13}); - ожидаемое значение соотношения: $E \geq 1$; - направленность динамики – отрезки между периодами должны иметь отрицательный наклон с движением вправо вниз (рисунок 1-A) |
| К2 | Коэффициент текущей ликвидности | Ликвидные активы \uparrow (% Δn_5) | Текущие обязательства организации \downarrow (% Δn_{13}) | - соотношение темпов прироста показателей: (% Δn_5) \geq (% Δn_{13}); - ожидаемое значение соотношения: $E \geq 1$; - направленность динамики – отрезки между периодами должны иметь отрицательный наклон с движением вправо вниз (рисунок 1-B) |
| К3 | Показатель обеспеченности обязательств должника его активами | Сумма ликвидных и скорректированных внеоборотных активов \uparrow (% Δn_7) | Обязательства организации \downarrow (% Δn_{12}) | - соотношение темпов прироста показателей: (% Δn_7) \geq (% Δn_{12}); - ожидаемое значение соотношения: $E \geq 1$; - направленность динамики – отрезки между периодами должны иметь отрицательный наклон с движением вправо вниз (рисунок 1-C) |
| К4 | Степень платежеспособности по текущим обязательствам | Текущие обязательства организации \downarrow (% Δn_{13}) | Величина среднемесячной выручки \uparrow (% Δn_2) | - соотношение темпов прироста показателей: (% Δn_{13}) $<$ (% Δn_2); - ожидаемое значение соотношения: $E < 1$; - направленность динамики – отрезки между периодами должны иметь отрицательный наклон с движением влево вверх (рисунок 1-D) |

Окончание табл. 4

| | Коэффициент | Ось X: числитель | Ось Y: знаменатель | Диапазон координат изменения коэффициента в ситуации укрепления финансовых позиций |
|-----|---|---|--|--|
| К5 | Коэффициент автономии (финансовой независимости) | Собственные средства ↑ (% Δ n ₉) | Совокупные активы организации ↑ (% Δ n ₃) | - соотношение темпов прироста показателей: (% Δ n ₉) ≤ (% Δ n ₃); - ожидаемое значение соотношения: 0 < E < 1; - направленность динамики – отрезки между периодами должны иметь положительный наклон с движением вправо вверх (рисунок 1-Е) |
| К6 | Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами | Разница собственных средств и скорректированных внеоборотных активов ↑ (% Δ n ₈) | Величина оборотных активов ↑ (% Δ n ₄) | - соотношение темпов прироста показателей: (% Δ n ₈) < (% Δ n ₄); - ожидаемое значение соотношения: 0 < E < 1; - направленность динамики – отрезки между периодами должны иметь положительный наклон с движением вправо вверх (рисунок 1-Ф) |
| К7 | Доля просроченной кредиторской задолженности в пассивах | Просроченная кредиторская задолженность ↓ (% Δ n ₁₆) | Совокупные пассивы организации ↓ (% Δ n ₁₁) | - соотношение темпов прироста показателей: (% Δ n ₁₆) < (% Δ n ₁₁); - ожидаемое значение соотношения: 0 < E < 1; - направленность динамики – отрезки между периодами должны иметь положительный наклон с движением влево вниз (рисунок 1-Г) |
| К8 | Показатель отношения дебиторской задолженности к совокупным активам | Суммы долгосрочной и краткосрочной дебиторской задолженности и потенциальных оборотных активов, подлежащих возврату ↓ (% Δ n ₁₅) | Совокупные активы организации ↑ (% Δ n ₃) | - соотношение темпов прироста показателей: (% Δ n ₁₅) < (% Δ n ₃); - ожидаемое значение соотношения: 0 < E < 1; - направленность динамики – отрезки между периодами должны иметь отрицательный наклон с движением влево вверх (рисунок 1-Н) |
| К9 | Рентабельность активов | Чистая прибыль ↑ (% Δ n ₁₀) | Совокупные активы организации ↑ (% Δ n ₃) | - соотношение темпов прироста показателей: (% Δ n ₁₀) ≤ (% Δ n ₃); - ожидаемое значение соотношения: 0 < E < 1; - направленность динамики – отрезки между периодами должны иметь положительный наклон с движением вправо вверх (рисунок 1-И) |
| К10 | Норма чистой прибыли | Чистая прибыль ↑ (% Δ n ₁₀) | Выручка (нетто) ↑ (% Δ n ₁) | - соотношение темпов прироста показателей: (% Δ n ₁₀) ≤ (% Δ n ₁); - ожидаемое значение соотношения: 0 < E < 1; - направленность динамики – отрезки между периодами должны иметь положительный наклон с движением вправо вверх (рисунок 1-И) |

Составлено автором.

Пятая компонента финансового анализа – выявление тенденций отклонения от равновесия или заданного диапазона (E). В процессе исследования необходимо устанавливать, какие факторы являются наиболее значимыми в оценке глубины несостоятельности. Применим такой логический прием как элиминирование [5 с. 55] и построим графическую интерпретацию теоретико-познавательной модели оценки глубины несостоятельности. Построение теоретико-познавательной модели оценки глубины несостоятельности заключается в следующем:

- отбирается необходимое для анализа количество показателей с тем условием, чтобы эти показатели были едины для судебного делопроизводства, сопоставимы и относились к одному и тому же периоду времени;
- определяется финансовое состояние путем вычисления коэффициентов по каждому периоду;
- выполняется динамический анализ значений полученных коэффициентов и сравнивается с базисным показателем;
- устанавливается реальная действительность несостоятельности (банкротства) путем сравнения и ранжирования исследуемых показателей.

Графическая интерпретация направленности динамики коэффициентов, присущих какому-либо периоду, представлена графиками с началом движения в точке пересечения координат показателей коэффициентов, участвующих в установлении причин несостоятельности хозяйствующего объекта (см. рисунок).

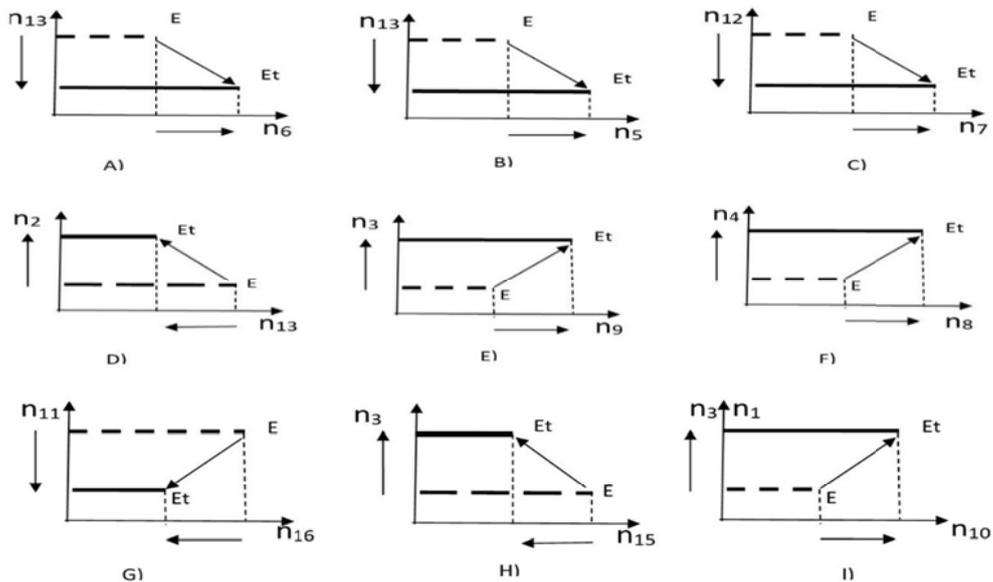


Рис. Направленность динамики коэффициентного анализа в ситуации укрепления финансовых позиций (составлено автором)

С целью самопроверки полученных результатов финансового анализа целесообразно сопоставить графическую интерпретацию стандартизированных и фактических показателей, имея для каждого периода фактические и стандартизированные результаты можно получить систему уравнений, характеризующих уровень состояния экономической деятельности, спрогнозировать будущее финансовое состояние экономического агента. Особое внимание при оценке несостоятельности должно быть сосредоточено на моделировании исходных данных и первичной проверке полученных и их помощью результатов.

В задачах формирования классификации показателей следует учитывать непрерывность исследования механизма создания ситуации несостоятельности. Под механизмом в данном случае понимается структура хозяйственной деятельности, парирование угроз банкротства и аппарат управления процессом экономической и финансовой безопасности хозяйственной деятельности, а именно: оперативность управления процессом, организация непрерывного контроля значений показателей, осуществление управляющих воздействий по их поддержанию в заданных пределах.

Заключение

Автор полагает, что каждый существующий метод по оценке уровня несостоятельности (банкротства) имеет как достоинства, так и недостатки, которые проявляются в той или иной степени в зависимости от преднамеренных или случайных событий или действий, ставших основанием для возбуждения арбитражного делопроизводства о несостоятельности (банкротстве). Поэтому наиболее эффективным является системное использование рассмотренных в статье методов в зависимости от решаемой задачи, сложности, актуальности, потенциального ущерба, экономических интересов участников процесса признания экономического агента несостоятельным. Окончательная же оценка наличия тенденций несостоятельности (банкротства) должна использоваться хозяйствующим субъектом для поддержания такого уровня экономической деятельности, который характеризует либо соответствует устойчивому развитию экономических интересов, предупреждает либо снижает тяжесть экономических последствий несостоятельности и величину экономического ущерба в случае проявления признаков банкротства.

Ежегодно в арбитражных судах рассматривается более 25 тысяч дел, количество арбитражных споров о признании организации банкротом постоянно возрастает, и имеется лишь около 10% дел, по которым устанавливаются факты признаков банкротства [2, с. 124]. В свою очередь, возрастающая потребность в проведении финансово-экономических экспертиз существует, однако единство в порядке проведения исследований уровня несостоятельности (банкротства) пока не достигнуто, следовательно, совершенствование методологии улучшения качества проведения финансово-экономических экспертиз принимает особую практическую значимость.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. М.: Финансы и статистика, 2000. 207 с.
2. Белякова Е.Г. Актуальные проблемы судебной финансово-экономической экспертизы по делам о преднамеренном банкротстве юридических лиц // Актуальные проблемы российского права. 2019. № 9 (106). С. 123-130.
3. Коростелева А.М. Экономические закономерности финансовых отношений: эмпирический аспект // Актуальные проблемы труда и развития человеческого потенциала. Выпуск 2 (18). СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. С. 81-88.
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 25 июня 2003 г. № 367 «Об утверждении правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа».
5. Экономический анализ / под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. М.: Юрайт, 2011. 507 с.

Макарова И.В., Лепеш Г.В., Угольникова О.Д.

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА ИНДУСТРИАЛЬНО РАЗВИТЫХ РЕГИОНОВ РФ: НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

***Аннотация.** В статье проведен анализ современной ситуации в промышленности и дана оценка результативности реализации государственной промышленной политики в период пандемии. Рассматриваются различные теоретические подходы к содержанию промышленной политики, тенденции мирового индустриального развития и влияние пандемии на регионы Урала с различной промышленной специализацией. Результатами исследования являются рекомендации государственным органам власти по обеспечению восстановительного роста в промышленности.*

***Ключевые слова.** Промышленная политика, регионы, пандемия, восстановительный рост.*

Makarova I.V., Lepesh G.V., Ugolnikova O.D.

INDUSTRIAL POLICY OF INDUSTRIAL DEVELOPED REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION: NEW REALITY

***Abstract.** The article analyzes the current situation in industry and assesses the effectiveness of the implementation of state industrial policy during a pandemic. Various theoretical approaches to the content of industrial policy, trends in world industrial development and the impact of the pandemic on the regions of the Urals with various industrial specializations are considered. The results of the study are recommendations to government authorities to ensure recovery growth in industry.*

***Keywords.** Industrial policy, regions, pandemic, recovery growth.*

Введение

Современная кризисная ситуация напрямую связана с введением режима самоизоляции в период распространения коронавируса. Последствия пандемии – разрушение торговых и промышленных связей, обусловленных закрытием границ, остановка производств ряда предприятий, увеличение закредитованности и снижение финансовой устойчивости предприятий, рост безработицы. Масштабы и высокая скорость распространения текущего экономического кризиса во многом определяются реакцией

ГРНТИ 06.61.33

© Макарова И.В., Лепеш Г.В., Угольникова О.Д., 2020

Ирина Валерьевна Макарова – доктор экономических наук, доцент, заместитель директора по науке и инновационной деятельности Пермского института железнодорожного транспорта.

Григорий Васильевич Лепеш – доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой безопасности населения и территорий от чрезвычайных ситуаций Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Ольга Дмитриевна Угольникова – кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры безопасности населения и территорий от чрезвычайных ситуаций Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с авторами (Угольникова О.Д.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: 8 (906) 253-59-49. E-mail: olga_ugolnikova@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 29.09.2020.

государства на введение адекватных инструментов промышленной политики, которые будут ориентированы на восстановительный рост.

Анализ литературы

Понятие «промышленная политика» (англ. «industrial policy») вошло в экономическую литературу в начале 1990-х годов [1] и рассматривалось как вмешательство государства с целью упорядочения и корректировки действия рыночных механизмов. Следовательно, формирование промышленной политики или государственное вмешательство в сферу промышленного развития становится необходимым в случае достижения критического уровня конкурентоспособности экономики и/или невозможности ликвидации структурного дисбаланса.

Среди зарубежных авторов, посвятивших свои исследования проблемам промышленной политики, можно отметить Т. Альтенбурга [5], Д. Родрика [11], Дж. Лин [7], Р. Рейча [10], К. Судзумура и М. Окуно-Фудзивара [8], Дж. Чанга [6], К. Сагги [9] и др. Среди отечественных ученых промышленная политика рассматривалась в работах Л. Абалкина, С. Глазьева, Д. Львова, В. Кондратьева, А. Татаркина, В. Цветкова и пр. Согласно проводимым исследованиям, промышленная политика определяется как система взаимодействия между субъектами хозяйствования и государством, направленного на прогрессивные изменения в структуре индустриального комплекса, повышение его эффективности и конкурентоспособности.

Такая политика решает двойственную задачу. С одной стороны, она способствует конъюнктурной модернизации экономики путем решения ее острых текущих проблем и стимулирования экономического роста, а с другой – определяет долговременную стратегию экономического развития территории [3, с. 77]. В числе основных инструментов ее реализации выделяют: бюджетирование; налоговое, инвестиционное и денежно-кредитное стимулирование; институциональное, внешнеэкономическое и кадровое развитие. В последние годы происходит накопление новых подходов к пониманию содержания промышленной политики:

1) с точки зрения характера реализации различают конкурентную, инновационную, научно-технологическую, экологическую («зеленую»), импортозамещающую и экспортоориентированную, социально-ориентированную, эффективную и согласованную и другие виды промполитики;

2) с точки зрения форм организации взаимодействия – комплексную, секторальную, кластерную, селективную, структурную, системную, сетевую;

3) с точки зрения новизны подходов к реализации – новую, современную, постмодерновую, договоряющую;

4) с точки зрения территориальной организации – государственную (национальную), региональную, муниципальную, мультисубъектную, транснациональную и др.

По поводу содержания промышленной политики, определения ее приоритетных направлений, объектов и субъектов воздействия, форм, методов, механизмов и инструментов ее реализации, мониторинга и корректировки в экономической литературе ведутся постоянные дискуссии. Это связано с тем, что промышленная политика часто диссонирует с современными парадигмами развития промышленности (цифровая индустриализация, глобальная сетевизация развития, ориентация на свехиндустриальные технологические уклады и т.д.) и не учитывает новые реалии развития общества.

Выявление тенденций развития мировой промышленности в период пандемии

Неопределенность – вот основная проблема, которая обнажилась в период господства пандемии. Сейчас достаточно сложно не только предсказать последствия кризиса, но и дать оценку настоящему, определить, какие именно меры, реализуемые государством, обеспечат требуемую для восстановления промышленности эффективность. Однако можно обозначить явно просматриваемые новые рамки и стратегические тренды промышленного развития:

- ориентация на восстановительный рост экономики, что приведет к существенным трансформациям промышленной политики государства, а также текущих и перспективных планов предприятий;
- разрушение глобальных логистических цепочек (снижение гиперглобализации, начавшееся в 2008 году с возвращения транснациональными компаниями своих предприятий обратно в страны присутствия с целью уменьшения неопределенности);
- импортозамещение для обеспечения экономической безопасности и ориентации на внутренний рынок;

- рост цифровой трансформации промышленности – автоматизации и роботизации, интернет-торговли, внедрения эффективного дистанционного управления для снижения издержек и исключения определяющего влияния на процесс производства человеческого фактора;
- рост безработицы и, соответственно, уровня бедности населения, что приведет к снижению доходов и спроса со стороны населения на небазовые товары (одежда, обувь, косметика и так далее) и услуги;
- девальвация рубля и рост инфляции, сопутствующие любому кризису;
- снижение возможностей государства по выполнению социальных обязательств и обеспечению поддержки промышленности, обусловленное масштабными затратами бюджетов всех уровней в период пандемии, а также прогнозируемым падением их доходов от сбора налогов;
- неточность прогнозов промышленного развития, обусловленная неопределённостью в сферах восстановления международных торговых отношений и временном проявлении отложенных банкротств предприятий;
- снижение активности малого бизнеса.

Что касается оценки состояния отечественной промышленности в период пандемии, то, если исключить эмоции и опираться на государственную статистику, она показала свою сравнительную антикризисную устойчивость. Это обусловлено тем, что экономика в России по большей части сырьевая (зависит от экспорта нефти и металлов) и представлена крупными компаниями (деятельность которых не останавливалась в период пандемии). Доля малого и среднего бизнеса в ВВП страны, который в большей степени пострадал в период самоизоляции, составляет чуть более 20% (для сравнения, в США и Европе – приблизительно 50-60%). Если крупные предприятия имеют определенный запас прочности, то малый и средний бизнес такой «подушкой безопасности» не располагал.

За 7 месяцев 2020 года индекс промышленного производства опустился ниже уровня 2019 года начиная с апреля, максимальное снижение показателя составило 9,6 п.п. относительно аналогичного периода прошлого года (см. рис. 1). Отметим, что самое большое падение индекса промышленного производства наблюдалось в добывающей отрасли.

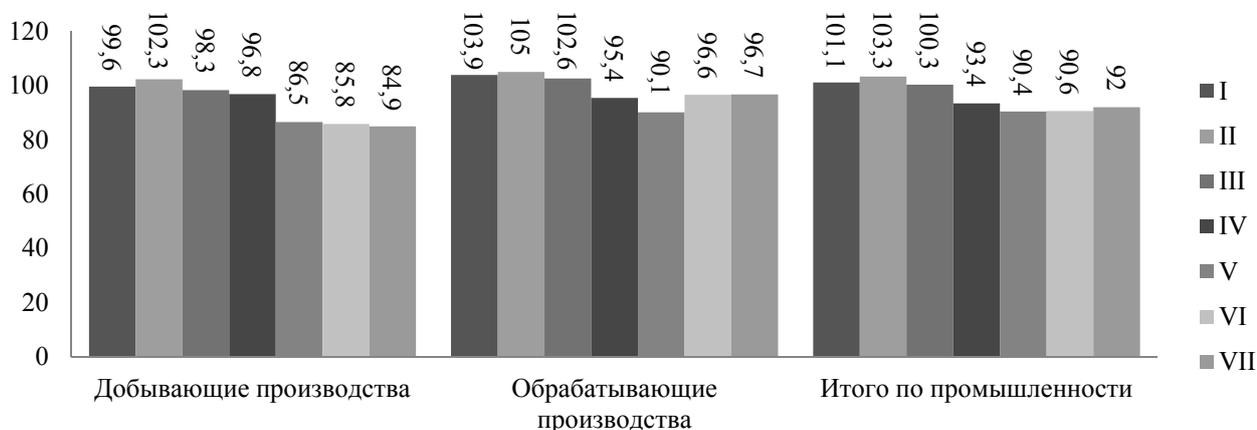


Рис. 1. Индексы промышленного производства РФ по месяцам 2020 года, % к соответствующему периоду 2019 года (использованы данные Федеральной службы государственной статистики)

Индекс предпринимательской уверенности российских предприятий, отражающий общее состояние их деловой активности, варьировался в пределах от минус двух до минус девяти (в апреле 2020 года) единиц (см. рис. 2). За период ограничений, вызванных пандемией, загрузка предприятий добывающей промышленности снизилась всего на 2%, обрабатывающей – на 3%. Считая ситуацию удовлетворительной для ведения бизнеса, топ-менеджеры добывающих и обрабатывающих предприятий прогнозируют рост объемов производства в ближайшем будущем. Но ситуация со спросом остается нестабильной и неопределенной, что вызывает опасения относительно скорости восстановления российской промышленности.

Минэкономразвития прогнозирует, что промышленное производство в стране в 2020 году упадет на 5,4%, в 2021-2022 годах ожидается рост на 3,3%, в 2023 году – на 3,4%. В то же время, в ИНП РАН оценивают снижение выпуска в промышленности на уровне 6,9%. Причинами сохранения отрицательных темпов прироста индекса промпроизводства в России можно назвать снижение добычи углеводородного сырья в рамках соглашения ОПЕК+ и низкий внутренний спрос в результате падения доходов населения и бизнеса.

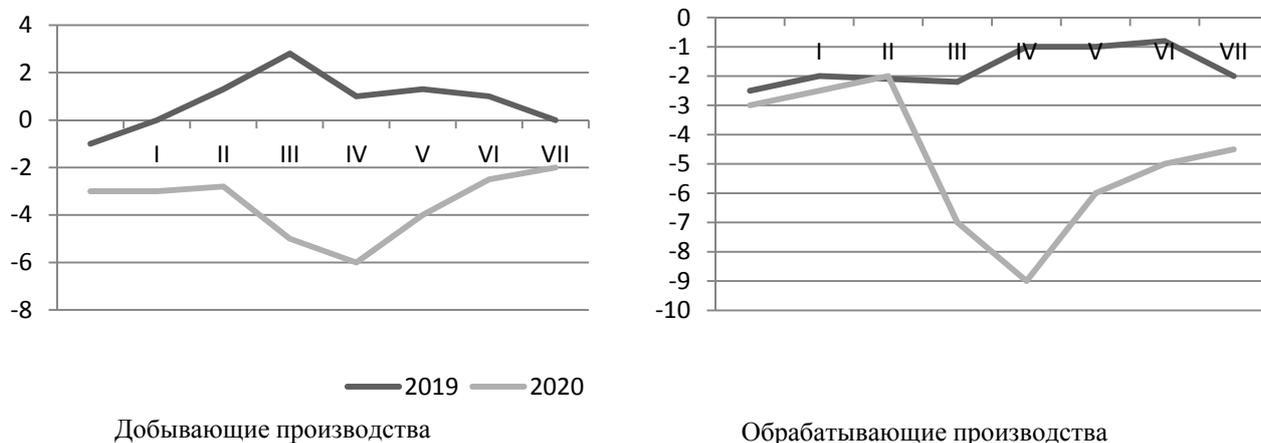


Рис. 2. Индексы предпринимательской уверенности российских предприятий по месяцам 2020 года (использованы данные Федеральной службы государственной статистики)

Если российские предприятия не так болезненно реагировали на изменения экономических реалий, то страны-лидеры мирового промышленного развития не прошли стресс-тест. Приостановка производств, разрыв кооперационных цепочек и глобальное снижение спроса, происходившие на фоне кризиса нефтяного рынка и падения биржевых котировок, повлияли на многократное снижение индекса предпринимательской уверенности предприятий (см. табл.) и сокращения индекса промышленного производства (например, в апреле 2020 г. до 15% относительно аналогичного периода прошлого года в США, до 12% – в Англии и т.д.).

Таблица

Индекс предпринимательской уверенности предприятий в различных странах в 2020 году по месяцам, ед. (данные сайта <https://take-profit.org>)

| Страны | июль | июнь | май | апрель | март | февраль |
|----------------|-------|-------|-------|--------|-------|---------|
| Россия | -6,2 | -6,7 | -8,5 | -7,4 | -3,5 | -2,6 |
| Великобритания | -22,1 | -38,9 | -42,4 | -45,3 | -21,0 | -13,2 |
| Германия | -17,9 | -23,5 | -28,9 | -33,3 | -17,2 | -12,1 |
| Испания | -12,7 | -23,2 | -29,5 | -30,7 | -7,0 | -4,0 |
| Италия | -20,5 | -24,8 | -29,4 | н/д | -15,7 | -4,8 |
| Франция | -13,8 | -17,9 | -26,4 | -22,6 | -6,5 | -4,0 |
| Швеция | -10,2 | -17,8 | -28,6 | -31,7 | -3,7 | -1,1 |

Исследование влияния пандемии на развитие индустриального комплекса регионов Урала с различной промышленной специализацией

По прогнозам экспертов Bloomberg, ущерб мировой экономике из-за пандемии в ближайшие годы оценивается в 35 триллионов долларов США [2]. К регионам Урала, промышленность которых специализируется на выпуске черных и цветных металлов, относятся Свердловская и Челябинская области. Развитие уральской металлургии, ориентированной на экспорт, ограничено стагнацией спроса и цен

еще со времен кризиса 2008 года. Рынок металлов насыщен и давно вне привязки к форс-мажорным обстоятельствам не проявляет динамики.

Для поддержания положительных темпов развития отрасли металлургии сокращают объемы производства и издержки. Например, титановый гигант (занимающий 1/4 мирового рынка) – ПАО «ВСМПО-АВИСМА» в связи с прогнозируемым уменьшением объема выпуска продукции до конца года на 32% относительно прошлого года, переносит реализацию инвестпроектов на неопределенный срок, закрывает часть производственных участков с консервацией оборудования, снижает зарплату и сокращает сотрудникам рабочую неделю. Медные холдинги – ОАО «Уральская горно-металлургическая компания» (УГМК) и ОАО «Русская медная компания» (РМК), суммарно производящие свыше половины данного металла в России, в связи с падением мировых цен (в марте 2020 года – на 20%) и прогнозируемого спроса (на 10-15%) на медь снижают себестоимость [4].

Магнитогорский металлургический комбинат намерен сократить инвестиции в 2020 году на 20% (до 700 миллионов долларов). Однако в целом, со стороны металлургов речь не идет о полном пересмотре инвестиционных программ. О намерении продолжить реализацию инвестиционной программы объявили ПАО ЧТПЗ, ОАО «НЛМК-Урал», ОАО «Евраз НТМК», ОАО «Русал». В фазе падения при любом кризисе металлургия находится около года-двух, затем начинается восстановление, соответственно, металлургия Урала «выберется из ямы», по нашим оценкам, к концу 2021-го – началу 2022 года.

В Курганской области индекс промышленного производства падает в связи с ограничениями из-за распространения коронавирусной инфекции, нарушения ряда производственных цепочек, роста тарифов на электроэнергию. За 1 полугодие 2020 года индекс обрабатывающих производств, которые занимают в структуре промышленности региона более 80%, составил 101,7% по отношению к аналогичному периоду 2019 года. На ситуацию в Пермском крае, промышленность которого специализируется на химии и нефтехимии, добыче нефти, целлюлозно-бумажном производстве, негативно влияют два базовых фактора: падение цен на энергоносители и удобрения на мировых рынках. В крае в мае 2020 года наблюдалось максимальное за полугодие падение производства: в целом по промышленности – на 10%, в сфере добычи нефти и природного газа – на 15%.

Для основных нефтедобывающих территорий – Ханты-Мансийского (ХМАО) и Ямало-Ненецкого (ЯНАО) автономных округов значимым фактором снижения объемов производства стало сокращение добычи нефти в соответствии с договоренностями ОПЕК+. В ХМАО спад производства за первое полугодие 2020 года составил 4,9%, а в ЯНАО – 2,9% относительно аналогичного периода 2019 года. Тюменская область по итогам 1 полугодия, согласно данным Росстата, стала лидером роста промышленного производства в стране (+28,6% по отношению к первому полугодю 2019 года). Благодаря тесному взаимодействию бизнеса и власти областные предприятия перенастроили свою работу для выпуска актуальных для настоящей действительности товаров. Например, предприятия и организации легкой промышленности (порядка 60 предприятий) стали выпускать средства индивидуальной защиты, которые необходимы для обеспечения бесперебойной работы учреждений здравоохранения, предприятия химической промышленности – антисептические и дезинфицирующие средства.

Таким образом, согласно информации Росстата, за период пандемии показатели развития промышленного производства регионов Урала, объемов инвестиций снизились незначительно. Кризис отразился на финансовом положении и уровне закредитованности предприятий, росте безработицы. В целом, степень влияния негативных внешних тенденций на развития индустриального комплекса определялась: специализацией промышленности, жесткостью карантинных ограничений, эффективностью взаимодействия власти и бизнеса.

Основные результаты и их обсуждение

Согласно логике любого исследования, необходимо сформировать рецепты для ускоренного оздоровления промышленности России. Однако неоднозначность оценки существующей ситуации не позволяет сформировать универсальные рецепты эффективной государственной поддержки. В рамках проведенного исследования можно сформировать основные точки приложения усилий государства:

- снижение уровня безработицы. В сравнении с прочими территориями России, регионы Урала не выбиваются из общего уровня. Тревожным сигналом является усиление внутренней миграции.

Только из Пермского края с начала года выехала почти тысяча человек в Свердловскую и Тюменскую области, г. Санкт-Петербург и Ленинградскую область, Краснодарский край;

- активизация протекционистской политики государства для поддержания внутреннего спроса (в рамках госзакупок, муниципальных закупок, закупок государственных корпораций) и роста экспорта (путем удержания экспортных рынков и выхода на новые);
- поддержка политики импортозамещения;
- поддержка экспорта;
- снижение налоговой нагрузки на предприятия;
- уменьшение закредитованности предприятий;
- создание благоприятной среды для обеспечения восстановительного роста малого и среднего бизнеса;
- развитие медицинской и фармацевтической отраслей.

В целом, на уровне каждого региона необходимо ввести адаптивное ручное управление промышленностью. Сейчас самое время включить режим экономии, пересмотрев расходы бюджетов, устранив неэффективные.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и БРФФИ в рамках научного проекта № 20-510-00002.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гриб С.А.* Промышленная политика // Аудитор. 2006. № 1. С. 55-57.
2. *Ковалева А.* Экономика растет, но глобальный кризис будет неизбежен к концу 2020 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lentachel-ru.turbopages.org/lentachel.ru/s/news/2020/09/07/ekonomika-rastet-no-globalnyy-krizis-budet-neizbezhen-k-kontsu-2020-goda.html> (дата обращения 07.09.2020).
3. *Рыбаков Ф.Ф.* Промышленная политика: инновационная и инвестиционная составляющая // Инновации. 2011. № 2. С. 77-82.
4. *Санатина Ю.* Выжидание металла // Российская газета - Экономика УРФО. 2020. № 102 (8156).
5. *Altenburg T.* Industrial Policy in Developing Countries // Discussion Paper of the German Development Institute. 2011. № 4. 97 p.
6. *Chang H.J., Lin J.* Should Industrial Policy in Developing Countries conform Comparative Advantage or Defy it? A debate between Justin Lin and Ha Joon Chang // Development Policy Review. 2009. № 27 (5). P. 483-502.
7. *Okuno-Fujiwara M., Suzumura K.* Economic Analysis of Industrial Policy: A Conceptual Framework Through the Japanese Experience. Tokyo, 1985.
8. *Pack H., Saggi K.* Is There a Case for Industrial Policy? A Critical Survey. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://wbro.oxfordjournals.org/content/21/2/267.short> (дата обращения 20.12.2014).
9. *Reich R.* The next American frontier. New York: Times Books, 1983. 324 p.
10. *Rodrik D.* Industrial policy: don't ask why, ask how // Middle East Dev. J. 2009. № 1 (1). P. 1-29.

ОСОБЕННОСТИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

Аннотация. В статье рассмотрена сущность промышленной политики и эволюция ее нормативного закрепления в России. Отмечена важность промышленной политики в контексте достижения целей социально-экономического развития. Автором предложено учитывать в этой политике особенности объектов регулирования. В этой связи, сформулированы особенности осуществления промышленной политики применительно к деятельности предприятий оборонно-промышленного комплекса.

Ключевые слова. Промышленность, промышленная политика, оборонно-промышленный комплекс, экономическая политика.

Knyaznedelin R.A.

SPECIFIC FEATURES OF THE INDUSTRIAL POLICY IMPLEMENTED IN THE DEFENSE-INDUSTRIAL COMPLEX

Abstract. The article examines the essence of industrial policy and the evolution of its legal consolidation in Russia. The importance of industrial policy in the context of achieving the goals of socio-economic development is noted. The author proposes to consider the peculiarities of the regulated objects in this policy. In this regard, the features of the implementation of industrial policy in relation to the activities of enterprises of the defense-industrial complex are formulated.

Keywords. Industry, industrial policy, defense-industrial complex, economic policy.

Введение

Можно выделить различные виды государственной экономической политики, с использованием различных квалификационных признаков. Как правило, в основу такого рода выделения ложится объект регулирования, то есть та сфера экономических отношений, целенаправленное воздействие на которую происходит в рамках конкретного вида политики. В частности, если речь идет о регулировании развития и функционирования промышленности, то ответственна за это промышленная политика.

Естественно предположить, что количество видов государственных экономических политик должно тем или иным образом коррелировать со структурой национальной экономики с тем, чтобы государственное регулирование охватывало все ее составляющие. Если этого не делать, то, в силу нарушения известного кибернетического «принципа необходимого разнообразия», сформулированного У.Р. Эшби, эффективное управление в экономике становится невозможно. Причем данный вывод распространяется на любую модель государства, независимо от того, в рамках какой концепции сформированы его институты [1]. Потому как даже в «предельно либеральных» моделях государства оно, тем не менее, не «уходит» из экономики вовсе, но применяет не прямые меры воздействия на нее.

ГРНТИ 06.71.67

© Князьнеделин Р.А., 2019

Радислав Алексеевич Князьнеделин – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник 33 ЦНИИИ Минобороны России (г. Вольск-18).

Контактные данные для связи с автором: 412918, Саратовская обл., Вольск-18, Краснознаменная ул., 1 (Russia, Saratov reg., Volsk-18, Krasnoznamennaya str., 1). Тел.: 8 (84593) 5-38-37.

Статья поступила в редакцию 01.10.2020.

Промышленность является одним из важных, системообразующих, секторов современной экономики [2], в этой связи резонно предположить, что промышленная политика является одним из базовых элементов государственной экономической политики. Но, к сожалению, это не всегда так. В частности, в Российской Федерации в официальном институциональном поле до 2014 года промышленной политики попросту не существовало. Она официально возникла лишь в конце 2014 года, с принятием Федерального закона «О промышленной политике в Российской Федерации» от 31.12.2014 г. № 488-ФЗ, который вступил в силу через 180 дней после официального опубликования, т.е., практически, лишь со 2 полугодия 2015 года.

Парадокс состоял не только в том, что промышленность имела, а соответствующей политики не было, но еще и в том, что в структуре федеральных органов исполнительной власти имелось (и имеется сейчас) Министерство промышленности и торговли Российской Федерации, которое решало непонятные задачи, т.к. промышленной политики в стране официально не существовало. Во многом сложившаяся ситуация объясняется господствовавшей с начала радикальных рыночных реформ, приведших к распаду СССР, парадигмой «рыночного фундаментализма» и представлениями о «постиндустриальной» экономике будущего, где промышленность будет не нужна.

Эти идеалистические и не имеющие отношения к реалиям развития современных национальных экономик представления профессор С.Д. Бодрунов метко назвал «миражами постиндустриализма», резко критикуя их и настаивая на том, что сегодня мир переходит не к постиндустриальному обществу, но к «новому индустриальному обществу второго поколения – НИО 2.0» (имеется в виду, что первое поколение индустриального общества было теоретически проработано в трудах Дж.К. Гэлбрейта) [3]. Соответственно, промышленная политика в таком обществе выходит на первый план, являясь одним из приоритетных видов экономической политики.

Следует сказать, что такое отношение к промышленной политике присутствовало не только в официальных кругах, но и в научном сообществе. Хотя, справедливости ради, следует отметить, что некоторые яркие его представители (например, уже упоминавшийся нами профессор С.Д. Бодрунов, а также академик С.Ю. Глазьев, профессор А.Е. Карлик и др.) настаивали на ошибочности такого восприятия состава видов государственной экономической политики, когда промышленная политика попросту игнорируется.

Сущность промышленной политики

Согласно ст. 3 ФЗ-488, «промышленная политика – комплекс правовых, экономических, организационных и иных мер, направленных на развитие промышленного потенциала Российской Федерации, обеспечение производства конкурентоспособной промышленной продукции». В литературных источниках, которые были проанализированы автором, и перечислять которые мы здесь не будем, приводятся аналогичные трактовки, которые могут несколько отличаться вследствие специфики цели и объекта конкретного исследования. Но в любом случае, промполитика – это система мер, а объектом их применения является промышленность.

Не вызывает сомнений и целевая направленность этих мер – «развитие промышленного потенциала» (на уровне страны или отрасли в целом не может идти речи об отдельном предприятии или производстве, поэтому резонно указывать на всеобъемлющий характер реализуемой политики) и «обеспечение производства конкурентоспособной промышленной продукции» (нет смысла, с позиций экономической рациональности, поддерживать неконкурентоспособные, т.е. нежизнеспособные, производства).

В то же время, в различных отраслях и сферах деятельности, исходя из особенностей их структуры, целевых функций, используемых технологий, хозяйственной, социальной и стратегической значимости и т.д., общие подходы к реализации промышленной политики могут быть скорректированы. В дальнейшем рассмотрении мы опишем эти особенности применительно к такому специфическому элементу национальной экономики, как оборонно-промышленный комплекс (ОПК).

Отличительные черты промышленной политики, реализуемой в ОПК

Применительно к деятельности предприятий ОПК понятие «конкурентоспособная продукция» имеет ограниченное использование. Во-первых, в силу строгой государственной регламентации оборота этой продукции, ее внутреннего (да и внешнего – тоже, в силу того что экспортные поставки вооружений в рамках военно-технического сотрудничества осуществляются в рамках межгосударственных

договоров, где рыночные принципы являются ограниченно применимыми) рынка не существует, поэтому оценить конкурентоспособность через рынок нельзя. Во-вторых, оценка конкурентоспособности может осуществляться аналитическим путем, через комплексное оценивание качества, построение функции полезности и т.п. Но и в этом случае, если производимая продукция отличается более низким качеством, по сравнению, например, с зарубежными аналогами, ее закупки могут продолжаться, т.к. без этого нельзя обеспечить боеспособность национальных армии и флота.

Итак, первая особенность промышленной политики в сфере ОПК состоит в том, что поддержка со стороны государства может оказываться в том числе и производителям неконкурентоспособной промышленной продукции военного назначения, что, строго говоря, вступает в противоречие с формальными нормами закона о промышленной политике. Тем не менее, этот парадоксальный, на первый взгляд, подход является вполне разумным применительно к ОПК.

Вторая особенность реализации промполитики в рассматриваемой сфере обусловлена преобладающей формой собственности в ОПК. Если среди промышленных предприятий современной России весьма распространены предприятия частные [4, 5], то оборонные предприятия, в силу их стратегической значимости и существенного вклада в обеспечение национальной безопасности, в той или иной мере контролируются государством. Либо эти предприятия существуют в различных форматах государственных предприятий (казенных, унитарных и др.), либо в формате особых некоммерческих организаций – госкорпораций (например, ГК «Росатом»), либо в форме акционерных обществ, доминирующим акционером (напрямую или через цепочку владения в рамках отраслевых оборонных холдингов), с долей в капитале до 100%, которых является государство.

Например, у акционерного общества «Объединенная судостроительная корпорация» (ОСК) (учреждено 21 марта 2007 г. согласно Указа Президента РФ № 394) 100% акций находится в федеральной собственности. При этом, в его состав входят 45 отдельных производственных предприятий, распределенных по всей территории страны. Например, ОСК является 100% собственником акций судостроительного завода АО «Адмиралтейские верфи», которое, в свою очередь, учредило 5 филиалов и 1 представительство. Всего же, согласно данным делового портала sbis.ru, в качестве связанных лиц у АО ОСК выступают 1 460 компаний.

Конечно, в рамках корпоративного права собственники не могут напрямую заниматься вопросами оперативного управления учрежденными ими акционерными обществами. В то же время, естественно, назначая доверенных лиц на руководящие посты, собственник (в данном случае – государство) получает возможность влиять не только на стратегические аспекты, но и на текущую производственную, сбытовую, кадровую, инновационную и т.д. политику предприятия. В итоге эта политика предприятия не всегда является, строго говоря, экономически целесообразной (по крайней мере, с позиций классической микроэкономической теории, которая утверждает, что главная цель функционирования фирмы – максимизация прибыли).

Подтверждением этого вывода являются результаты деятельности некоторых предприятий ОПК. Например, упоминавшееся выше АО ОСК имеет, согласно официальной информации, отрицательную рентабельность продаж (см.: <https://sbis.ru/contragents/7838395215/997450001>), которая составляет (-3.9%). Тем не менее, несмотря на отрицательные финансовые результаты деятельности, указанное предприятие ОПК продолжает работать и развиваться, решая важные задачи в области обеспечения национальной обороны.

Следовательно, вторая особенность промышленной политики в сфере ОПК состоит в том, что она может осуществляться с использованием не только экономического (косвенного, рыночного) инструментария, но и административно-распорядительного (планового, директивного). Такое положение дел определяется особым статусом предприятий ОПК, решающих стратегически важные для страны задачи, что приводит к частичному отходу в управлении ими от принципов экономической рациональности. Строго говоря, являясь коммерческими предприятиями, многие из них не проводят в реальности политику, ориентированную на максимизацию (или даже извлечение) прибыли. В этой связи, в рамках государственной промышленной политики должны быть предусмотрены возможности дофинансирования предприятий ОПК, в случае явной убыточности их хозяйственной деятельности.

Следует отметить, что предприятия ОПК не только зачастую производят технологически сложную продукцию, но и делают это в рамках многоуровневой кооперации, которая, в ряде случаев, сложна

лась еще в советское время [6]. Государство, будучи заинтересованным в результатах деятельности предприятий ОПК, которые состоят в выпуске конечной военной продукции в заданном ассортименте и количестве, конечно же, поддерживает их в рамках проводимой промышленной политики. И здесь отличий от предприятий других отраслей, казалось бы, нет.

Но, следует отметить, что в силу значительной длины указанных кооперационных цепочек, которые зачастую носят не просто технологический, но научно-производственный (т.е. в рамках этих кооперационных цепочек происходит совместное проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, осуществляется совместная деятельность по разработке и модернизации новых образцов вооружений) характер, а также базируются на уникальных компетенциях участников кооперации (т.е. имеются элементы монополизма), устойчивость кооперации имеет определяющее значение для устойчивости головного предприятия.

Значимость деятельности головных предприятий кооперации для решения общегосударственных задач достаточно велика, в связи с чем риски, возникающие в кооперационных цепочках, должны быть минимизированы. И решение этой задачи управления рисками не может быть возложено исключительно на головные предприятия. Оказанная им господдержка может оказаться нерезультативной в случае реализации описываемых рисков, причем возможность влиять на эти риски со стороны руководства головных предприятий ОПК весьма ограничена. Управление этими рисками зачастую находится в сфере компетенции менеджмента предприятий, входящих в кооперационные цепочки (сети).

Из вышеизложенного следует очевидный вывод, составляющий третью особенность промышленной политики в сфере ОПК – меры поддержки, осуществляемые в рамках государственной промышленной политики в отношении предприятий ОПК, должны быть адресованы не только отдельным предприятиям, но быть выстроены по кластерному принципу и ориентированы на поддержку кооперационных сетей предприятий. То есть, в данной сфере промышленная политика и кластерная политика должны осуществляться согласованно.

Учет этой, третьей, особенности особенно важен с учетом норм, установленных ст. 22 ФЗ-488, пункт 2 которой гласит: «В целях обеспечения выполнения государственного оборонного заказа организациями оборонно-промышленного комплекса устанавливается субсидиарная ответственность головных организаций интегрированных структур оборонно-промышленного комплекса за невыполнение или ненадлежащее выполнение государственного оборонного заказа организациями оборонно-промышленного комплекса, входящими в состав соответствующей интегрированной структуры оборонно-промышленного комплекса, если иное не предусмотрено федеральными законами». Очевидно, что субсидиарная ответственность должна быть зеркально обеспечена «субсидиарными мерами господдержки».

Следует отметить, что ФЗ-488 (ст. 9) устанавливает следующие меры стимулирования деятельности в сфере промышленности: «путем предоставления ее субъектам финансовой, информационно-консультационной поддержки, поддержки осуществляемой ими научно-технической деятельности и инновационной деятельности в сфере промышленности, поддержки развития их кадрового потенциала, осуществляемой ими внешнеэкономической деятельности, предоставления государственных и муниципальных преференций, иных мер поддержки». Особую роль в условиях экономической модели России, выстроенной на основе рыночных принципов функционирования, имеет, безусловно, финансовая поддержка. Она предусмотрена законодательно и достаточно активно реализуется.

В то же время, при ее предоставлении следует учитывать специфику деятельности предприятий ОПК. Вопросы предоставления финансовой поддержки регламентируются ст. 10 ФЗ-488, где предусмотрено, что финансовая господдержка, предоставляемая в форме субсидий из бюджетов различных уровней, может обременяться рядом дополнительных условий, среди которых: (1) использование конкурсных механизмов предоставления субсидий; (2) установление штрафов при недостижении получателем субсидии заданных показателей эффективности; (3) предоставление субсидий на финансирование создания или модернизации промышленной инфраструктуры, в том числе с использованием наилучших доступных технологий, а также на освоение производства промышленной продукции. При этом, данные дополнительные требования «не применяются к субъектам деятельности в сфере промышленности ядерного оружейного комплекса». По нашему мнению, это ограничение стоит распространить и на другие компоненты ОПК страны.

Особое внимание мы хотели бы обратить на публичность и открытость в проведении промышленной политики [7], конкурсный характер оказания государственной поддержки промышленным предприятиям. Эти принципы вполне разумны, когда речь идет о промышленных предприятиях, выпускающих продукцию на открытый рынок со слабым государственным регулированием (бытовая техника, автомобили, продукты питания, мебель и др.), значительной по силе конкуренцией и, соответственно, с мощными механизмами рыночного саморегулирования. Здесь, во избежание возможных злоупотреблений и коррупционных проявлений, указанные принципы должны применяться в полной мере. Также эти принципы способствуют развитию конкурентной среды и повышению эффективности функционирования национальной экономики в целом.

Конечная военная продукция, а также многие комплектующие для ее производства и ремонта не имеют свободного рынка сбыта, зачастую единственным покупателем их продукции является государство (в лице уполномоченных органов, например, Министерства обороны) либо иностранные заказчики, сделки с которыми совершаются, опять же, с разрешения государства, государственные же органы строго задают условия (цена, количество, качественные характеристики) поставок. То есть, на рынке присутствует монополия. С другой стороны, сами предприятия ОПК, по крайней мере, производящие конечную военную продукцию, являются монополистами. Таким образом, рассматриваемый рынок является особенным – это «двусторонняя монополия». Отсутствие публичности при распределении финансовых ресурсов господдержки, в этой связи, неспособно нанести ущерб ничьим экономическим интересам.

Помимо этого, в рамках законодательства о защите государственной тайны, сведения об обороте продукции военного назначения в ряде случаев имеют гриф секретности. Это также не позволяет раскрывать их в полном объеме, т.к. такое раскрытие может нанести ущерб национальным интересам Российской Федерации, ослабить ее уровень безопасности в оборонной и других сферах. В то же время, излишняя закрытость в распределении государственных финансовых ресурсов при реализации промышленной политики может привести к неэффективности их использования, а то и к появлению коррупции [8]. Это обстоятельство следует учитывать.

Таким образом, четвертая особенность промышленной политики в сфере ОПК состоит в том, что меры финансовой поддержки, оказываемой ею предприятиям, следует реализовывать с ограниченным использованием принципов публичности, открытости и конкурентности, но при этом с использованием мер усиленного финансового контроля и обязательной реализацией мероприятий, направленных на противодействие коррупции. Последнее обстоятельство важно еще и в том плане, что коррупция в ОПК, помимо ее общих негативных эффектов в форме нанесения экономического и социального ущерба, несет в себе риски ослабления национальной безопасности, что означает больший общественный вред коррупции в ОПК по сравнению с другими секторами промышленности.

Финансовый контроль в сфере ОПК, в частности при выполнении Государственного оборонного заказа (ГОЗ), осуществляется по специальным правилам [9], а расчетно-кассовое обслуживание исполнителей ГОЗ происходит через уполномоченные банки. Отметим, что «в конце 2017 года ЦБ перестал публиковать на своем сайте перечень уполномоченных банков в сфере гособоронзаказа. По состоянию на 1 октября 2017 года в этот список входили Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Россельхозбанк, ВБРР, Новикомбанк, АБ "Россия" и банк "Санкт-Петербург"» (цит. по: <https://www.interfax.ru/russia/645784>). В декабре 2019 года среди «уполномоченных» банков был выделен «опорный» банк.

Этим статусом наделен государственный Промсвязьбанк. При этом, продажа и иные способы отчуждения акций банка, находящихся в собственности РФ, а также передача их в залог и доверительное управление не допускается. Планируется 70% объема денежных средств, которые предназначаются для финансирования ГОЗ, размещать на счетах Промсвязьбанка, остальное финансирование будет распределяться по-прежнему среди других уполномоченных банков (см.: <https://www.interfax.ru/russia/687711>).

Фактически, в данном случае мы наблюдаем «условную приватизацию» одной из функций государственной политики в сфере поддержки промышленных предприятий, входящих в состав ОПК. Поясним нашу мысль. Субъектами государственной политики, в том числе промышленной, являются государственные органы. Промсвязьбанк, при том, что 100% его капитала находится в собственности

РФ, тем не менее, по закону является акционерным обществом, то есть частным предприятием. При этом, осуществление финансовых операций, связанных с реализацией промышленной политики в сфере ОПК, де-факто, передано этой кредитной организации.

Этот подход нам не представляется случайным или непродуманным. Если в других сферах промышленности целесообразность его реализации может быть дискуссионной, то предприятия ОПК работают в особом режиме внешнеполитического давления. Приведем лишь один пример (цитирование по: <https://www.gazeta.ru/business/2018/09/25/11997217.shtml>, новость от 25.09.2018):

«Министерство торговли США опубликовало список из 12 российских организаций... По мнению американских властей, все поименованные компании действуют вразрез с интересами национальной безопасности Соединенных Штатов. При этом АО «НИИ «Вектор», «ИнфоТеКС», ФГУП НПП «Гамма» и Syrgus Systems обвиняются в том, что они «способствовали деятельности злонамеренных российских субъектов в киберпространстве». «Дайвтехносервис» и научно-производственное предприятие подводных технологий «Океанос» внесены в санкционный список за «поставки оборудования и оказание поддержки ВМФ России». «Аэрокомпозит», обнинское научно-производственное предприятие «Технология», «Авиадвигатель», «Системы прецизионного приборостроения», воронежский НИИ «Вега» пострадали «за поддержку российской военной аэрокосмической отрасли». A Nilco Group, базирующаяся в Белоруссии, Иране и России, включена в список по обвинению в материальной поддержке иранской ядерной программы».

В отношении всех перечисленных выше предприятий были введены торговые, производственные и финансовые ограничения не только для американского бизнеса, но и для компаний из третьих стран. В тех случаях, когда санкционный режим в явном виде не вводится, политико-экономическое, финансовое, торговое, административное и иное давление на предприятия ОПК РФ, особенно те, продукция которых конкурирует в мире с продукцией американского производства, а также существенно повышает уровень обороноспособности России, является существенным и постоянным. В этой связи, ход, аналогичный тому, что предпринят с Промсвязьбанком, является, по нашему мнению, оправданным и типичным (автору хотелось бы, чтобы в практике это было так).

Пятая особенность промышленной политики в сфере ОПК состоит в том, что ее субъектами являются не только государственные органы, но – предпочтительно – специально создаваемые уполномоченные организации, действующие при реализации промышленной политики от лица Российской Федерации, но юридически обладающие собственной правосубъектностью. Такой подход позволяет разделить контур промышленной политики в целом и ее составляющую, направленную на регулирование отношений в ОПК с тем, чтобы оградить гражданские отрасли промышленности от возможных иностранных санкций и иных форм давления, подрывающих ее конкурентоспособность и оказывающих сдерживающее воздействие на развитие.

Заметим, что такой механизм разделения ответственности используется не только в ОПК, но и в других областях при реализации государственной промышленной политики. В частности, в ст. 11 488-ФЗ описан механизм функционирования государственных фондов развития промышленности: «Финансовую поддержку субъектов деятельности в сфере промышленности могут предоставлять государственные фонды развития промышленности, создаваемые Российской Федерацией или субъектами Российской Федерации в организационно-правовой форме фонда или автономного учреждения либо создаваемые Российской Федерацией или субъектами Российской Федерации совместно с организациями, входящими в состав инфраструктуры поддержки деятельности в сфере промышленности, в организационно-правовой форме фонда. Государственные фонды развития промышленности являются организациями, входящими в состав инфраструктуры поддержки деятельности в сфере промышленности».

Заключение

Завершая наш анализ, отметим, что рассмотренная специфика реализации промышленной политики в сфере ОПК не противоречит, но развивает и дополняет положения, нашедшие отражение в главе 4 «Особенности промышленной политики в оборонно-промышленном комплексе» соответствующего федерального закона. По мнению автора, при дальнейших корректировках этого закона, внесении в него изменений и дополнений, авторские рекомендации следует также учесть. Это повысит эффективность и качество осуществления промышленной политики в отношении предприятий ОПК.

Также следует подчеркнуть, что сложный характер ОПК как большой системы (этот термин использован нами в строгом значении, которое приписывается ему в общей теории систем [10]) требует использования комплексных, смешанных механизмов регулирования его развития и функционирования. По своей природе ОПК является более командно-административным, чем рыночным образованием. Но функционирует он в рыночной среде российской экономики.

В этой связи, необходимо активно внедрять рыночные механизмы во все сферы экономики ОПК, и особенно важно, чтобы принимаемые управленческие решения соответствовали рыночным механизмам, а это требует пересмотра реализуемой промышленной политики как на макро-, так и на мезо- и микроуровнях хозяйственной системы, разработки новой ее модели. Основным вектор этих преобразований, по мнению автора, состоит в оптимизации сочетания рыночных и планово-административных механизмов регулирования ОПК и его развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Плотников В.А.* Выбор модели экономического развития Российской Федерации: патернализм или либерализм // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2006. № 1 (45). С. 147-150.
2. *Вертакова Ю.В., Плотников В.А.* Российская промышленность: текущее состояние и перспективы развития // Экономика и управление. 2014. № 5 (103). С. 39-44.
3. *Бодрунов С.Д.* Россия в эпоху перехода к новоиндустриальной экономике: императивы модернизации // Научные труды Вольного экономического общества России. 2019. Т. 215. № 1. С. 24-39.
4. *Макаров И.Н., Колесников В.В.* Спецификация прав собственности как экономической основы эффективного развития национальной промышленности на основе государственно-частного партнерства // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2018. № 1 (35). С. 35-39.
5. *Положенцева Ю.С., Вертакова Ю.В., Скочко А.Ю.* Государственное регулирование структурных изменений в промышленности // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2018. № 3 (37). С. 25-30.
6. Импортзамещение в оборонно-промышленном комплексе: теоретические и прикладные аспекты: монография / А.Х. Курбанов, В.Е. Наружный, В.А. Плотников, Р.А. Князьнеделин, Т.Х. Курбанов. М.: РУСАЙНС, 2020. 166 с.
7. *Фомина Э.А.* Элементы государственного регулирования хозяйственных систем открытого типа в условиях глобализации // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2018. № 4 (38). С. 27-30.
8. *Курбанов А.Х., Шильников В.Г.* Воздействие теневых экономических процессов на систему логистического обеспечения военной организации государства // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2018. № 2 (36). С. 51-54.
9. *Курбанов А.Х., Наружный В.Е., Плотников В.А.* Банковское сопровождение государственного оборонного заказа: специфика и особенности реализации // Управленческое консультирование. 2015. № 10 (82). С. 101-109.
10. *Ван Гиг Дж.* Прикладная общая теория систем. В 2-х т. Т. 2. М.: Мир, 1981. 734 с.

Галкин Д.Г.

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОГО ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

***Аннотация.** Развитие различных моделей производства продовольствия в рамках традиционного и экосистемного подходов связано с привлечением дополнительных нематериальных факторов. Представлены рекомендации по развитию производства экологически чистого продовольствия на основе получения права пользования географических указаний организациями в отдельных эколого-экономических зонах. Выделены функции и преимущества географических указаний, разработан универсальный алгоритм их регистрации и использования. Результаты вносят некоторый вклад в теорию развития экосистемного подхода к производству продовольствия.*

***Ключевые слова.** Географические указания, экосистемный подход, регион, нематериальные факторы, продовольствие.*

Galkin D.G.

GEOGRAPHICAL INDICATIONS AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF ECOLOGICALLY CLEAN FOOD PRODUCTION

***Abstract.** The development of different models of food production in the framework of traditional and ecosystem approaches is associated with the identification of complementary tools in their implementation. Recommendations for the development of production of ecologically clean food based on obtaining the right to use geographical indications of organizations in separate ecological and economic zones. Dedicated functions and benefits of geographical indications developed a universal algorithm for their registration and use. The results make some contribution to the theory of ecosystem development approach to food production. General research methods are used to study economic phenomena.*

***Keywords.** Geographical indications, ecosystem approach, region, intangible factors, food.*

Введение

Возможности реализации потенциала отдельных эколого-экономических зон на основе технологических, организационных и экономических мероприятий исследуются в рамках экосистемного подхода к производству продовольствия [1; 2]. Цель статьи заключается в разработке рекомендаций по развитию производства экологически чистого продовольствия на уровне отдельных эколого-экономических зон для обеспечения устойчивости их функционирования.

Традиционный и экосистемный подходы к производству продовольствия

Из существующих моделей сельского хозяйства, сгруппированных по характеру воздействия на окружающую среду [3], следует выделить смешанное сельское хозяйство, роль производителей в котором заключается в придании «естественности» продукции, а также сочетание высокотехнологичной и смешанной моделей, при котором технологии, направленные на повышение эффективности произ-

ГРНТИ 06.71.07

© Галкин Д.Г., 2020

Денис Геннадьевич Галкин – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики, анализа и информационных технологий Алтайского государственного аграрного университета (г. Барнаул).

Контактные данные для связи с автором: 656031, Барнаул, Молодежная ул., д. 45 (Russia, Barnaul, Molodezhnaya str., 45). Тел.: +7 3852 20-31-89. E-mail: gennadichu@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 09.09.2020.

водства, взаимодействуют с элементами внутренней и окружающей сред. Обе модели могут быть реализованы в рамках экосистемного подхода и ориентированы на регионального или национального потребителя.

Инструменты поддержки производств экологически чистого продовольствия отражены в рамках модели управления развитием производства экологически чистого продовольствия [2]. При ориентации производства на внутренний рынок значимыми инструментами могут стать нематериальные факторы эколого-экономической зон. Зарубежный опыт показывает, что наиболее конкурентоспособны территории, обладающие уникальными стратегическими активами: природным потенциалом, технологиями, трудовыми ресурсами с определенными знаниями и навыками [16]. В качестве стратегического актива всё чаще рассматриваются некоторые объекты интеллектуальной собственности (ИС), влияющие на развитие страны, региона или эколого-экономической зоны. Одним из таких объектов являются географические указания (ГУ), которые могут стать значимыми в развитии производства продовольствия.

Нематериальные факторы развития производства продовольствия

В общем виде географические указания – обозначения, используемые на товарах, которые имеют уникальное географическое происхождение и обладают свойствами, связанными с местом их происхождения. Как следствие, ГУ включают название географического объекта. Примером ГУ, как правило, является продовольствие, свойства которого обусловлены особыми местными географическими факторами (климат и почва). Функционирование обозначения в качестве ГУ определяются и охраняются в соответствии с законодательством.

Например, шампанское признано в Европе, потому что оно соответствует игристому вину, производимому в винодельческом регионе Шампань. ГУ «Рокфор» идентифицирует сыр, произведенный из овечьего молока и выдержанный в пещерах Рокфор-сюр-Сульзон (охраняется в ЕС в соответствии с Правилom № 2081/92 и в США в соответствии с регистрационным знаком № 571/798) [4].

С учётом вышеизложенного, можно выделить отличительные признаки ГУ: содержат название региона, указывающее на то, что продукт связан с определенной местностью; товар обладает особым качеством и характеристиками, обусловленными его географическим происхождением; товар подразумевает существенные или исключительные природные и человеческие факторы географической среды, приводящие к определенным свойствам и высокому качеству.

Знак ГУ подтверждает, что качество и репутация продукта зависят от его географического происхождения [11]. Это положение закреплено Всемирной торговой организацией в рамках Соглашения о правах на интеллектуальную собственность. Влияние ГУ на качество и безопасность продовольствия может быть обусловлено биоразнообразием, что объясняется сочетанием уникальных климатических условий, характеристик почвы, местных пород животных или сортов растений, местного ноу-хау, исторических или культурных традиций, касающихся производства [14].

Также в программе ФАО говорится о том, что ГУ могут быть импульсом развития биоразнообразия, и, как следствие, вносят значительный вклад в безопасность пищевых продуктов, поскольку для их производства часто используются традиционные или специфически адаптированные к местным условиям виды, сорта, породы и микроорганизмы [12]. Регистрация и использование ГУ, прежде всего, помогают защитить продукты питания, связанные с определенной территорией. Нанесение на продовольствие специальных эмблем, связанных с местом его происхождения, может сыграть особую роль в сохранении традиционных видов продукции [15].

ГУ могут быть использованы для создания добавленной стоимости, защиты региона-производителя, укрепления внутреннего рынка, защиты потребителя, развития сельских районов (может влиять на создание и поддержание занятости, распределение доходов), социальной (сплоченность местных субъектов) и экологической устойчивости (биоразнообразие, ландшафт, землепользование). Также ГУ рассматриваются в качестве инструмента, способного содействовать сохранению традиций (нематериальному наследию) и окружающей среды. ГУ может послужить стимулом для сохранения материального наследия (архитектурного ансамбля, производственных площадок и т.д.), развития туризма, гостиничного бизнеса, общественного питания, ремесленных и других услуг [17].

Для производителей ГУ являются инструментом правовой защиты, поскольку вносят вклад в борьбу с контрафактной продукцией, для потребителей обеспечивают прослеживаемость (исходя из ГУ) и соот-

ветствие указанной характеристике. ГУ могут способствовать развитию мелких и средних товаропроизводителей, поскольку этот уникальный актив может повысить конкурентоспособность в сравнении с крупными товаропроизводителями. Кроме того, ГУ может позволить устанавливать более высокие цены и способствовать стабильности спроса [17].

Экономический аргумент против защиты ГУ заключается в том, что они предоставляют монополию географически ограниченному набору товаропроизводителей. Такая монополия явно выражена во Франции. Земля в регионе Шампань может продаваться по цене 1 000 тыс. евро за гектар, в то время как стоимость аналогичных участков земли в соседних регионах – 4 тыс. евро за гектар [13].

Гражданский кодекс РФ выделяет наиболее близкие виды защиты интеллектуальной собственности, которые могут использоваться для географических названий или символов в России: товарные знаки и знаки обслуживания, наименования места происхождения товара (НМПТ). НМПТ является частным случаем концепции ГУ.

Определение понятия НМПТ представлено в ГК РФ [5]. Примеры НМПТ в России: московская булочка, которая имеет определенный рецепт и особую форму; башкирский мед, традиционно производимый в Башкирии; вологодское масло; сыр адыгейский, тульский пряник и др. В России зарегистрировано 196 НМПТ, из которых 160 российских и 31 иностранное, в ЕС – более 3 000. Динамика подачи и выдачи свидетельств на НМПТ в РФ за последние 5 лет положительная (таблица 1).

Таблица 1

Динамика заявок и свидетельств на НМПТ в РФ [7]

| Показатель | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Коэф. роста, 2019 к 2015 |
|--|------|------|------|------|------|--------------------------|
| Заявки на государственную регистрацию НМПТ | | | | | | |
| резиденты | 43 | 42 | 56 | 97 | 92 | 2,14 |
| нерезиденты | 1 | 2 | – | 2 | 8 | 8,00 |
| Выдано свидетельств на НМПТ | | | | | | |
| резиденты | 25 | 16 | 27 | 36 | 66 | 2,64 |
| нерезиденты | – | 8 | 3 | – | 1 | – |

В 2019 г. подано заявок на НМПТ от резидентов в 2,14 раза больше относительно 2015 г., выдано свидетельств больше в 2,64 раза, аналогичный показатель по подаче заявок от иностранных заявителей увеличился в 8 раз. Однако в России существуют некоторые трудности в правовой защите наименований мест происхождения, вызванные, в частности, низким уровнем осведомленности населения, желанием производителей быть монополистами и недостаточным правовым регулированием [4].

ГУ – новый вид средств индивидуализации товаров для РФ. С 27 июля 2020 г. вступили в силу изменения в ГК РФ, часть 4 в соответствии с Федеральным законом от 26 июля 2019 г. № 230-ФЗ. У граждан, юридических лиц, ассоциаций и иных объединений появилась возможность регистрации ГУ. ГУ, в соответствии с законом № 230-ФЗ признается обозначение, идентифицирующее происходящий с территории географического объекта товар, определенное качество, репутация или другие характеристики которого в значительной степени связаны с его географическим происхождением [8].

При этом, регистрация и использование ГУ может рассматриваться как дополнительный принцип различных моделей производства продовольствия в рамках экосистемного подхода. ГУ – активы, позволяющие закрепить исключительные права на данные указания за товаропроизводителями. В свою очередь, товаропроизводители, получившие право на использование ГУ, смогут на продукцию наносить специальные эмблемы, которые будут указывать на наличие в сопровождаемом товаре уникальных свойств и являться знаком качества.

Право на использование ГУ носит коллективный, а не монополичный характер, т.е. предоставляется всем участникам рынка, находящимся в географическом объекте и производящим товар, особые свойства которого определяются характерными для данного объекта факторами. Коллективный характер ГУ может быть определен как добровольные действия, предпринятые участниками рынка для достижения общих интересов. В то же время, коллективные действия позволяют местным товаропроизводителям получать нематериальные ресурсы, такие как информация и доверие.

С учетом рассмотренного зарубежного опыта предполагается, что ГУ целесообразно применять к товарам, на производстве которых специализируется регион или эколого-экономическая зона [9]. В качестве примера предлагается Алтайский край, занимающий первое место в РФ по производству гречихи. По итогам 2019 г. это производство составило 49,96% общероссийского валового сбора [6]. В 2018 г. Алтайскому краю принадлежал 13,51% мирового валового сбора [10].

Регистрация производителями гречихи Алтайского края в качестве географического указания словесного обозначения, содержащего слово «алтайский», позволит, по мнению автора, получить дополнительные преимущества на рынке и возможность укрепления бренда (имиджа) региона. При этом преимущества в результате регистрации и использования ГУ «Алтайская гречиха» могут отличаться для моделей традиционного и экосистемного подходов (таблица 2).

Таблица 2

Преимущества при использовании ГУ «Алтайская гречиха»

| Модели традиционного подхода | Модели экосистемного подхода |
|---|--|
| Преимущества для товаропроизводителей | |
| Увеличение добавленной стоимости продукта, доходов собственников, появление возможностей для расширенного воспроизводства | Более высокая добавленная стоимость продукта относительно создаваемой в рамках моделей традиционного подхода |
| Участие в федеральных программах различной направленности, получение дополнительных преференций для развития отрасли | Возможность участия в большем количестве целевых программ, в том числе как товаропроизводителю экологически чистого продовольствия |
| Расширение рынка сбыта продукции (внутренний рынок, экспорт) | Участие в процессе воспроизводства окружающей среды, сохранение природного капитала |
| Обозначение дополнительного фактора конкурентоспособности продукции | Обозначение дополнительного фактора конкурентоспособности продукции |
| Защита товаропроизводителей от недобросовестной конкуренции | Защита товаропроизводителей от недобросовестной конкуренции |
| Появление специальной эмблемы на упаковке продукции, указывающей на связь с географическим объектом | Появление дополнительной специальной эмблемы на упаковке продукции, указывающей на связь с географическим объектом |
| Преимущества для регионов/эколого-экономических зон | |
| Увеличение налоговых поступлений | Увеличение налоговых поступлений за счет появления большего количества организаций (вновь созданных) |
| Увеличение доходов населения, повышение социальной устойчивости | Увеличение доходов населения, увеличение количества занятых за счет вновь созданных организаций, социальная и экологическая устойчивость |
| Привлечение инвестиций для развития отрасли | Привлечение инвестиций для развития отрасли |
| Появление возможности у населения выявлять качественный товар | Появление возможности у населения выявлять органическую продукцию местных товаропроизводителей |
| Улучшение имиджа региона | Улучшение имиджа региона |

Коллективный характер географических указаний предполагает наличие универсального алгоритма их регистрации и использования для моделей сельского хозяйства, реализуемых в рамках традиционного и экосистемного подходов (см. рис.). Алгоритм может включать следующие этапы:

1. Выявление продукции с особыми свойствами с учётом региональной специализации.
2. Связь особых свойств продукции с географической средой.
3. Оценка вероятности признания продукции особой и получения свидетельства на ГУ.
4. Подача заявки на регистрацию ГУ в Федеральный институт промышленной собственности каждым товаропроизводителем независимо друг от друга.
5. Регистрация ГУ за рубежом на основе охранного документа (свидетельства), полученного в РФ (в случае необходимости).

Соблюдение последовательности предлагаемых действий в процессе формирования и использования ГУ позволит производителям гречихи получить исключительное право пользования известным словесным обозначением, обеспечить защиту от недобросовестной конкуренции. ГУ обладает защитной, различительной, рекламной и информационной функциями, позволяющими: охранять обозначение от использования другими участниками рынка, не имеющими отношения к географическому объекту; информировать потребителя о наличии у товара особых свойств; выделить товар среди аналогичных; продвигать товар на российском и зарубежном рынках, завоевывать симпатии потребителей.



Рис. Алгоритм регистрации и использования географических указаний

Заключение

Регистрация и использование географических указаний представляется актуальным в рамках традиционного и экосистемного подходов к производству продовольствия.

Во-первых, это подтверждается наличием связей между ГУ и качеством продовольствия. Использование ГУ в моделях экосистемного подхода обеспечивают дополнительные преимущества относительно моделей традиционного с точки зрения более высокого качества продовольствия за счет более строгих стандартов, высокой добавленной стоимости и сохранения природного капитала.

Во-вторых, регистрация и использование ГУ требуют от товаропроизводителей коллективных действий, что способствует появлению дополнительного информационного обмена между ними.

При этом, универсальный алгоритм регистрации и использования ГУ для моделей сельского хозяйства, реализуемых в рамках традиционного и экосистемного подходов, позволит снизить транзакционные издержки действия патентной системы на этапе регистрации географических указаний.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Министерства культуры, образования, науки и спорта Монголии в рамках научного проекта №19-510-44011 Монг_т.

ЛИТЕРАТУРА

1. Галкин Д.Г. Развитие регионов агропромышленной специализации в постиндустриальной экономике: новые подходы к производству продовольствия // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. № 10 (406). С. 94-101.
2. Галкин Д.Г. Механизм управления развитием производства экологически чистого продовольствия // Вестник Челябинского государственного университета. 2018. № 3 (413). С. 61-69.
3. Галкин Д.Г. Устойчивые модели сельского хозяйства // Вектор экономики. 2019. № 11.
4. Географические указания. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.wipo.int/sme/ru/ip_business/collective_marks/geographical_indications.htm (дата обращения 01.09.2020).
5. Гражданский кодекс РФ. Часть 4 // Информационно-правовой портал ГАРАНТ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru> (дата обращения 02.09.2020).
6. Единая межведомственная информационно-статистическая система. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fedstat.ru> (дата обращения 02.09.2020).
7. НМПТ и региональные бренды. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rupto.ru/ru/sourses/regional-brands> (дата обращения 02.09.2020).
8. О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и статьи 1 и 23.1 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»: Федеральный закон ФЗ от 26 июля 2019 г. № 230-ФЗ.
9. Поспелова И.Н. Ресурсный потенциал Алтайского края в экологически безопасном производстве молочной продукции // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2017. № 6 (152). С. 167-170.
10. Фаостат. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fao.org/statistics/ru> (дата обращения 01.09.2020).
11. Belletti G., Marescotti A. Origin products, geographical indications and rural development. In: Labels of Origin for Food: Local Development, Global Recognition. CABI Publishing: Rugfest Wallingford, 2011. P. 75-91.
12. Biodiversity for Food and Agriculture Contributing to food security and sustainability in a changing world. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fao.org/3/a-i1980e.pdf> 2011 (дата обращения 25.08.2020).
13. Deconinck K., Swinnen J. The Political Economy of Geographical Indications // LICOS Discussion Paper. 2014. 36 p.
14. De Rosa M. The role of geographical indication in supporting food safety: a not taken for granted nexus // Italian Journal of Food Safety. 2015. Vol. 4 (4).
15. FAO highlights added value of geographical indications in agricultural products' labeling. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fao.org/russian-federation/news/detail-events/en/c/1189106> (дата обращения 25.08.2020).
16. Medeiros M., Passador C., Passador J. Implications of geographical indications: a comprehensive review of papers listed in capes' journal database // INMR – Innovation & Management Review. 2017. Vol. 13 (4). P. 315-329.
17. Slade P. Michler J.D., Josephson A. Foreign geographical indications, consumer preferences, and the domestic market for cheese // Applied Economic Perspectives and Policy. 2019. Vol. 41 (3). P. 370-390.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ И ОТРАСЛЕЙ

Корелин В.В., Новодацкий С.С., Карабекова А.А.

КОНКУРЕНЦИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА

***Аннотация.** В статье рассмотрена структура современного российского электроэнергетического рынка, выявлены факторы, влияющие на конкурентоспособность генерирующих компаний, рассчитан уровень концентрации с использованием индекса Херфиндаля-Хиршмана и проанализированы барьеры входа (выхода) на электроэнергетический рынок.*

***Ключевые слова.** Конкурентоспособность, генерирующие компании, электроэнергетический рынок, индекса Херфиндаля-Хиршмана.*

Korelin V.V., Novodatskii S.S., Karabekova A.A.

COMPETITION AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ELECTRICITY MARKET

***Abstract.** The article examines the structure of the modern Russian electricity market, identifies factors that affect the competitiveness of generating companies, calculates the level of competition concentration using the Herfindal-Hirschman index, and analyzes barriers to entry (exit) to the electricity market.*

***Keywords.** Competitiveness, generating companies, electric power market, Herfindal-Hirschman index.*

Введение

В наше время проблемы, связанные с конкурентоспособностью участников на электроэнергетическом рынке, являются весомыми и актуальными. Развитие конкуренции в данной отрасли представляет собой основополагающий фактор в развитии, как экономических процессов, так и экономики России в целом. Для генерирующих компаний и конечного потребителя электроэнергии развитие рынка имеет высокую значимость. За свою историю электроэнергетический рынок уже два раза подвергался структурным реформам. В начале 1990-х годов была создана двухуровневая структура, которая состояла из рынка «Единого покупателя» на федеральном уровне, а также вертикально-интегрированных компаний на региональном уровне. Большая часть таких организаций являлись дочерними компаниями предприятия РАО «ЕЭС России». Стоит отметить, что рынок был монополизирован, и конкуренция полностью отсутствовала, но в связи с реформа-

ГРНТИ 06.56.25

© Корелин В.В., Новодацкий С.С., Карабекова А.А., 2020

Владимир Владимирович Корелин – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Сергей Сергеевич Новодацкий – аспирант кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Арфения Ашотовна Карабекова – аспирант кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с авторами (Новодацкий С.С.): 191023, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21 (Russia, Saint-Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: +7 921 915-55-73. E-mail: novodatskiy@gmail.com.

Статья поступила в редакцию 08.06.2020.

ми, проведенными в отрасли, мы видим положительную тенденцию в развитии конкурентных отношений между участниками отрасли.

Предпосылки к формированию конкуренции на электроэнергетическом рынке России

Отправной точкой в формировании конкуренции между участниками электроэнергетического рынка стало реформирование энергетического сектора, которое следует разделить на три этапа. Первый – в период с 2001 по 2003 гг. были определены цели и задачи для правовой основы экономических отношений в электроэнергетике. Можно сказать, что до начала реформирования структуры рынка, здесь фактически была монополия в лице РАО «ЕЭС России». В 2001 году государство приняло постановление о реформировании электроэнергетики Российской Федерации, а в 2003 году – Федеральный закон «Об электроэнергетике».

Второй этап начинается в 2004 году, и к этому времени реорганизация РАО «ЕЭС России» была в основном завершена. В 2005 году на базе РАО «ЕЭС России» было создано 20 электрогенерирующих компаний оптового рынка, а либерализация рынка началась в 2007 году. Началом третьего этапа можно считать прекращение существования РАО «ЕЭС России» и запуск рынка мощностей в 2008 году. Благодаря этому деятельность вертикально-интегрированных компаний-монополистов начала делиться на три конкурирующие среды. Первая сфера – в генерации, вторая представляет собой передачу и распределение, третья – сбыт электроэнергии.

Сейчас электроэнергетический рынок находится на этапе трансформации. Большое влияние на данную отрасль оказывают крупные монополисты-поставщики топлива для электростанций. Такие организации вышли на рынок благодаря тому, что создали вертикально-интегрированные структуры. Среди них можно выделить «Газпром» и «СУЭК» [1]. Структура современного российского рынка генерации электроэнергии выглядит так, как приведено на рисунке.

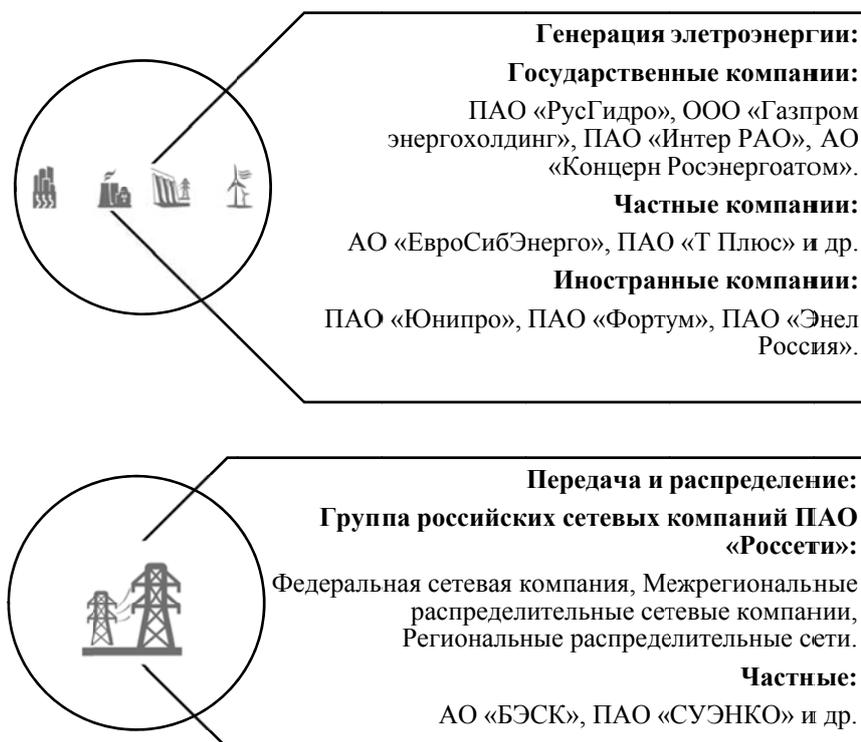


Рис. Структура электроэнергетической отрасли России [2]

Анализ концентрации конкуренции с применением индекса Херфиндаля-Хиршмана

Так или иначе, чтобы объективно оценить уровень концентрации конкуренции на рынке, нужно обратиться к индексу Херфиндаля-Хиршмана. Данный индекс был разработан О. Херфиндалем и А. Хиршманом и обозначается как НИИ. Индекс Херфиндаля-Хиршмана в полной мере может пред-

ставить уровень развития отрасли с точки зрения монополизации, в нашем случае – оценивается уровень монополизации электроэнергетического рынка. Для расчёта уровня концентрации используется следующая формула:

$$ННІ = \sum_{i=1}^n X_i^2,$$

где x_i – доля i -го субъекта хозяйственной деятельности в объеме реализованной продукции в отрасли в процентах; n – число хозяйствующих субъектов отрасли, которые действуют на рынке.

Величина ННІ находится в пределах от 0 (полная деконцентрация рынка) до 10 000 (рынок абсолютно монополизирован, и одна компания занимает 100% долю) [2, с. 185]. Исходя из имеющихся данных (см. табл.), произведя расчет, мы получили, что ННІ = 1281,24. Безусловно, реформирование электроэнергетической отрасли привело к увеличению числа независимых участников оптового рынка. Анализ с использованием индекса Херфиндаля-Хиршмана, в полной мере отражает следующие результаты:

- индекс Херфиндаля-Хиршмана находится в интервале $1000 < ННІ \leq 1800$, следовательно электроэнергетический рынок генерирующих компаний относится к умеренно концентрированным рынкам;
- слияния и поглощения не допускаются.

Таблица

Список генерирующих предприятий, являющиеся крупнейшими на территории РФ, 2018 год

| Название компании | Установленная мощность, ГВт | Доля от общей мощности, в % |
|-------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Русгидро | 39,8 | 20,66 |
| Интер-РАО | 32,9 | 17,07 |
| Росэнергоатом | 29,0 | 15,05 |
| Евросибэнерго | 19,5 | 10,12 |
| ОГК-2 | 18,0 | 9,34 |
| Иркутскэнерго | 12,98 | 6,74 |
| Мосэнерго | 12,8 | 6,64 |
| Юнипро | 11,2 | 5,81 |
| ТГК-1 | 7,0 | 3,63 |
| Энел Россия | 5,6 | 2,91 |
| ТГК-2 | 2,5 | 1,30 |
| ТКГ-14 | 0,7 | 0,36 |
| Квадра | 0,7 | 0,36 |
| Общая мощность | 192,68 | 100,00 |

Составлено авторами на основе данных [1].

Факторы, влияющие на конкурентоспособность генерирующих компаний

Второй аспект, на который нужно обратить внимание, изучая вопрос о развитии конкуренции на электроэнергетическом рынке – это факторы, которые отвечают за сдерживание стремительного развития конкурентной среды между генерирующими компаниями. Среди такого рода факторов отмечаются [4]:

- надежность и безопасность систем энергообеспечения;
- ответственность социальная и корпоративная;
- эффективность с точки зрения экономики;
- воздействие на экологию;
- возможные риски (например, ценовые, риск снижения надежности и др.).

Также сдерживающим фактором развития электроэнергетики можно назвать рост тарифов на электроэнергию для конечных потребителей. Это сильно влияет на уровень конкуренции участников

отрасли. Рост тарифов представляет собой фактор, который сдерживает развитие экономики нашей страны. Потребители электроэнергетических услуг стали заметно требовательнее к стоимости и качеству услуг, предоставляемые им. Поэтому для того, чтобы в будущем происходило успешное развитие конкурентной среды между генерирующими компаниями, необходимо проведение работ по реконструкции, модернизации и замене устаревшего оборудования.

Помимо вышеупомянутых факторов, занимаясь оценкой уровня конкурентоспособности электроэнергетического предприятия, не рекомендуется опираться исключительно на экономический эффект, производимый деятельностью генерирующей компании. Помимо этого, стоит брать во внимание фактор неценовой конкуренции, например, наличие барьеров по «входу» и «выходу» на электроэнергетический рынок [3]:

- достаточно высокий уровень стартового капитала;
- издержки, встречающиеся при выходе с рынка, включают в себя инвестиции. Инвестиции не подлежат возврату в полной мере;
- невозможность покинуть рынок (путем вывода из эксплуатации) до получения разрешений со стороны государства;
- наличие высоких затрат, на единицу продукции до выхода на оптимальный объем производства (эффект масштаба производства);
- технические ограничения, связанные с установленной мощностью. Мощность должна быть не менее 5 МВт.

Заключение

Подводя итог рассмотрению проблемы, связанной с развитием конкуренции электроэнергетического рынка России, стоит отметить, что снижение конкуренции происходит из-за роста концентрации в отрасли. Проведя анализ концентрации конкуренции с использованием индекса Херфиндаля-Хиршмана, мы видим, что слияния среди генерирующих электроэнергетических компаний категорически не допустимы. Не следует допускать поглощения генерирующих компаний с маленькой установленной мощностью крупными участниками рынка, ведь они не заинтересованы в развитии конкуренции.

Также необходимо брать во внимание тот факт, что дальнейшее устойчивое и успешное развитие отрасли невозможно без модернизации основных фондов и повышения энергетической эффективности генерирующих предприятий. Исходя из проведенного анализа факторов, влияющих на конкурентную среду, следует сделать вывод, что в среднесрочной перспективе вертикально-интегрированные генерирующие компании будут играть большую, если не решающую роль, в формировании рыночной структуры, а также последующем развитии электроэнергетической отрасли в стране.

ЛИТЕРАТУРА

1. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2018 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fas.gov.ru/documents/685117> (дата обращения 10.04.2020).
2. Карлик А.Е., Шухгальтер М.Л. Экономика предприятия. СПб.: Питер, 2009.
3. Линдер Н.В., Лисовский А.Л. Развитие рынка электроэнергии в России: основные тенденции и перспективы // Стратегии бизнеса. 2017. № 1.
4. Назарова Ю.А. Конкурентоспособность предприятий электроэнергетики // Вестник РУДН. Серия: Экономика. 2011. № 2.
5. Lisin E., Marishkina Y., Strielkowski W., Streimikiene D. Analysis of competitiveness: energy sector and the electricity market in Russia // Economic Research – Ekonomiska Istraživanja. 2017. P. 1820-1828.

Драгунс В., Эпштейн М.З.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ КОНТРАКТНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. В статье проведен анализ особенностей формирования конкурентной стратегии на рынках клинических исследований в зависимости от этапа жизненного цикла отрасли и оперирующих на рынке компаний. Разработан алгоритм формирования конкурентной стратегии контрактных исследовательских организаций и набор рекомендаций по выбору и переходу к новой конкурентной стратегии на анализируемом рынке.

Ключевые слова. Конкурентная стратегия, бизнес-модель, контрактная исследовательская организация, конкурентная среда, клинические исследования.

Draguns V., Epstein M.Z.

FEATURES OF FORMING A COMPETITIVE STRATEGY FOR CONTRACT RESEARCH ORGANIZATIONS

Abstract. The article analyzes the features of forming a competitive strategy in the clinical research markets, depending on the stage of the life cycle of the industry and the companies operating in the market. An algorithm for forming a competitive strategy for contract research organizations and a set of recommendations for choosing and switching to a new competitive strategy in the analyzed market are developed.

Keywords. Competitive strategy, business model, contract research organization, competitive environment, clinical research.

Введение

На мировом рынке существует тенденция увеличения затрат и срока разработки лекарственных препаратов. Это стимулирует изменение рыночного поведения фармацевтических компаний. В частности, международные фармацевтические компании начали переходить к сетевой модели организации инновационного процесса, передаче клинических исследований специализированным компаниям [6]. Это позволяет фармацевтическим предприятиям снизить издержки и сократить сроки реализации инновационных проектов. Рынок контрактных услуг, связанных с разработкой инновационных продуктов и организацией доклинических и клинических исследований, стремительно растёт. В 2018 году его объем составил \$38,4 млрд и до 2027 года прогнозируется среднегодовой темп прироста в 11,4% [3].

Развитие рассматриваемого рынка привело к его дифференциации и усилению конкуренции между контрактно-исследовательскими организациями (КИО) во всех сегментах. Это сделало особо актуальной задачу разработки более детальной типологии условий конкуренции и выбора конкурентной стратегии КИО. Схема настоящего исследования разработана с учетом результатов научных трудов по конкурентным стратегиям, бизнес-моделям, а также теории жизненного цикла отрасли и компании [2, 9, 10, 15]. Авторы исследования разделяют точку зрения тех ученых, которые на основе эмпи-

ГРНТИ 06.81.12

© Драгунс В., Эпштейн М.З., 2020

Виталий Драгунс – руководитель отдела развития бизнеса ООО «Экс севен ресеч», Санкт-Петербург.

Михаил Залманович Эпштейн – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с авторами (Эпштейн М.З.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: +7 952 386 16 64. E-mail: m-epstein@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 05.10.2020.

рических исследований связывают эволюцию конкурентной стратегии и бизнес-модели компании с этапом её жизненного цикла [14].

Алгоритм формирования конкурентной стратегии КИО

На основе имеющихся данных предлагается следующий алгоритм формирования конкурентной стратегии КИО:

1. Анализ структуры целевых географических рынков для определения этапа жизненного цикла индустрии.

В работе [4] выделены основные этапы изменения структуры отрасли и форм конкуренции в ней на протяжении жизненного цикла. В таблице 1 ключевые характеристики продукции предприятия с точки зрения её конкурентоспособности сопоставлены этапам жизненного цикла отрасли. Рассматривая динамику изменения, отметим рост требований к качеству продукции по мере развития отрасли.

Таблица 1

Основные характеристики этапов жизненного цикла отрасли [4]

| | Зарождение | Рост | Зрелость | Упадок |
|-------------------------|---|------------------------------|---|--------------------------------------|
| Продукция | Низкое качество, частые функциональные и конструктивные изменения | Улучшение качества и дизайна | Дифференциация по качеству и комплектации | Сложность и убыточность продукции |
| Ключевые факторы успеха | Инновационность продукта | Скорость разработки продукта | Конкурентоспособность за счет накопленных инвестиций, инноваций | Низкие накладные расходы, выбор ниши |

Особый интерес, с точки зрения формирования стратегии КИО, представляет анализ рынков индустрии, находящейся на стадии роста или зрелости. Это обусловлено величиной и перспективами расширения подобных рынков.

2. Анализ бизнес-модели КИО в увязке с её жизненным циклом.

Бизнес-модель в данном контексте рассматривается как набор конкретных принципов и действий, выполняемых для обеспечения конкурентоспособности компании. Бизнес-модель изменяется по мере перехода компании от одного этапа жизненного цикла к другому [14]. В работах [8, 11] проведён анализ этапов развития бизнес-модели КИО в зависимости от жизненного цикла отрасли:

- транзакционная модель используется КИО при традиционном подходе фармацевтической компании к аутсорсингу. В этом случае у заказчика нет отобранных исполнителей для проведения клинических исследований. КИО предлагает стандартизированные услуги на основе фиксированных цен на конкурентной основе. Заказчик предпочитает выполнение исследования комплексно, «под ключ»;
- функциональная модель основана на передаче фармацевтической компанией конкретных функций нескольким КИО, обладающим соответствующими компетенциями. Выбранные КИО становятся предпочтительными поставщиками услуг для данного заказчика. Это обеспечивает долгосрочность сотрудничества на основе адаптации под требования и возможности партнёров, стратегическое планирование развития компаний;
- виртуальная модель предполагает, что КИО финансирует разработку, осуществляемую биотехнологическим стартапом, с целью перепродажи продукта третьей стороне (обычно – крупной фармацевтической компании). Объединение усилий стартапа и КИО позволяет первым сосредоточиться на решении научно-технических задач, передав оставшиеся функции КИО. За счет накопленного КИО опыта происходит снижение затрат на разработку.

В целях разработки модели выбора конкурентной стратегии предлагается, используя изложенную выше классификацию, сопоставить бизнес-модель трём этапам развития предприятия (табл. 2). Особый интерес представляет переход от этапа «зарождение, рост» к этапу «расцвет». Для этого предлагается выполнить анализ по следующим параметрам: экспертиза в конкретной терапевтической области, опыт разработки инновационных препаратов.

3. Сопоставление локальных особенностей рынка и возможностей КИО.

На третьем этапе рассматривается конкретный локальный рынок и сопоставляются требования фармацевтических компаний к деятельности КИО и их возможности. На основании результатов работ [4, 13] можно утверждать, что на стадии роста требуется разработка дженериков, а ключевым фактором успеха является быстрая реализация однотипных проектов. На стадии зрелости требуется разработка инновационных препаратов, а ключевым фактором успеха становится наличие экспертизы. Данный вывод полезен для понимания природы конкурентной среды, характерной для специфического локального рынка.

Транзакционная бизнес-модель лучше подходит для использования на ранних этапах развития взаимодействия между КИО и фармацевтической компанией. В момент зарождения локального рынка на нем преобладает ценовая конкуренция. По мере созревания рынка, доминирующей становится форма неценовой конкуренции. КИО, использующие функциональную и виртуальную бизнес-модели, конкурируют за счёт оказания более качественных услуг.

Таблица 2

Соответствие основных этапов жизненного цикла КИО и типа бизнес-модели

| Стадия жизненного цикла КИО | Зарождение, рост | Расцвет | Зрелость |
|-----------------------------|--------------------------------|----------------------------|---|
| Бизнес-модель | Транзакционная | Функциональная | Виртуальная |
| Особенность | Реализация однотипных проектов | Реализация разных проектов | Возможность финансирования проектов за счет собственных средств |

4. Выбор конкурентной стратегии КИО с учетом его потенциала.

Для выбора конкурентной стратегии используем классификацию, где каждой паре параметров «этап жизненного цикла отрасли – этап жизненного цикла компании» сопоставляется соответствующая, наиболее подходящая конкурентная стратегия. Для данной модели использована классификация М. Портера [2], адаптированная для КИО. Стратегия дифференциации требует экспертизы в испытаниях инновационных препаратов, а лидерства по издержкам – экспертизы в области дженериков. Фокусирование характерно для стадии зрелости рынка/отрасли, а отсутствие фокусирования – для растущих рынков (табл. 3).

Таблица 3

Модель выбора конкурентной стратегии КИО

| | | |
|----------------|---------------------------------------|--|
| Растущий рынок | Лидерство по издержкам | Широкая дифференциация |
| Зрелый рынок | Фокусированное лидерство по издержкам | Фокусированная дифференциация |
| Критерий | Экспертиза в исследовании дженериков | Экспертиза в исследовании инновационных препаратов |

5. Переход к новой конкурентной стратегии.

Переход к новой конкурентной стратегии КИО, как правило, требует изменений не только бизнес-модели, но и компании в целом. Реализация новой стратегии КИО требует учета ряда взаимосвязанных факторов, которые определяют эффективность использования имеющихся в компании ресурсов и согласованность реализуемых бизнес-процессов. В качестве модели, которую можно было бы использовать для оценки текущего состояния компании, а также анализа её потенциала рекомендуется использовать модель 7S [7].

Результаты исследования

На первом этапе построения модели выделяются ключевые условия, важные для выбора конкурентной стратегии КИО. В качестве таких условий выступает характеристика локальных рынков лекарственных препаратов.

Проведённый авторами анализ более 130 КИО, представленных на девяти локальных национальных рынках, показал, что подавляющее большинство фирм ориентировано на предоставление полного спектра услуг на всех фазах клинических исследований. Характер информации о работе специализированных компаний, которые предоставляют ограниченный набор услуг по организации и проведению клинических исследований, не позволяет считать эту часть выборки репрезентативной. В этой связи выводы относятся к КИО, предоставляющим полный спектр услуг. Анализ собранных данных позволил определить характерные особенности рынков клинических исследований:

1. Региональные рынки имеют разную структуру лекарственных препаратов. На зрелых рынках фармацевтические компании ориентированы на создание и продажу инновационных препаратов, на рынках в стадии роста – на производство дженериков. Отсюда проистекает использование различных механизмов конкуренции. В первом случае это неценовая конкуренция, во втором – ценовая. При участии КИО в тендерах на организацию и проведение клинических исследований дженерика критериями выбора КИО являются цена и сроки выполнения работ. Если речь идёт о проведении тендера на организацию клинических исследований новых оригинальных препаратов, то ключевыми факторами успеха являются качество предоставляемых услуг и наличие опыта реализации аналогичных проектов.

2. Существует различие в направлении развития КИО, обусловленное типом рынка страны базирования КИО. На зрелых рынках из-за высокой конкуренции КИО чаще используют нишевую стратегию, специализируясь в той или иной терапевтической области. На растущих рынках дифференциация по терапевтическим областям практически отсутствует. В том случае, когда КИО из страны с растущим рынком обнаруживает тенденцию к специализации, позиционируют себя как имеющие экспертизу в определённой области, оказывается, что они имеют офис в развитой стране. Таким образом, эти КИО расширяют возможности участия в более сложных и дорогостоящих проектах, в которых существуют специфические требования, предъявляемые заказчиком к исполнителю в части наличия опыта в конкретной терапевтической области.

На рынке клинических исследований логика выбора успешной конкурентной стратегии имеет свою специфику:

1. КИО может достичь лидерства по издержкам благодаря большому опыту работы в однотипных проектах, в которых не требуется экспертиза в терапевтических областях (например, в исследованиях биоэквивалентности). Накопленный опыт работы с дженериками позволяет создать пакет готовых шаблонов документов, планов, наладить работу с клиническим центром и аналитической лабораторией и, тем самым, снизить себестоимость. Для реализации этой стратегии целесообразно разместить офис поблизости от штаб-квартиры клиентов (фармацевтических компаний) в целях улучшения коммуникаций. Для данной стратегии комплементарна транзакционная бизнес-модель, поскольку нет необходимости в реализации уникальных запросов клиента, которые потребовали бы дополнительных издержек.

2. При фокусированной стратегии низких издержек компания ориентирована на достижение конкурентных преимуществ за счет снижения издержек в выбранном сегменте деятельности. В российских условиях наиболее востребованными терапевтическими областями по данным за 2019 год являются онкология, неврология, ревматология, кардиология [1]. Упор на реализацию проектов в конкретных терапевтических областях требует налаживания сети контактов с клиническими центрами, поэтому для реализации данной стратегии рекомендуется дополнительное усиление присутствия КИО в регионах. Для данной стратегии характерен переход от транзакционной к функциональной бизнес-модели, так как для специализированной фармацевтической компании не меньшее значение, чем цена, играет опыт поставщика услуг в избранной терапевтической области. Долгосрочные отношения КИО с фармацевтическими компаниями, специализирующимися в конкретных терапевтических областях, делают эффективными специфические инвестиции, создающие идиосинкразию в отношениях поставщик-потребитель и, соответственно, дополнительный барьер для конкурентов, что также способствует дополнительным продажам КИО и усилению позиций в конкретной продуктовой нише.

3. Широкая дифференциация как конкурентная стратегия заключается в придании продукту свойств, которые делают продукт уникальным и необходимым для покупателя, отличающим его от продукции конкурентов. Большинство представленных на рынке КИО предлагают полную номенкла-

туру услуг для организации и проведения клинических исследований всех фаз. Однако, существуют возможности дифференциации конкретной номенклатурной позиции, например:

- КИО может активно использовать новые компьютеризированные решения eClinical (системы управления клиническими испытаниями (CTMS), электронный сбор данных (EDC), мастер-файл электронных испытаний (eTMF), а также специальные решения по запуску проекта) [12];
- пандемия COVID-19 заставила большинство КИО оперативно подготовить комплексные решения, учитывающие текущую эпидемиологическую ситуацию – удаленный мониторинг, централизованный мониторинг, визиты на дом, снабжение лекарственными препаратами;
- на выбор КИО существенным образом влияет возможность последнего по проведению международных исследований [5, 13]. Таким образом, представленность на различных географических рынках также является конкурентным преимуществом КИО, использующим стратегию дифференциации.

При реализации стратегии широкой дифференциации функциональная бизнес-модель будет наиболее привлекательной для КИО. Кроме функциональной бизнес-модели, многие из исследованных КИО используют виртуальную бизнес-модель, инвестируя в перспективные разработки. Такой подход к ведению бизнеса также потенциально позитивно отражается на росте объема продаж КИО.

4. При реализации стратегии сфокусированной дифференциации конкурентным преимуществом является накопленный опыт в конкретной нозологии. Реализация данной стратегии требует создания тесных отношений с субподрядчиками. Стратегии сфокусированной дифференциации КИО соответствуют функциональные и виртуальные бизнес-модели.

При оценке трех групп КИО (малые, средние, глобальные) были выделены следующие закономерности:

- наблюдается зависимость между размером КИО и наличием экспертизы в конкретных терапевтических областях. У КИО малого размера практически отсутствует экспертиза в связи с недостатком опыта работы в проектах. Глобальные КИО позиционируют себя как эксперты во всех терапевтических областях;
- глобальные и КИО среднего размера, как правило, создавались в развитых странах;
- по мере развития КИО имеет место дифференциация услуг. Помимо основных услуг, глобальные КИО предлагают дополнительные решения в рамках финансирования разработок, проведения доклинических исследований, использования собственных клинических баз и лабораторий.

Полученные данные свидетельствуют о конкретных стадиях использования конкурентной стратегии КИО:

- лидерство по издержкам. Начальный этап становления конкурентной стратегии КИО характеризуется приобретением опыта работы с различными типами проектов, а также созданием проектных команд с целью проведения исследований «под ключ»;
- сфокусированное лидерство по издержкам. После неоднократной реализации однотипных проектов КИО накапливает опыт в терапевтических областях. Полученные знания и навыки позволяют сконцентрировать внимание на управлении издержками однотипных проектов в разрезе терапевтической области;
- сфокусированная дифференциация. Наиболее сложные преобразования требуются для реализации следующей конкурентной стратегии. Если первые 2 этапа становления КИО характеризуются возможностями КИО получать сверхприбыль за счет экономии на издержках, то дальнейшее расширение круга потенциальных заказчиков возможно лишь при изменении дальнейшего фокуса компании в сторону дифференциации услуг. Существует ряд ограничений применения данной стратегии: КИО должна обладать экспертизой по ряду терапевтических областей, а также подтвердить собственный опыт работы с разными группами препаратов; необходимо обеспечить ресурсы для реализации международных многоцентровых клинических исследований; КИО требуется выстроить партнерские отношения с глобальными офисами заказчиков и пройти соответствующую процедуру отбора поставщика;
- широкая дифференциация. Последний этап эволюции стратегии характеризуется расширением горизонта конкурентной среды КИО. Наличие собственных финансовых ресурсов, а также накопленный опыт позволяет глобальным КИО самостоятельно заниматься разработкой и коммерциализацией

защией препаратов. Таким образом, помимо реализации операционной стратегии, КИО активно используют инвестиционную модель с целью обеспечения устойчивого развития бизнеса.

Стадийный характер конкурентной стратегии КИО позволяет выстроить долгосрочную стратегию развития КИО. Устойчивое конкурентное преимущество обеспечивает постепенный переход к стратегиям дифференциации. Переход к последующей стадии жизненного цикла КИО требует дополнительного изучения условий формирования конкурентной стратегии. Эффективное внедрение стратегии возможно с учетом согласованности элементов КИО, а также соблюдения ряда условий:

1. От лидерства по издержкам к сфокусированному лидерству по издержкам. Переход к нишевой стратегии КИО требует реализации следующих действий: концентрация знаний и навыков в терапевтических областях позволит расширить партнерские отношения с научными центрами и фармацевтическими компаниями малого и среднего размера; налаживание контактов со специализированными клиническими центрами в регионах обеспечит возможность реализации параллельно стартующих проектов в одной терапевтической области; усиление команды КИО в разрезе оказания единичных сервисов для заказчиков позволит постепенно перейти к функциональной бизнес-модели, что, в свою очередь, расширит области сотрудничества с конкретным заказчиком.

2. От сфокусированного лидерства по издержкам к сфокусированной дифференциации. Отличительными условиями формирования стратегии дифференциации являются: наличие экспертизы по ряду терапевтических областей с целью роста взаимовыгодных отношений с конкретным заказчиком; экспертиза в проведении исследований с разными типами препаратов и предоставлении полного спектра услуг во всем фазам исследований; обеспечение географического охвата в организации и проведении исследований.

3. От сфокусированной дифференциации к широкой дифференциации. Переход к стратегии широкой дифференциации возможен при соблюдении следующих условий: глобальный охват рынка клинических исследований во всех терапевтических областях; возможность самостоятельного финансирования разработок.

Заключение

Применение КИО той или иной бизнес-модели зависит от стадии жизненного цикла компании. Наблюдается переход к разным бизнес-моделям в зависимости от типа КИО. Транзакционная модель характерна для локальных КИО, функциональная – для КИО среднего размера, а виртуальная – для глобальных КИО.

Значения таких важных для формирования конкурентной стратегии КИО параметров, как экспертиза в терапевтических областях и в работе с разными группами препаратов, географический охват предоставляемых услуг, а также характеристики внутренних элементов компании зависят от стадии жизненного цикла КИО. Анализ данных параметров и их сопоставление с характеристикой конкурентной среды локальных географических рынков позволяют сделать вывод о наиболее подходящей для КИО конкурентной стратегии.

Национальные отраслевые рынки формируют ключевые конкурентные преимущества базирующихся в них КИО. В результате, КИО, оперирующие на растущих рынках, фокусируются на лидерстве по издержкам, а КИО из стран со зрелым рынком предпочитают дифференциацию услуг. Целесообразно осуществлять выбор конкурентной стратегии КИО с учетом внутреннего потенциала организации на основе предложенной модели типа «условия выбора – стратегия» в зависимости от наличия экспертизы в терапевтических областях и опыта работы с инновационными препаратами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Информационно-аналитический бюллетень Ассоциации организаций по клиническим исследованиям (АОКИ). 2020. № 20. 40 с.
2. *Портер М.* Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Паблишер, 2016. 1020 с.
3. Contract Research Organization (CRO) Services Market. Fortune Business Insights. 2019. 135 p.
4. *Grant R.* Contemporary Strategy Analysis. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2010. 499 p.
5. *Hennig M.* Current practice and perspectives in CRO oversight based on a survey performed among members of the German Association of Research-Based Pharmaceutical Companies (vfa) // German Medical Science. 2017. Vol. 15. P. 2-15.

6. *Kaitin K.* Deconstructing the Drug Development Process: The New Face of Innovation // *Clinical Pharmacology & Therapeutics*. 2010. Vol. 87 (3). P. 356-361.
7. *Malan A.* Applying McKinsey's model within managed healthcare systems. RAND University, 2013. 147 p.
8. *Parente R., Gimigliano A., Fontana L.* The strategic role of CRO in the R&D of life science industry // R&D Management Conference 2015 at PISA. Università Sant'Anna, 2015. 14 p.
9. *Penrose E., Pitelis C.* The Theory of the Growth of the Firm. Oxford: Oxford University Press, 2009. 300 p.
10. *Prahalad K., Hamel G., June M.* The core competence of the corporation // *Harvard Business Review*. 1990. Vol. 68 (3). P. 79-91.
11. Sponsor. CRO Partnership Optimization: Quintiles, 2013. 7 p.
12. Study Startup: New Battleground in CRO Differentiation Strategy. Oracle Health Science, 2019. 11 p.
13. Survey Report: State of the Global Pharmaceutical Contract Services Industry 2017: Outsourcing-pharma, 2017. 16 p.
14. *Vitasek K., Keith B., Kling J.* Unpacking CRO outsourcing: Harnessing innovation and added value in pharma CRO outsourcing. The university of Tennessee, 2017. 46 p.
15. *Yli-Renko H., Autio E., Tontti V.* Social Capital, Knowledge, and the International Growth of Technology-based New Firms // *International Business Review*. 2002. Vol. 11 (3). P. 279-304.

ОСОБЕННОСТИ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

***Аннотация.** В статье рассмотрены особенности пространственного развития малого предпринимательства. Исследованы закономерности развития малого предпринимательства. Выделена классификация территориальных моделей развития малого предпринимательства. Определены направления воздействия малого предпринимательства на процессы пространственного развития экономики страны. Сделаны выводы о роли местоположения субъектов малого предпринимательства в территориальной концентрации хозяйственной деятельности.*

***Ключевые слова.** Малое предпринимательство, пространственное развитие, инновационная экономика.*

Romanenko E.V., Yaluner E.V.

FEATURES OF SPATIAL DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN AN INNOVATIVE ECONOMY

***Abstract.** Features of spatial development of small business are considered in the article. Patterns of small business development are investigated. Classification of territorial models of small business development is highlighted. The directions of impact of small business on the processes of spatial development of the country's economy are defined. Conclusions about the role of the location of small businesses in the territorial concentration of economic activity are made.*

***Keywords.** Small business, spatial development, innovative economy.*

Введение

В настоящее время рамки традиционного анализа, основанного в большинстве случаев на упрощенном трактовании и ограничении возможности учета пространственной составляющей неоднородности развития социально-экономических систем, должны быть существенным образом расширены для формирования объективного представления о развитии индивидуального и микропредпринимательства, определяющего в настоящее время те или иные рыночные микросистемы. Данная проблема актуальна для определения векторов пространственного развития предпринимательства и прогнозирования возможности генерации знаний в рамках эндогенных моделей, возможности генерирования и масштабирования инноваций. При этом, должны учитываться все разнообразие внутри- и межрегиональных взаимосвязей, а также условий ведения предпринимательской деятельности.

ГРНТИ 06.06.61

© Романенко Е.В., Ялунер Е.В., 2020

Елена Васильевна Романенко – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и управления предприятиями Сибирского государственного автомобильно-дорожного университета (г. Омск).

Елена Васильевна Ялунер – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предпринимательства Санкт-Петербургского государственного экономического университета; главный научный сотрудник Института проблем региональной экономики РАН (г. Санкт-Петербург).

Контактные данные для связи с авторами (Романенко Е.В.): 644080, г. Омск, Мира пр., дом 5 (Russia, Omsk, Mira av., 5). Тел.: +7-913-960-17-45. E-mail: romanenko-ev65@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 22.10.2020.

Анализ литературы

В экономической литературе существует множество теорий, акцентирующих внимание на различных аспектах пространственного социально-экономического развития. Теоретические основы механизмов пространственного развития одним из первых рассмотрел А. Маршалл [1, 2]. Он впервые предпринял попытки рассмотреть механизм пространственного развития, дав определение «отраслевые агломерации» и «промышленные районы» («localized industries» и «industrial districts»). Становится понятно, что неравномерность, скачкообразность и непоследовательность пространственного социально-экономического развития в целом и предпринимательского сектора, в частности, который невозможно в настоящее время выделить из отраслей экономики, требует разработки концепций неравновесного пространственного развития.

В настоящее время важное значение имеют некоторые альтернативные теории, ориентированные на поиск и обозначение закономерностей данной неравномерности. Они вызваны разнонаправленным действием множества влияющих друг на друга факторов в соответствии с теориями о возникновении полюсов и центров роста, эффектов агломерации, диффузии инноваций, развития каналов распространения импульсов экономической активности и т.д. В данном аспекте можно рассматривать разработанные теории кумулятивного роста и центрo-периферийных отношений. Позже они были дополнены исследованиями в области новой экономической географии, теориями эндогенного роста и развития региона. Данные разработки легли в основу целого спектра исследований, привели к появлению кластерной теории М. Портера [4], изучению закономерностей (imperative) открытых инноваций Г. Чесбро [5].

Для определения актуальных тенденций развития территориальных моделей инновационного развития малого предпринимательства важными являются работы, в которых исследованы последствия перехода от линейной (индустриальной) модели к нелинейной (неоиндустриальной). При этом, экономисты начинают исследовать возникновение глобальных ценностных цепочек и появление аутсорсинга как формы дезинтеграции бизнеса. Многие экономисты отмечают тенденции появления новых точек роста и интерактивности инноваций. Это во многом определяется возникновением кластеров, в том числе международных, которые отличным образом формируют современные экосистемы и переход прогрессивных стран к формату зеленой экономики.

В данном контексте актуальным вопросом становится трансформация, перераспределение и синергический эффект от функций государства, органов исполнительной власти, предпринимателей и образовательных учреждений, общественных организаций, формирующих в настоящее время институциональные основы пространственного развития экономики и предпринимательства в регионе. Эти исследования легли в основу «теории неравновесного развития». Предпосылкой данной теории является отрицание классического понятия пространственного развития территорий. Объектом исследования при этом выступают, например, сетевые структуры, локализованные производственные комплексы, кластеры, которые объединены в так называемые «локальные экономические взаимосвязанности».

С предшествующими теориями их связывает индуктивный характер, а также общее неприятие постулатов классического социально-экономического пространственного развития. Основными объектами анализа становятся «локальные экономические взаимосвязанности», самыми популярными репрезентациями которых являются комплексности, сети и кластеры. Следует отметить, что в научных работах ученых-экономистов прослеживаются общие черты изучения влияния состояния инновационной активности территорий с элементами территориальных инновационных моделей на их экономическое и социальное развитие, структурную диверсификацию производства и сферы услуг, качество человеческого потенциала.

К сожалению, в настоящее время доминируют подходы, основанные на успешности развития отдельных территорий, при которых происходит масштабирование данного опыта без учета особенностей экономических, экологических, территориальных, национальных. Самым опасным является опыт использования данного подхода при составлении федеральных и региональных программ и планов социально-экономического развития территорий. Сложившиеся к настоящему времени альтернативные концепции не включают в перечень объектов исследования социально-экономическую и инновационную деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП).

Таким образом, в рамках современного экономического мейнстрима важным становится включение в перечень представлений о пространственно-экономическом развитии предпринимательского аспекта в территориальном разрезе.

Результаты и их обсуждение

В свете описания проблемы для объективного описания тенденций, формирующих и определяющих модели пространственного развития территорий и инновационного развития малого предпринимательства, возможно предложение методологического подхода, предусматривающего применение многомерной системы пространственно-временных координат, включающего в себя экономико-ценностное, организационно-институциональное, технико-экономическое, цикло-временное измерения, что позволяет учитывать основные виды эффектов, которые возникают в зависимости от способностей локальных систем малого предпринимательства создавать те или иные формы организации инновационных процессов.

Если рассматривать данные процессы с позиции концепции динамических способностей и с учетом положений системного анализа, то можно выделить следующие свойства и закономерности, присущие данным процессам:

- всем территориальным образованиям, обладающим разными возможностями приспособления к негативным изменениям внешней среды, присуща системная взаимосвязанность;
- экономику страны можно представить, как сложную систему со сложившимися вертикальными (центр-регион) и горизонтальными (межрегиональными) связями, с присущими ей кооперационными и конкурентными взаимосвязями, то есть, как сложную полирегиональную систему;
- макросистемный эффект возникает благодаря комплементарности и интеграции разнородных по целям развития и ресурсам, способностям и компетенциям территориальных структур в общее для страны экономико-временное пространство, эти структуры ориентированы на выполнение общей миссии и объединены общими культурно-ценностными ориентирами;
- территориальное образование можно определить как сложную, открытую динамическую систему, функционирующую в определенном институциональном, технологическом, культурном пространстве и эволюционирующую вместе с ним;
- на основе накопления, реализации и развития компетенций МСП осуществляется приобретение территориями новых свойств посредством накопления изменений;
- основной вектор развития для структур МСП задается территориальными особенностями, культурно-ценностными ориентациями, существующими технологиями и базой знаний и компетенций.

Таким образом, можно говорить о возникновении эффекта «кумулятивной причинности», при котором развитие предпринимательской деятельности вообще и эволюция форм, характера и сфер данной деятельности в частности делают возможной концентрацию и проникновение инноваций в систему территориальных связей и их организационно-экономические структуры. Несомненно, данный эффект зависит от различных комбинаций на той или иной территории экономико-ценностных, технико-технологических, организационных и институциональных связей, структуры, состава и соотношений факторов экономического роста.

При классификации таких соотношений одни центры становятся центрами роста с высоким инновационным потенциалом, а для периферийных территорий появляется благоприятная возможность использования интеллектуального и технико-инновационного потенциала, возникающего благодаря спонтанно зарождающейся предпринимательской активности. Если проследить эволюцию данного явления, то в скором времени можно будет говорить о предпринимательском таланте и интеллектуальном капитале фирмы как о полноценном активе, увеличивающем стоимость бизнеса и повышающим инновационный потенциал отдельной территории [5]. Данные инновационные процессы можно назвать нелинейными.

Анализ распределения малых предприятий по регионам Российской Федерации, согласно данным Федеральной службы государственной статистики, позволяет сделать вывод о том, что около трети малых предприятий сконцентрировано на территории Центрального федерального округа (ФО), причем эта тенденция сохраняется и в настоящее время (см. табл.).

Таблица

Распределение малых предприятий по регионам России (составлено авторами по [19])

| Показатели | По состоянию на | | | | | | | |
|----------------------|-----------------|-----|-------------|-----|-------------|-----|-------------|-----|
| | 10.01.2018 | | 10.01.2019 | | 10.01.2020 | | 10.10.2020 | |
| | Кол-во, ед. | % | Кол-во, ед. | % | Кол-во, ед. | % | Кол-во, ед. | % |
| Российская Федерация | 267033 | 100 | 250758 | 100 | 224105 | 100 | 217504 | 100 |
| Центральный ФО | 93550 | 35 | 87322 | 35 | 76499 | 34 | 73892 | 34 |
| Северо-Западный ФО | 33878 | 13 | 31354 | 13 | 28088 | 13 | 27432 | 13 |
| Южный ФО | 21627 | 8 | 20758 | 8 | 19012 | 9 | 18581 | 8 |
| Северо-Кавказский ФО | 5285 | 2 | 5159 | 2 | 4703 | 2 | 4629 | 2 |
| Приволжский ФО | 50280 | 19 | 47424 | 19 | 42882 | 19 | 43330 | 20 |
| Уральский ФО | 22217 | 8 | 20781 | 8 | 18643 | 8 | 18198 | 8 |
| Сибирский ФО | 29421 | 11 | 25768 | 11 | 23221 | 11 | 22677 | 11 |
| Дальневосточный ФО | 10775 | 4 | 12192 | 4 | 11057 | 4 | 10765 | 4 |

Определим закономерности пространственного развития и экономической активности малого предпринимательства:

1. Территориальные образования разнородны, обладают разным уровнем ресурсного обеспечения, интеллектуальных компетенций. Тем не менее, под влиянием эндогенных факторов они взаимодействуют в едином экономико-временном пространстве и, тем самым, усиливают механизмы инновационного развития путем стихийного и спонтанного возникновения синергических эффектов.

2. Эволюция механизмов пространственного социально-экономического развития региона напрямую зависит от активности субъектов МСП.

3. Синергический эффект, зачастую отрицательный, зависит от сложного взаимодействия центростремительных и центробежных сил в территориальном пространстве, в связи с перемещением не только товаров, но и труда, капитала и предпринимательских структур, обладающих разными ресурсами и динамическими способностями.

4. Конкурентные преимущества региона все меньше зависят от природных ресурсов и географии области, все более важную роль играет помощь и поддержка со стороны государства предпринимательского таланта населения, инновационная привлекательность, потенциал человеческого и интеллектуального капитала.

5. При переходе на новый экономический уклад роль ресурсных, природных и территориальных факторов в формировании конкурентного потенциала и преимуществ снижается, значимость приобретают инновационные, агломерационные факторы, уровень развития человеческого капитала и инфраструктура региона.

6. При разработки государственных и региональных программ социально-экономического развития территорий важным является проработанность и учет рыночных механизмов, в том числе саморазвития, в противном случае гарантирован отрицательный результат (провалы рынка).

В настоящее время в РФ доминирует модель, называемая моноцентричной («центр-периферия»). К сожалению, несмотря на громкие заявления, влияние модели будет только усиливаться по ряду субъективных причин, что может усилить тенденции роста и концентрации активного трудоспособного населения в Северо-Западном и Центральном ФО, что, в свою очередь, ведет к территориальным диспропорциям. При этом, в регионах усиливается местничество, неграмотное и непрофессиональное управление, протекционизм, подавление конкуренции субъектов МСП, что, в свою очередь, усиливает тенденции переезда активного работоспособного населения в центральные регионы.

На наш взгляд, выровнять диспропорции территориального развития возможно путем активизации развития межтерриториальных связей, отказа от дотационности и субсидирования, кроме финансирования инноваций, что предполагает использование полицентрической модели. При этом, происходит естественное формирование множества постоянно меняющихся точек роста и центров тяготения. Сложность заключается в необходимости интегрирования программ развития малого и среднего

предпринимательства в стратегии развития регионов. Зачастую это одни и те же программы, однако, деньги на их реализацию «защиты» в разных подпрограммах, порой не согласующихся друг с другом по срокам, объемам выделяемых ресурсов, центрам ответственности.

В результате происходит размывание финансовых ресурсов, про их эффективное использование говорить не приходится, так как мониторинг эффективности выполнения программ, как правило, не предусматривается [8]. При разработке программ игнорируется сложная многоуровневая система параметров развития МСП, уникальные траектории территориального развития, которые могли бы обеспечить реализацию внутренних потенциальных конкурентных преимуществ. В качестве рекомендации можно предложить некую типологию по характеру участия в процессе формирования и масштабирования инноваций, вовлеченности в фокусировку производственно-технологических, культурно-ценностных, организационно-институциональных факторов.

Таким образом, формируются четыре типа территориальных моделей инновационного развития малого предпринимательства, выполняющих основополагающую роль в понимании закономерностей формирования инновационного профиля развития малого предпринимательства – национальная (удовлетворение как национальных потребностей, так и потребностей международного рынка в инновациях), национально-территориальная (насыщение и концентрация инноваций в регионах), территориальная (удовлетворение потребностей отдельных территорий с возможным привлечением университетской науки в качестве исполнителей научно-исследовательских тем) и слаборазвитая периферийная (низкий уровень инновационной активности периферии).

Причем каждая модель может иметь определенный уровень развития (низкий, средний, высокий). Для более подробного анализа особенностей формирования параметров инновационного развития субъектов МСП важно выделить классификационные признаки, приведенные на рисунке.

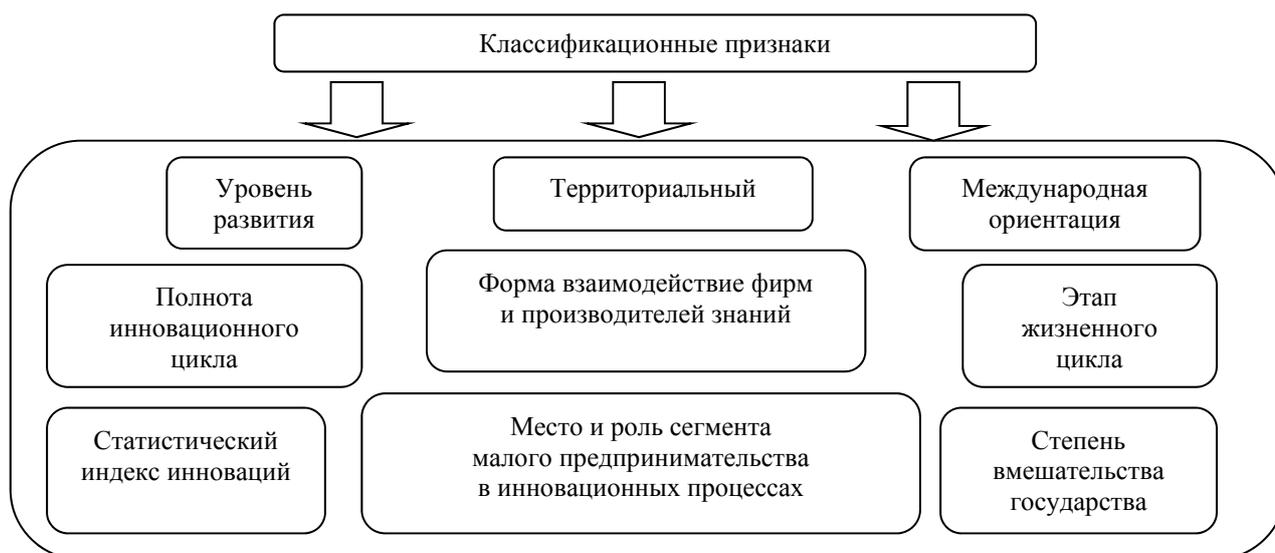


Рис. Типология территориальных моделей инновационного развития малого предпринимательства

В настоящее время любые конкурентные преимущества формируются на основе появления новых свойств территориальных систем, которые связаны с качественными изменениями в структурировании потоков времени и экономико-территориального пространства и происходят во многом под влиянием складывающихся в процессе развития сектора малого предпринимательства двухсторонних прямых и обратных связей. С переходом к экономике знаний формируются новые возможности территорий, появляется возможность смены механизмов их финансирования. Данная тенденция имеет разнонаправленное влияние, как с точки зрения структуризации социально-экономического пространства, так и в аспекте повышения качества предпринимательской деятельности, деловых связей предпринимателей, способствуя размыванию административных границ экономико-территориальных образований.

Данные тенденции в будущем будут способствовать формированию механизмов структурирования территориального пространства в вертикальном измерении [7]; в дальнейшем данные механизмы возможно приведут к ускорению эволюционных центрo-периферийных процессов за счет повышения роли инновационных факторов МСП и организационно-структурных изменений за счет интеллектуализации производственных процессов и усиления роли нематериальных активов малых фирм.

Заключение

Генераторами синергических эффектов инноваций, локализации и образования кластеров в настоящее время становятся субъекты МСП, вследствие чего все большую роль в росте инновационной привлекательности региона играет их месторасположение. Чем больше субъектов МСП будет концентрировано на той или иной территории, тем более инвестиционно привлекательным становится регион. Данные качественные перемены в экономическом развитии могут дать шанс на выравнивание нарастающих диспропорций территориального и регионального развития и стать драйверами новой системы территориально-экономических отношений, характеризующихся переходом на новый экономический уклад, резким повышением производительности труда и созданием устойчивых конкурентных преимуществ.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Маршалл А.* Принципы экономической науки: в 2 т. М.: Прогресс, 1993. Т. 1. 415 с.
2. *Маршалл А.* Принципы экономической науки: в 2 т. М.: Прогресс, 1993. Т. 2. 310 с.
3. *Porter M., Kramer M.* Creating shared value // Harvard Business Review. 2011. № 89. P. 62–67.
4. *Чесбро Г.* Открытые инновации. Создание прибыльных технологий. М.: Поколение, 2007. 336 с.
5. *Ялунер Е.В., Мойсенко А.С.* Предпринимательский талант как фактор реализации стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации до 2030 года // Глобальный научный потенциал. 2016. № 9 (66). С. 112-114.
6. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения 05.10.2020).
7. *Романенко Е.В.* Активизация деятельности малого предпринимательства в кризисных условиях // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия Экономика. 2009. Вып. 5 (32). С. 128–134.
8. *Гашко Д.В., Ялунер Е.В.* Вопросы эффективности государственных программ в развитии социально-экономической среды предпринимательства // Наука и бизнес: пути развития. 2019. № 10 (100). С. 154-156.

Садриев А.Р., Маъруфи М., Камаев Б.Н.

**СЕТЕВАЯ КООПЕРАЦИЯ ПРИ СОЗДАНИИ
НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РАЗРАБОТОК**

***Аннотация.** Статья посвящена исследованию закономерностей в сетевой кооперации при проведении различных технологических разработок. Анализ масштабов сетевых взаимодействий проводится с использованием данных о количестве независимых совладельцев патентов на изобретения. В результате выполнения анализа определены технологические области, характеризующиеся наибольшей динамикой развития коллабораций.*

***Ключевые слова.** Национальная экономика, открытые инновации, инновационная сеть, патентная аналитика, совместное владение патентами.*

Sadriev A.R., Marufi M., Kamaev B.N.

**NETWORK COOPERATION IN THE CREATION
OF NEW TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS**

***Abstract.** The article is devoted to the study of patterns in network cooperation during various technological developments. The analysis of the scale of network interactions is carried out using data on the number of independent co-owners of patents for inventions. As a result of the analysis, technological areas are identified that are characterized by the greatest dynamics of development of collaborations, as well as countries that demonstrate a clear adherence to the model of open innovation.*

***Keywords.** National economy, open innovation, innovation network, patent analytics, joint ownership of patents.*

Введение

Стремительное замещение монодисциплинарных разработок комплексными высокотехнологичными решениями предопределяет радикальную трансформацию основ ведения бизнеса в пространстве практически всех сфер экономической деятельности. Важнейшим направлением этой трансформации является существенный рост влияния межорганизационных кооперационных сообществ, которые постепенно смещают отдельные предприятия и организации с позиции базовых экономических субъектов на многих глобальных рынках [1, 5]. Характеризуясь высочайшим компетентностным уровнем и развитой системой вертикальных и горизонтальных взаимодействий, эти сообщества способны гене-

ГРНТИ 06.52.35

© Садриев А.Р., Маъруфи М., Камаев Б.Н., 2020

Азат Рафаилович Садриев – доктор экономических наук, заведующий кафедрой инноваций и инвестиций Казанского (Приволжского) федерального университета.

Максуд Маъруфи – старший преподаватель кафедры инноваций и инвестиций Казанского (Приволжского) федерального университета.

Булат Наилевич Камаев – аспирант кафедры инноваций и инвестиций Казанского (Приволжского) федерального университета.

Контактные данные для связи с авторами (Маъруфи М.): 420064, Казань, Г. Ахунова ул., 6 (Russia, Kazan, G. Akhunova str., 6). Тел.: +7 843 238-87-07. E-mail: mmarufi@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 14.10.2020.

рировать потоки целостных ценностных предложений, конкурировать с которыми можно только лишь на уровне ценностных предложений аналогичного масштаба [3].

Особую актуальность проблема формирования сетевых сообществ получила после введения против России экономических санкций, в силу продолжающегося действия которых многие отечественные потребители оказались ограничены, а в отдельных случаях даже полностью лишены доступа к широкому ассортименту поставлявшейся из-за рубежа продукции и услуг. Как результат – в стране оказались разорваны сотни и даже тысячи технологических цепочек. Их восстановление может быть реализовано только совместными усилиями ранее разобщенных экономических субъектов, начальной фазой взаимодействия между которыми является проведение совместных технологических разработок. На анализ динамики развития межорганизационной кооперации в рамках данной фазы инновационного процесса и выявление закономерностей ее проявления в различных технологических областях и направлено данное исследование.

Методика исследования

Исследование реализовано в логике поиска ответов на три основных вопроса:

1. Каковы глобальные масштабы и динамика развития сетевых взаимодействий в различных технологических областях?

2. Какие технологические области характеризуются наиболее высоким уровнем изобретательской активности?

3. Соответствуют ли направления сетевого взаимодействия при проведении технологических разработок в российской экономике сложившимся мировым трендам в развитии сетевых кооперационных сообществ, и насколько изменился их характер под влиянием экономических санкций против России и реализации в стране политики импортозамещения?

Выявление динамики и плотности сетевого взаимодействия при осуществлении технологических разработок было проведено на основе обработки патентных данных, способных дать развернутое и объективное представление о количестве патентов на изобретения, правообладателями которых являются сразу несколько экономических субъектов. Выбор именно такого источника информации при выполнении аналитических процедур объясняется следующими обстоятельствами:

во-первых, преобладанием практики использования патентной защиты при закреплении прав на результаты интеллектуальной деятельности, из которых в дальнейшем формируется поток инновационных разработок различного технологического профиля;

во-вторых, объективной возможностью использования данных о совместном владении патентами в качестве индикатора, способного подтвердить следование их владельцами модели открытых инноваций, предполагающей скоординированное ведение инновационной деятельности силами разных экономических субъектов и их совместное распоряжение результатами этой деятельности;

в-третьих, признанием международной патентной классификации в качестве общепринятого во всем мире стандарта систематизации различных технологических областей, позволяющего проводить межстрановые сравнения уровня развития сетевых кооперационных взаимодействий без необходимости учета особенностей регистрации объектов интеллектуальной деятельности в отдельных национальных экономиках.

В качестве основных источников информации для проведения аналитических исследований были использованы: первичные данные Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) и глобальной поисковой системы «Google Patents» о патентной активности в различных технологических областях за период 2010-2020 гг.; первичные данные Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатента) о совладении патентами на изобретения в Российской Федерации за период 2010-2020 гг.

Результаты и их обсуждение

О широком распространении модели открытых инноваций свидетельствуют данные ВОИС о масштабах коллабораций при проведении инженерных разработок и выполнении научных исследований, что приведено на рисунке 1.

Как следует из анализа представленной на рисунке информации, за прошедшие 50 лет в мире произошло качественное изменение ситуации с кооперацией при проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок. В настоящее время силами коллабораций реализуется не просто

значительное, а подавляющее большинство всех проектов как научного, так и инженерного профиля. При этом наибольшие темпы прироста отмечаются при использовании самого сложного формата коллабораций, охватывающего шесть и более участников. Именно они формируют самую многочисленную группу кооперационных сообществ, создаваемых для проведения научных исследований, что характеризует возрастающую глубину проникновения культуры совместных разработок в пространство различных этапов инновационного процесса. Немного ниже динамика расширения сетевого взаимодействия в сфере опытно-конструкторских разработок, которая постепенно преодолевает традиционные для модели закрытых инноваций ограничения совместного владения и распоряжения объектами интеллектуальной собственности.

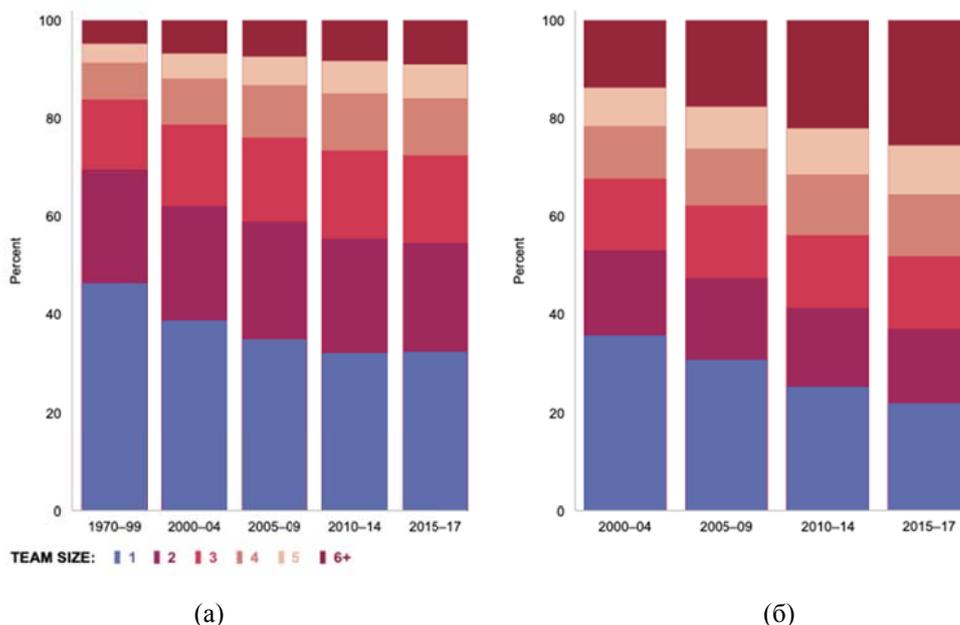


Рис. 1. Масштабы коллабораций при проведении инженерных разработок (а) и выполнении научных исследований (б) [2]

В целях выявления закономерностей в развитии кооперации при проведении разработок на уровне отдельных технологических областей, обратим внимание на статистику подачи заявок на регистрацию изобретений в крупнейших национальных патентных ведомствах мира. По данным ВОИС, наиболее высокая активность в этой части приходится, прежде всего, на Китай, США, Японию и Республику Корея. Россия, уступая по количеству заявок Европейскому патентному ведомству, Германии и Индии, занимает шестое место.

Дальнейшие исследования будем проводить на основе патентной информации для первых четырех стран этого рейтинга, которые послужат ориентирами для выявления степени либо отставания, либо опережения Россией тенденций в развитии коллабораций при выполнении разработок различного технологического профиля. Прежде всего, обратим внимание на технологические области, на которые приходится основная часть ежегодно подаваемых в мире заявок на регистрацию изобретений. Для этого воспользуемся доступными для анализа данными за 2007, 2012 и 2017 гг.

В границах анализируемого периода времени наибольшее количество заявок на изобретения приходится на такие области, как компьютерные технологии (computer technology); электрические машины и аппараты, энергетическое оборудование (electrical machinery, apparatus, energy); средства и технологии измерения (measurement); цифровые коммуникации (digital communication), а также медицинские технологии (medical technology). Если оценить вклад в патентную активность в каждой из этих технологических областей со стороны заявителей из Китая, США, Японии, Республики Корея и России (рис. 2), то становится видно, что в областях «Computer technology», «Measurement» и «Digital communication» позиции лидера на протяжении последних десяти лет прочно закрепились за США.

На первый взгляд это выглядит несколько противоречивым: страна, которая по количеству ежегодно подаваемых заявок в 2,5 раза уступает Китаю, демонстрирует патентную активность, соизмеримую или даже превышающую активность четырех следующих за ней стран вместе взятых. Причем происходит это не просто в самых крупных, но еще и в наиболее наукоемких технологических областях. Сложившаяся ситуация объясняется, с одной стороны, большим количеством включенных в контур патентования технологических областей, доля крупнейшей из которых – «Computer technology» не превышает и 8%, а, с другой стороны, последовательной реализацией североамериканскими заявителями стратегии концентрированной, а не распределенной технологической экспансии [6, 7].

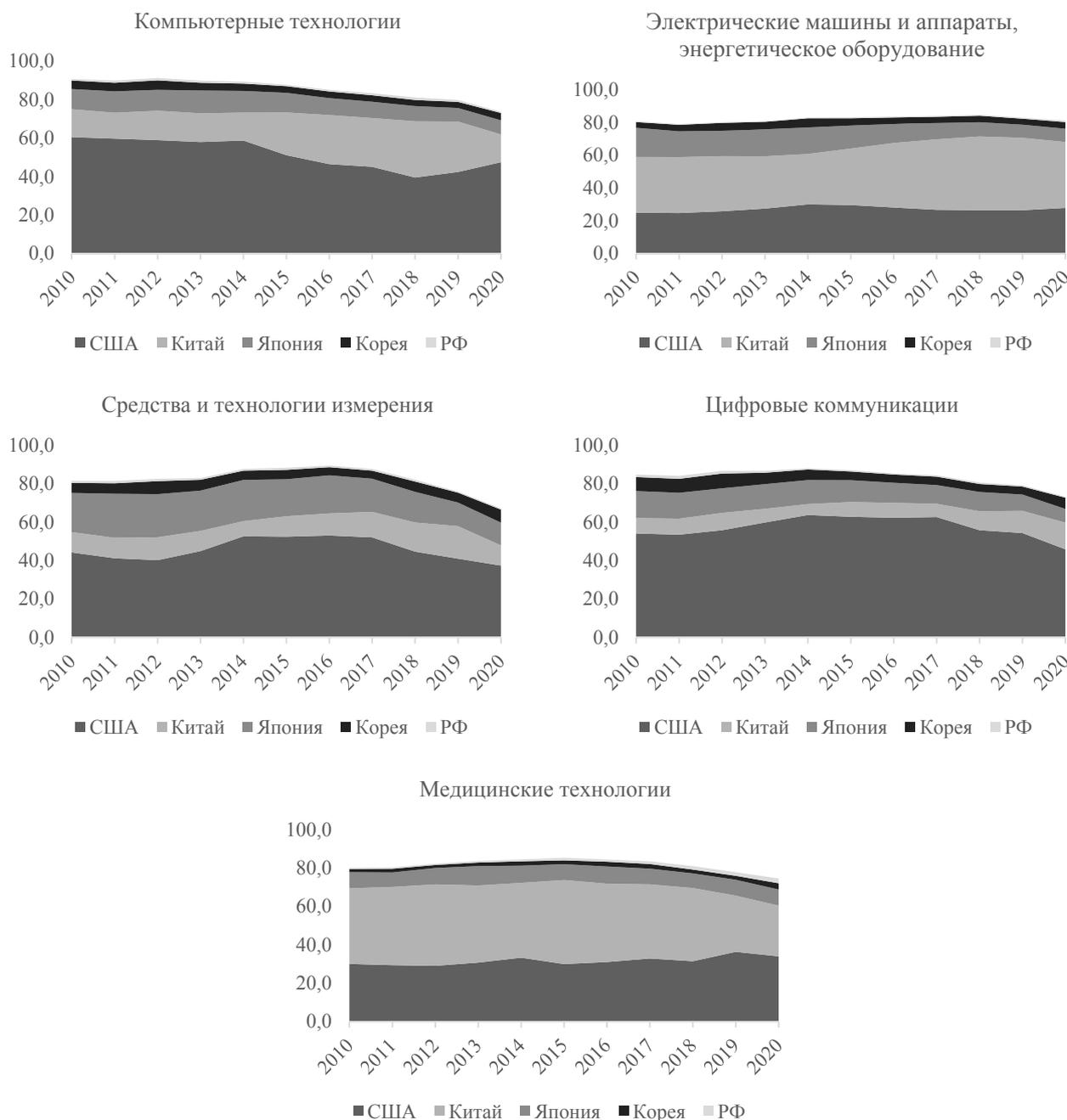


Рис. 2. Распределение заявок на регистрацию патента на изобретение между ведущими национальными патентными ведомствами (построено авторами по данным [4])

Пока Китай выстраивает патентную защиту по широкому фронту технологических областей, США продолжают усиливать собственное превосходство в тех областях, которые являются критически важными для современного научно-технического прогресса. Определенный паритет между Китаем и США сложился только в области «Medical technology», который, впрочем, может измениться в пользу одной из этих стран под влиянием пандемии и беспрецедентного роста глобального рынка медицинской техники и лекарственных препаратов.

Единственной технологической областью, где Китай занимает безусловное лидирующее положение, является область «Electrical machinery, apparatus, energy». Это выглядит вполне логично, учитывая, что именно электрические машины и аппараты, а также энергетическое оборудование в решающей степени определяют производственный профиль данной страны, которая является ведущим мировым производителем и экспортером соответствующей продукции.

Относительный вклад в патентную активность заявителей из Японии постепенно снижается в границах почти всех анализируемых технологических областей, включая, прежде всего, область «Electrical machinery, apparatus, energy», где доля заявок из этой страны за последние десять лет сократилась в 2 раза. Стабильная ситуация с подачей заявок на получение патента на изобретение сложилась для Японии только в отношении технологической области «Medical technology», в структуре которой заявители из этой страны придерживаются четкой нишевой специализации, обеспечивающей им высокий компетентный уровень проводимых технологических разработок.

Реализация аналогичного подхода, предусматривающего четкую специализацию при проведении технологических разработок, прослеживается и в Республике Корея, заявителям которой удается сохранять значения относительного вклада в патентную активность в областях «Computer technology», «Electrical machinery, apparatus, energy» и «Measurement», а в области «Medical technology» даже существенно укрепить ранее достигнутые позиции.

На фоне рассмотренных стран позиции России выглядят недостаточно убедительно по всем технологическим областям, кроме, пожалуй, области «Medical technology», в которой за последние годы наблюдается кратный рост количества подаваемых заявок на регистрацию патентов на изобретения.

Опираясь на данные об относительной динамике патентной активности в различных технологических областях, проведем оценку масштабов кооперации при проведении разработок соответствующего технологического профиля. Для выявления фактов кооперационного взаимодействия воспользуемся данными о количестве патентных заявок на изобретения, в которых указано более двух правообладателей. На рис. 3 динамика соответствующего показателя представлена в разрезе всех пяти анализируемых стран.

Видно, что в технологических областях «Electrical machinery, apparatus, energy», «Measurement», «Computer technology» и «Digital communication» по доле патентных заявок с совместным владением в общем количестве подаваемых заявок с достаточно серьезным опережением лидирует Япония. Однако, если опираться на абсолютные значения показателя числа совместных заявок, то получается, что больше всего практика кооперационного взаимодействия при проведении технологических разработок получила развитие в США.

На протяжении последнего десятилетия почти каждая вторая патентная заявка из этой страны становилась результатом усилий более, чем двух сторон, что может служить важным свидетельством масштаба технических задач, решаемых, как американскими технологическими компаниями, так и компаниями-нерезидентами, которые шли по пути получения патентной защиты на территории США. Именно этим ситуация в США, где динамика числа совместных патентных заявок характеризуется небольшим равномерным ростом, в корне отличается от ситуации в Японии, в которой в период 2013-2015 гг. произошло резкое увеличение данного показателя в контуре почти всех анализируемых технологических областей за исключением области «Medical technology».

Меньше всего относительный вклад в подачу совместных патентных заявок вносят в рамках рассматриваемого периода времени Китай и Республика Корея. В случае с Китаем это, с одной стороны, связано с большим количеством патентов, регистрируемых заявителями из этой страны, а, с другой стороны, может объясняться относительно невысоким уровнем разработок, проведение которых в большинстве своем не требовало формирования на тот момент соответствующих коллабораций. Для Республики Корея значение показателя относительной доли совместных заявок хотя и находится ниже уровня Японии и США, тем не менее остается достаточно существенным – около 10-30% в зависимости от технологической области.

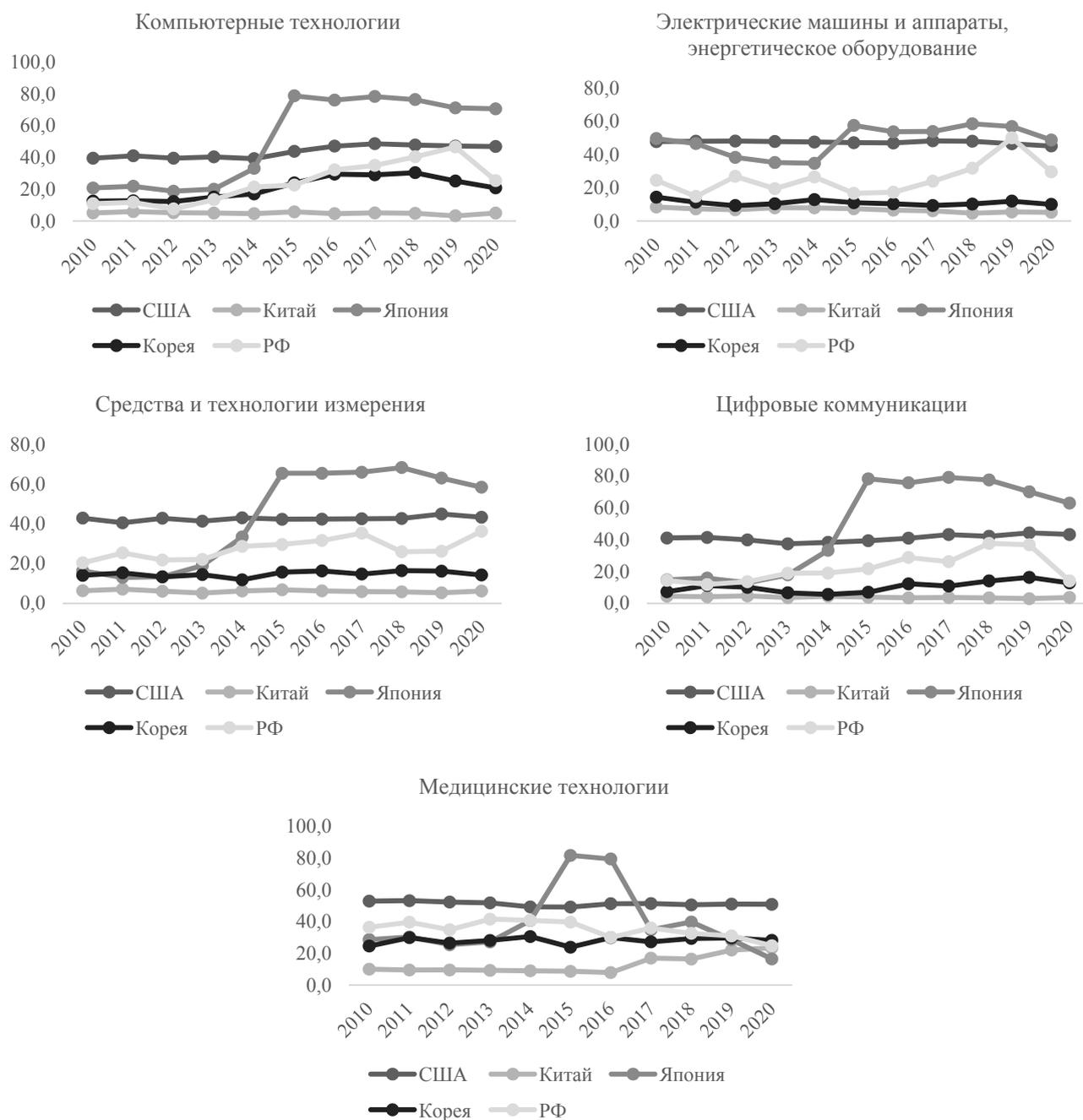


Рис. 3. Масштабы и динамика развития сетевых взаимодействий в различных технологических областях (2010-2020 гг.) (построено авторами по данным [4])

Анализируя значения доли совместных патентных заявок, регистрируемых Роспатентом, приходится констатировать серьезное усиление позиций нашей страны в этой части практически по всем рассматриваемым технологическим областям. Для более развернутой интерпретации сложившейся ситуации проведем сравнение темпов роста числа совместных заявок на получение патента на изобретение в период 2010-2014 гг. и 2015-2019 гг. (рис. 4).

Выбор для сравнения именно этих двух временных интервалов объясняется необходимостью оценки степени влияния на динамику рассматриваемого показателя фактора санкционного давления на российскую экономику со стороны западных стран. Видно, что действие санкций оказало достаточно серьезное воздействие на кооперационное взаимодействие российских организаций, вынужден-

ных начать разработку целого ряда технологических решений, оказавшихся недоступными для отечественного рынка. При этом, наибольшие существенные положительные изменения произошли в таких областях, как «Digital communication», «Computer technology» и «Electrical machinery, apparatus, energy».

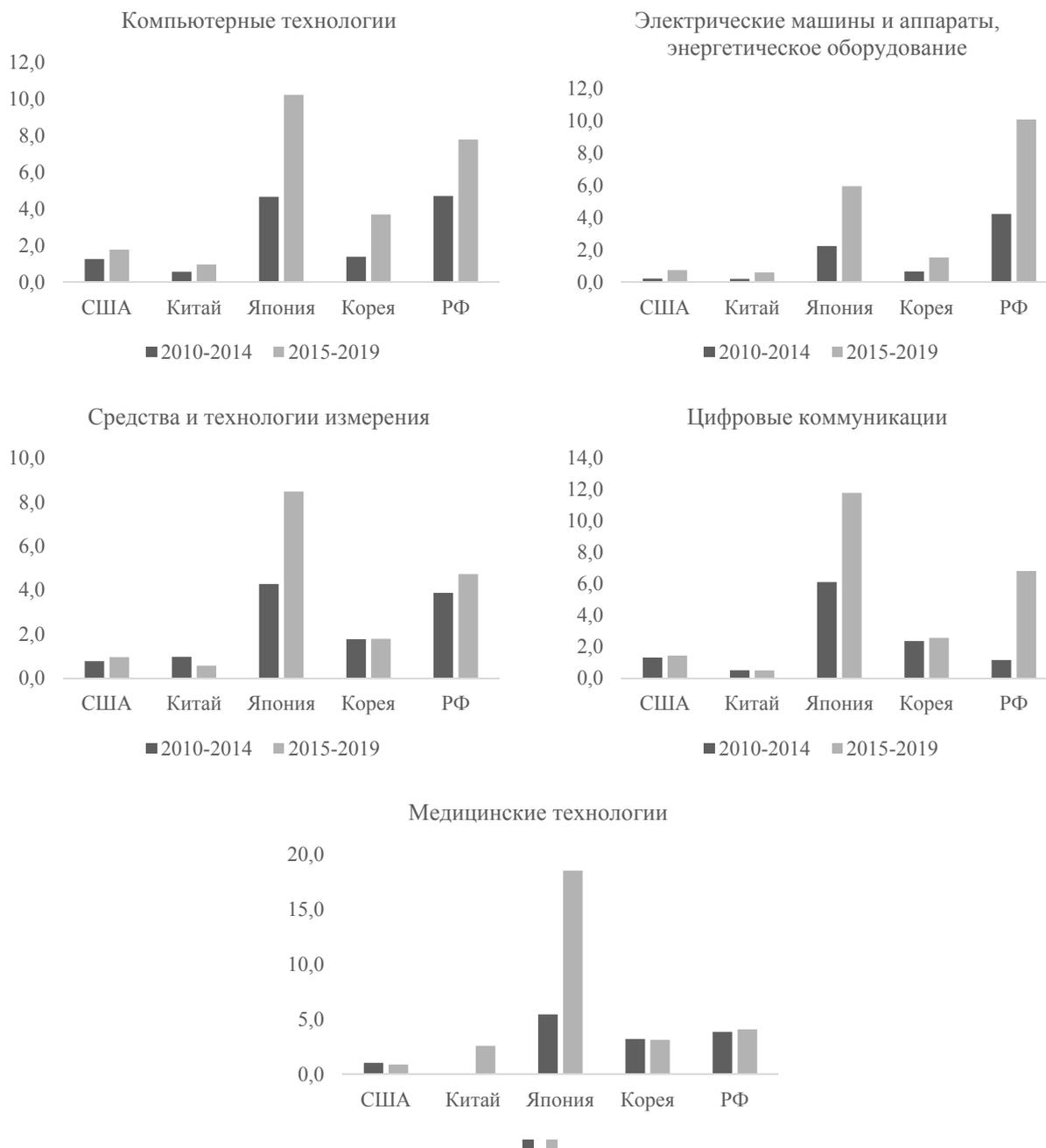


Рис. 4. Изменение темпов роста количества патентных заявок с нескольким правообладателями в досанкционный период и в период действия западных санкций (построено авторами по данным [4])

Выводы

Во-первых, сетевые взаимодействия являются в настоящее время глобальным трендом в организации и осуществлении инновационной деятельности. Затронув практически все сферы технологического

развития, особое проявление этот тренд получил при разработке наукоемких высокотехнологических решений. Устойчивый тренд на рост числа формально фиксируемых коллабораций в различных технологических областях существенно дифференцирован в географической проекции. Как результат – одни и те же технологические области по-разному представлены на карте патентной активности разных стран мира.

Во-вторых, санкционное давление на российскую экономику со стороны западных стран серьезным образом снизило уровень инновационной активности в России, одним из индикаторов которой является количество подаваемых на регистрацию заявок на изобретения. Основным вклад в снижение этого индикатора внести иностранные заявители, многие из которых были вынуждены ограничить или даже полностью свернуть собственную деятельность на территории России. Однако, вместе с тем, с началом действия западных санкций в России существенно возросла динамика регистрации патентов с совместным владением правами на защищаемые ими объекты интеллектуальной собственности.

В-третьих, самая большая активность в российской экономике при формировании коллабораций на этапе проведения технологических разработок характерна для сфер деятельности, отличающихся достаточно высоким количеством ежегодно регистрируемых патентов. Среди них следует, прежде всего, назвать сферы деятельности по созданию компьютерных технологий, электрических машин и аппаратов, энергетического оборудования, а также цифровых коммуникаций. Такие сферы деятельности имеют, как правило, продолжительную и результативную историю управления инновациями, закономерным итогом которой стал переход реализуемых в их среде инновационных процессов на более высокий этап эволюции. Его ключевой характеристикой является ориентация на создание междисциплинарных разработок с более высокой рыночной новизной и, соответственно, уровнем технологической сложности и ресурсоемкости. Рынки такой продукции зачастую относятся к числу развивающихся, имея при этом такую емкость, которая позволяет обеспечивать высокую доходность даже для сравнительно большого количества их участников, в особенности если они занимаются скоординированным продвижением общей технологической платформы.

Благодарности

Исследование выполнено за счет гранта Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 20-310-70023).

ЛИТЕРАТУРА

1. *Садриев А.Р.* Зарубежный опыт управления инновациями в энергетических компаниях // Вестник Казанского технологического университета. 2009. №5. С. 25-31.
2. Доклад о положении в области интеллектуальной собственности в мире за 2019 год. География инноваций: локальные очаги, глобальные сети. Женева^ Всемирная организация интеллектуальной собственности, 2019.
3. *Comai A.* Beyond patent analytics: Insights from a scientific and technological data mashup based on a case example // World Patent Information. 2018. Vol. 55. P. 61-77.
4. Google Patents. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://patents.google.com> (дата обращения 11.10.2020).
5. *Najafi-Tavani S.* et al. How collaborative innovation networks affect new product performance: Product innovation capability, process innovation capability, and absorptive capacity // Industrial marketing management. 2018. Vol. 73. P. 193-205.
6. *Soferan M., Aras H., Alrifai A.* A workflow-based large-scale patent mining and analytics framework // International Conference on Information and Software Technologies. Springer, Cham, 2018. P. 210-223.
7. World Intellectual Property Indicators 2019. Geneva: World Intellectual Property Organization, 2019.

РАЗРАБОТКА АРХИТЕКТУРНОЙ МОДЕЛИ БИЗНЕС-СЕРВИСОВ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ СЕТЕВЫХ ТОРГОВЫХ КОМПАНИЙ

Аннотация. В статье рассмотрена архитектура бизнес-сервисов системы взаимодействия с потребителями сетевых торговых компаний. В процессе исследования разработана классификация бизнес-сервисов сетевых компаний FMCG-сегмента по областям взаимодействия, представлена более подробная классификация внутренних и внешних бизнес-сервисов, рассмотрены учетные и аналитические внутренние бизнес-сервисы, а также внешние сервисы, упрощающие взаимодействия между сетевыми торговыми компаниями и потребителями, и сервисы, формирующие привязанность потребителей к торговой сети и/или бренду. В результате исследования представлена архитектурная модель сервисов взаимодействия с потребителями сетевых торговых компаний.

Ключевые слова. Бизнес-сервис, бизнес-архитектура, внутренние сервисы, внешние сервисы, сервис-ориентированная архитектура, ритейл, FMCG-сегмент, архитектура предприятия.

Voronova O.V., Ilyin I.V., Khareva V.A.

DEVELOPMENT OF THE ARCHITECTURE MODEL OF THE BUSINESS SERVICES IN THE SYSTEM OF CONSUMER INTERACTION WITHIN THE CHAIN TRADING COMPANIES

Abstracts. This article focuses on the architecture of the business services in the system of consumer interaction within the chain trading companies. The research allowed developing the classification of the business services of the FMCG chain trading companies by the areas of interaction. The paper comprehensively systemizes the internal and external business services, examines the account and analytical internal business services, the external services that facilitate the interaction between the chain trading companies and the consumers, as well as the services that shape the consumer's loyalty. As a result of the research, the paper provides the architecture model of the services ensuring interaction with consumers in the chain trading enterprises.

Keywords. Retail, FMCG market segment, business service, business architecture, internal services, external services, service-oriented architecture, FMCG-segment, enterprise architecture.

Введение

В настоящее время под воздействием различных факторов запросы и поведение потребителей товаров и услуг сетевых торговых компаний меняются настолько быстро, что становится практиче-

ГРНТИ 06.71.17

© Воронова О.В., Ильин И.В., Харева В.А., 2020

Ольга Владимировна Воронова – кандидат экономических наук, доцент, доцент Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

Игорь Васильевич Ильин – доктор экономических наук, профессор, директор Высшей школы управления и бизнеса Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

Виктория Анатольевна Харева – ассистент Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

Контактные данные для связи с авторами (Воронова О.В.): 190000, Санкт-Петербург, Новороссийская ул., д. 50 (Russia, St. Petersburg, Novorossiyskaya str., 50). Тел.: 8 (981) 711-02-11. E-mail: ilina.olga@list.ru.

Статья поступила в редакцию 08.08.2020.

ски невозможно спрогнозировать, где и в каком виде произойдет следующий прорыв. Современные информационные технологии все глубже проникают в самую суть ведения бизнеса, что закономерно приводит к существенному расширению спектра конкретных бизнес-решений. При этом, драйвером развития бизнес-сервисов становятся конкретные задачи сетевых торговых компаний, а тренды их развития направлены на реальное решение возникающих проблем [2]. Особенно актуальным для сетевых торговых компаний это становится в системе взаимодействия с потребителями.

Подход к разработке архитектурной модели

При разработке референтных архитектурных решений в сфере FMCG-сегмента целесообразно учитывать четкую функциональную ориентацию подобластей, отражающих операционную бизнес-модель сетевых компаний. В соответствии с чем, при рассмотрении сервисов сетевых компаний оптимально использовать в качестве типовой структуру, аналогичную структуре операционной бизнес-модели розничной компании, а именно, рассматривать последовательно сервисы взаимодействия с поставщиками, сервисы операционной деятельности и сервисы взаимодействия с потребителями. На рисунке 1 представлена классификация бизнес-сервисов сетевых компаний FMCG-сегмента по областям взаимодействия.

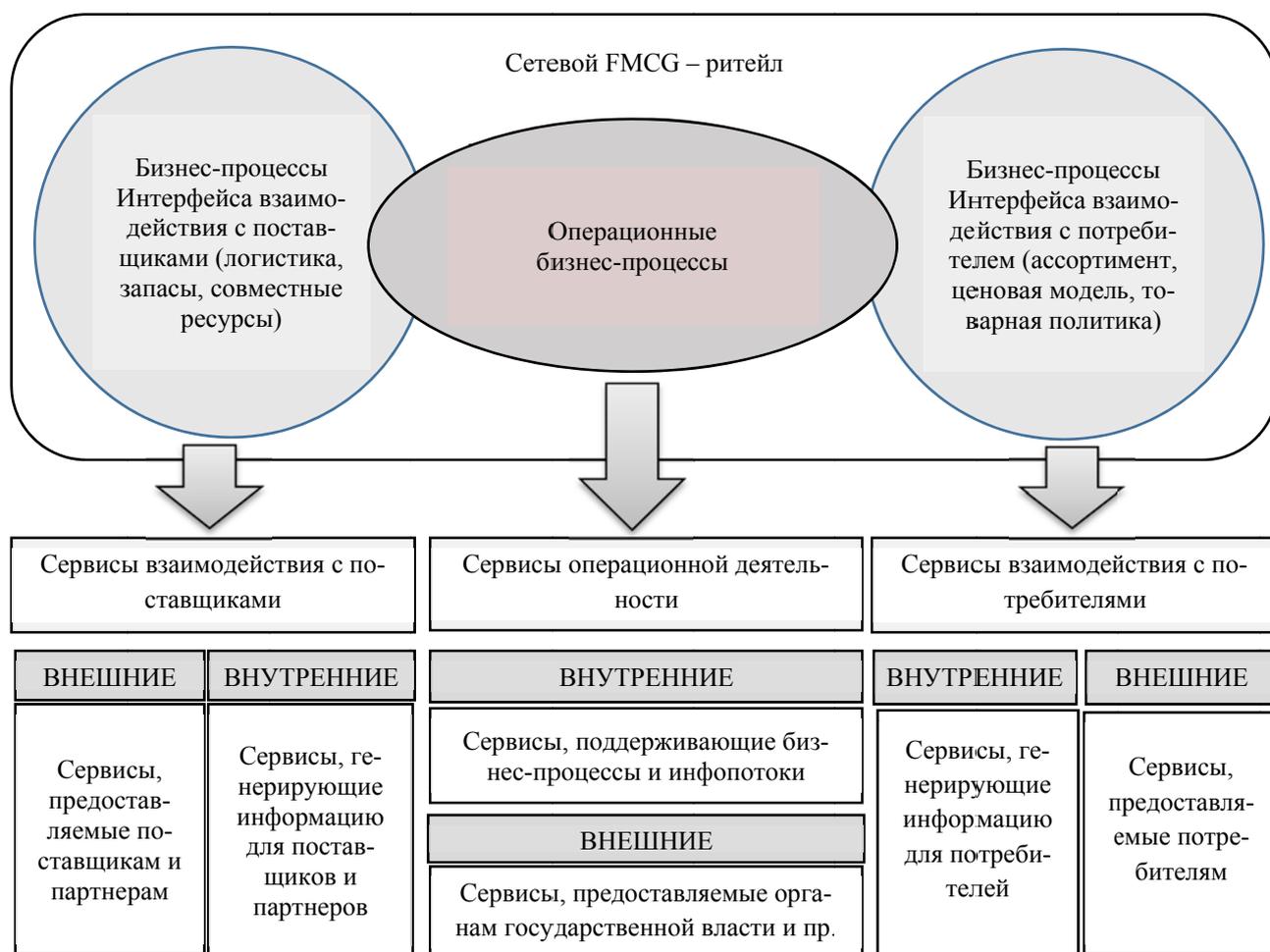


Рис. 1. Классификация бизнес-сервисов сетевых компаний FMCG-сегмента по областям взаимодействия

Рассмотрим классификацию бизнес-сервисов взаимодействия с потребителями более подробно. В первую очередь, бизнес-сервисы системы взаимодействия с потребителями целесообразно рассматривать с позиции направленности воздействия, а именно классифицировать их на внутренние и внешние (см.: <https://www.retail.ru/articles>) (рисунок 2):

1. Внутренние бизнес-сервисы, в свою очередь, целесообразно подразделить на учетные сервисы, непосредственно формирующие базы данных потребителей сетевых торговых компаний, и аналитические сервисы, анализирующие эти базы данных.

2. Внешние бизнес-сервисы можно классифицировать на упрощающие взаимодействие между сетевыми торговыми компаниями и потребителями и формирующие привязанность потребителей к конкретной торговой сети и/или бренду.

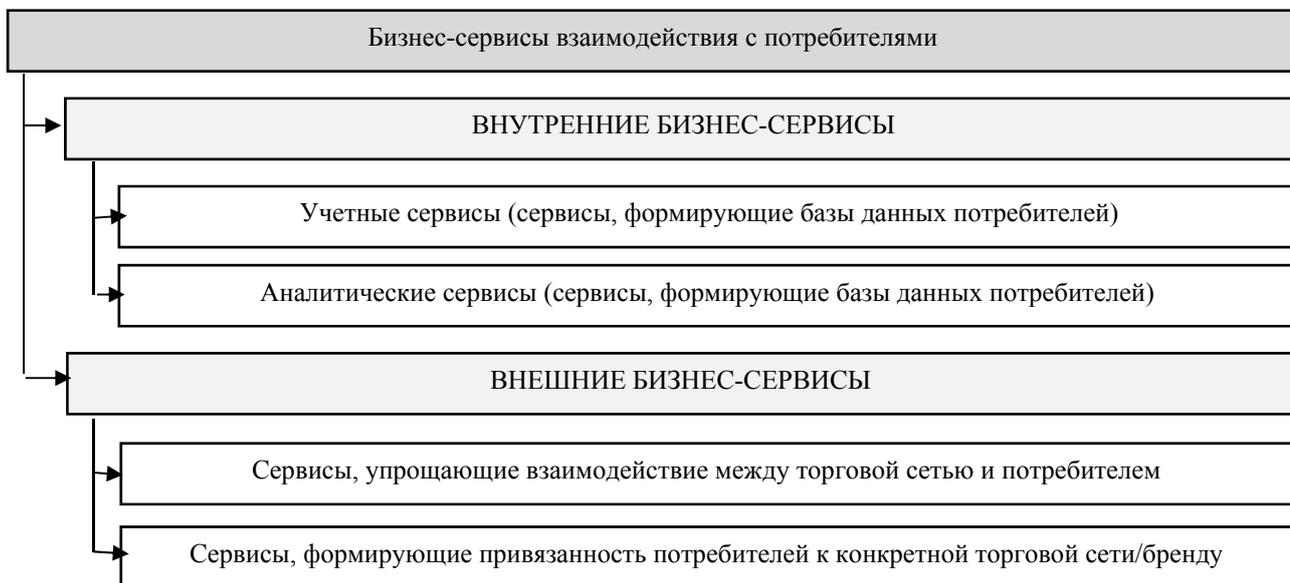


Рис. 2. Классификация бизнес-сервисов взаимодействия с потребителями

Далее представлена более подробная классификация внутренних и внешних бизнес-сервисов взаимодействия с потребителями. Рассмотрим сначала внутренние бизнес-сервисы взаимодействия с потребителями сетевых торговых компаний, представленные на рисунке 3 более подробно:

1. Учетные сервисы, формирующие базы данных потребителей:

- единая база покупателей – включает личные данные, контактную информацию, историю покупок, историю взаимодействий с потребителями товаров и услуг сетевых торговых компаний.

2. Аналитические сервисы, анализирующие базы данных потребителей:

- сегментация покупателей – сегментация по частоте покупок, среднему чеку, полу, возрасту и пр.;
- реестр визитов и отслеживание поведенческих факторов – включает дату и время визита, событие, источник, акцию, глубину визита, длительность визита)
- видеоаналитика. В настоящее время, благодаря облачным платформам, стоимость видеоаналитики радикально снизилась, а процесс настройки сильно упростился. Облачная видеоаналитика позволяет повысить лояльность покупателей, улучшить качество обслуживания, обеспечить безопасность производства, выполняя такие задачи, как контроль очередей (превышения количества людей в очереди при отсутствии (длительном отсутствии) сотрудника на рабочем месте, превышения допустимого соотношения клиент/специалист в рабочей зоне); учет рабочего времени сотрудников (оценка реального времени присутствия на рабочем месте сотрудников, повышение безопасности производства в случаях, когда присутствие сотрудника строго необходимо, повышение трудовой дисциплины); анализ покупательского поведения, контроль количества посетителей в торговом зале;
- аналитика больших данных (Advanced Analytics of Big Data) – возможность формирования прогнозов по потребительскому поведению, а именно: приобретение необходимого количества товара для покрытия спроса, моделирование потенциальных продаж в соответствии с предыдущими покупками клиента и т.д. Например, X5 Retail Group первая в Российской Федерации из сетевых торговых компаний запустила сервис по автоматизации предоставления сегментов данных для клиен-

тов и партнёров. Решение позволяет использовать накопленные данные об истории покупок для таргетированной digital-рекламы;

- анализ результатов – оценка роста продаж через сравнение покупательской активности, анализ позволяет с максимально возможной точностью исключить влияние таких факторов как сезонность, промоакции, активность конкурентов и т.д. Сервис позволяет получать статистически значимые выводы о влиянии креатива, частоты, предложения или формата рекламы и пр.



Рис. 3. Классификация внутренних бизнес-сервисов взаимодействия с потребителями

Далее рассмотрим внешние бизнес-сервисы взаимодействия с потребителями сетевых торговых компаний, представленные на рисунке 4 более подробно:

1. Сервисы, упрощающие взаимодействие между торговой сетью и потребителем:

- ручные сканеры – система Self scan, которая позволяет покупателю самому сканировать товары перед тем, как положить их в корзину;
- введение касс самообслуживания, POS-терминалов – существенное ускорение процесса покупки и снижение затрат на оплату труда кассиров, видеомониторинг очередей для удаленного отслеживания количества посетителей на кассах, сокращение возможных очередей в часы пик и более эффективное управление сотрудниками торгового зала;
- электронные ценники – автоматизация данного процесса позволяет не только минимизировать число ошибок, но и освободить часть времени сотрудников, помимо этого, замена бумажных ценников на электронные позволит исключить ситуации, когда цена на кассе и на ценнике отличается;
- использование планшетов/телефонов/встроенных сенсорных экранов – у большинства крупных торговых сетей имеются собственные мобильные приложения, которые в последнее время стано-

вятся все более востребованными среди потребителей. Мобильные приложения используются сетями для повышения лояльности покупателей и удобства совершения покупок. Помимо этого, мобильные устройства могут использоваться при внедрении системы самостоятельного сканирования товаров при помощи камеры телефона, данный сервис уже реализован в приложениях «ВкусВилл», «Ашан», «Перекресток. Сканер в телефоне» и «Пятерочка с собой». Система позволяет отсканировать камерой телефона товары, а на кассе после сканирования QR-кода сразу оплатить покупку;

- коммуникативные сервисы – интеграция с телефонией, смс, групповая работа в мессенджерах, e-mail;
- постаматы – покупатели онлайн-площадок могут получать заказы в постаматах и на кассах в различных точках продаж;
- доставка товара – в связи с угрозой распространения коронавирусной инфекции в экстренном порядке на сайтах и в мобильных приложениях сетевых торговых компаний была введена бесконтактная доставка заказа.

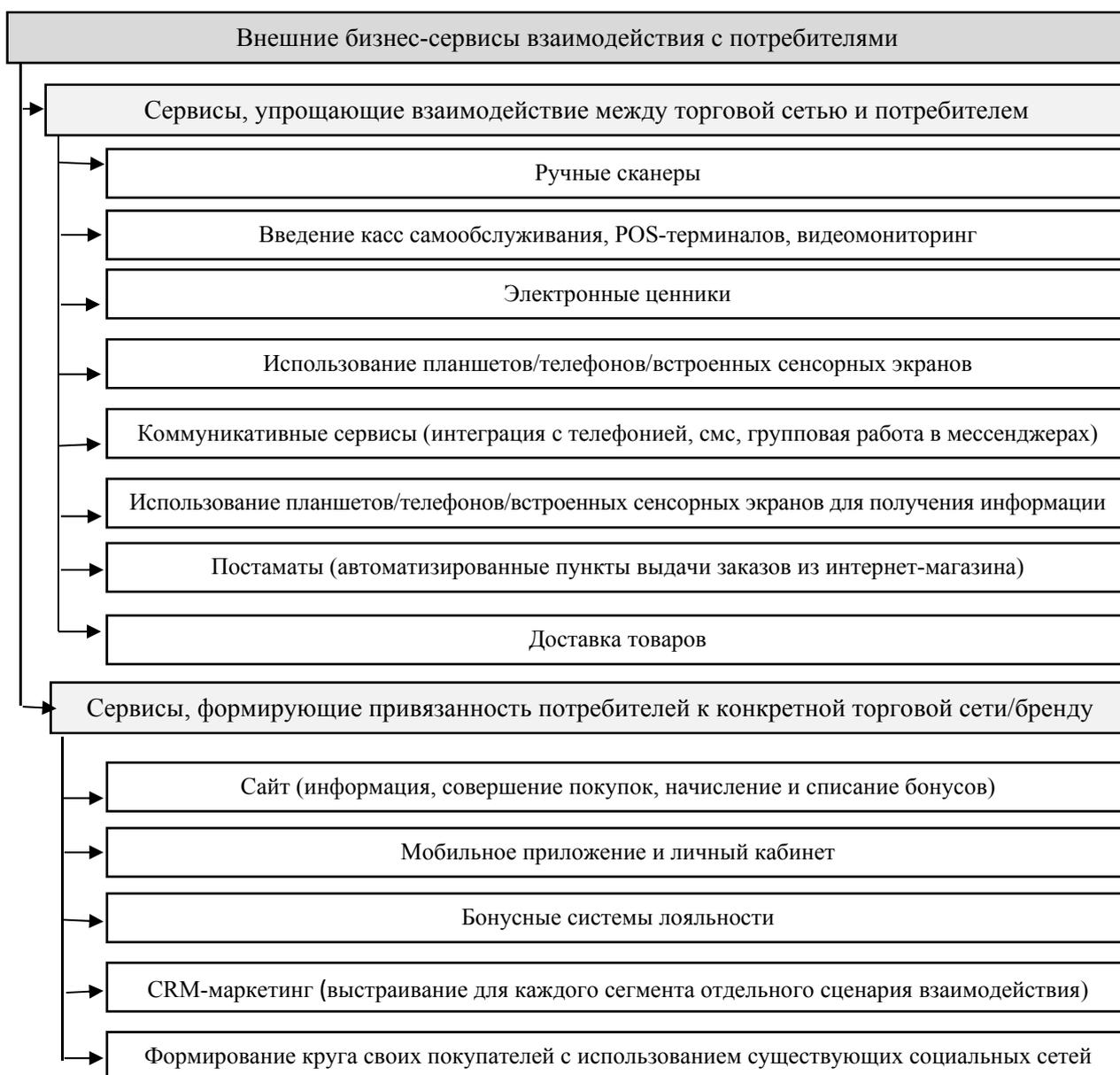


Рис. 4. Классификация внешних бизнес-сервисов взаимодействия с потребителями

2. Сервисы, формирующие привязанность потребителей к конкретной торговой сети/бренду:

- сайт – информация, совершение покупок, начисление и списание бонусов;
- мобильное приложение и личный кабинет – информация о доступных баллах, состоянии бонусной карты и проходящих акциях, специальных предложениях и текущих новинках, информация о совершенных покупках, начисленных и списанных баллах, информация о расположении магазинов и графике работы, информация об истории компании, ее целях и миссии;
- бонусные системы лояльности – программы поощрения по скидкам, акциям, купонам и сертификатам, реализация многоуровневой, накопительной, платной, партнерской и геймифицированной программы лояльности, гибкие правила начисления бонусов, комбинирование депозитной и дисконтной систем начисления, настройка взаимодействия начисления нескольких скидок и управление их приоритетом;
- CRM-based маркетинг – сбор данных, сегментация аудитории, выстраивание для каждого сегмента отдельных сценариев взаимодействия с компанией;
- формирование круга своих покупателей с использованием существующих социальных сетей (Facebook, Twitter и Вконтакте).

Помимо классификации внешних и внутренних бизнес-сервисов системы взаимодействия с потребителями, следует выделить такую тенденцию развития бизнес-сервисов, как объединение знаний о покупателе офлайн и онлайн для омниканальных ритейлеров [3]. При этом, следует учитывать, что при выходе торговой сети на online площадку наибольшие сложности возникают с интеграцией товароучетной системы и CRM. Использование Big Data также играет огромную роль для персонализации предложения потребителям товаров и услуг сетевых торговых компаний.

Перспективы развития архитектурной модели

Для дальнейшей оценки архитектуры бизнес-сервисов сетевых торговых компаний рассмотрим базовую сервис-ориентированную архитектуру, представленную на рисунке 5.

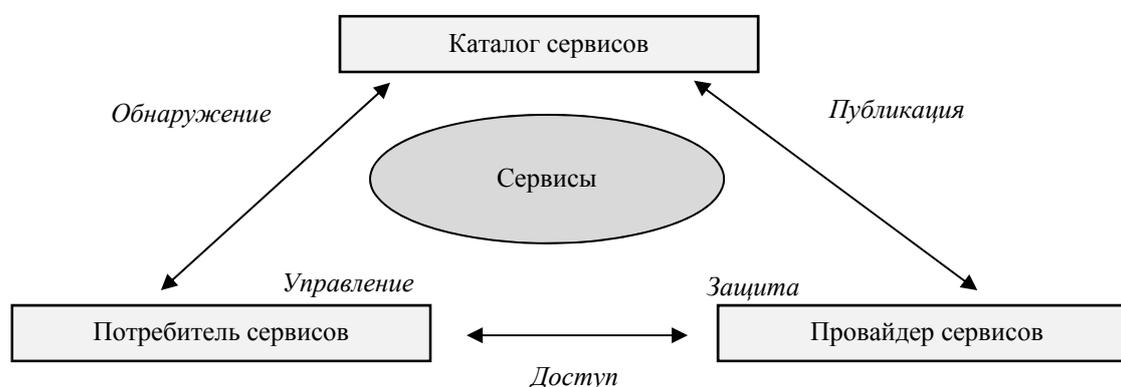


Рис. 5. Базовая сервис-ориентированная архитектура

Исходя из представленной сервис-ориентированной архитектуры можно отметить, что провайдер сервиса представляет различные сервисы, потребитель сервиса – потребляет сервисы, отвечающие его бизнес-потребностям и обнаруженные в каталоге сервисов, каталог сервисов служит для публикации и ведения списка сервисов, доступных для потребителей [4].

При оценке жизненного цикла бизнес-сервисов сетевых торговых компаний следует учитывать следующие этапы [5]: проектирование бизнес-сервиса; разработка бизнес-сервиса; внедрение бизнес-сервиса; эксплуатация; анализ бизнес-сервиса; оптимизация бизнес-сервиса. Таким образом, архитектура сервисов системы взаимодействия с потребителями сетевых торговых компаний может быть представлена в виде, приводимом на рисунке 6.

Практическое использование данной архитектурной модели при проектировании и разработке новых бизнес-сервисов взаимодействия с потребителями позволит более мягко адаптировать данную сферу бизнеса к окружающей бизнес-среде, поскольку цифровизация уже сейчас существенно изменила и продолжает менять потребительское поведение.

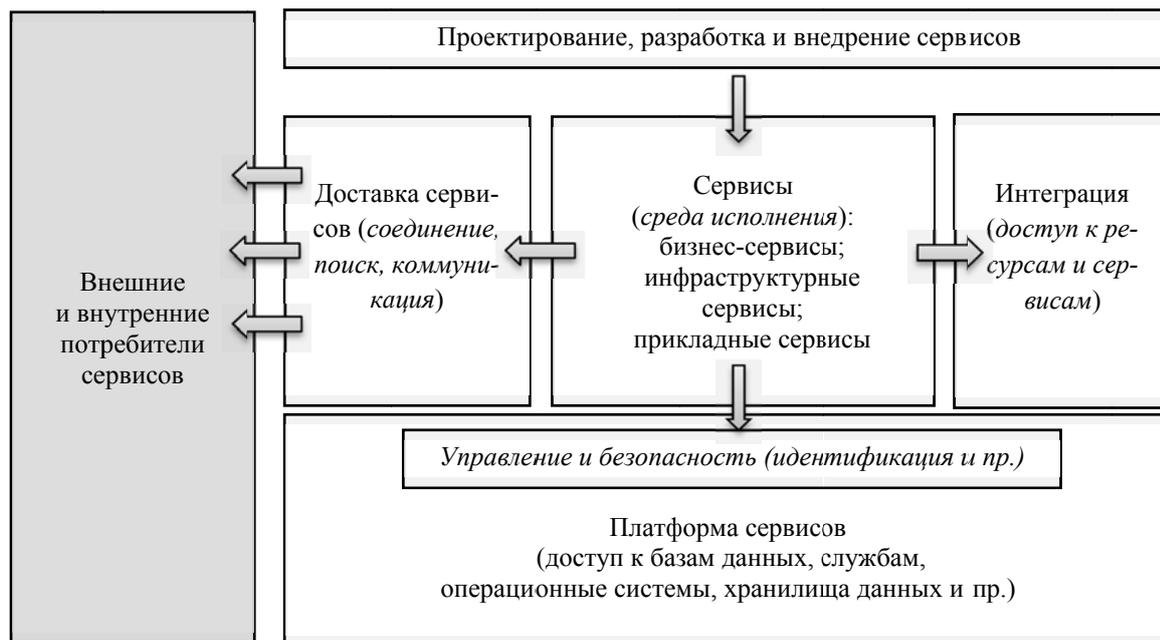


Рис. 6. Архитектурная модель бизнес-сервисов системы взаимодействия с потребителями сетевых торговых компаний

Заключение

Цифровизация экономики и расцвет информационных технологий неизбежно приводят к сращиванию цифровых и классических технологий в FMCG-сегменте, в связи с чем только своевременное внедрение новых востребованных бизнес-сервисов, основанных на информационно-технологических инструментах, позволит достичь поставленных целей, повысить эффективность, освоить новые каналы продаж и сохранить свою нишу в условиях высокой конкуренции сетевых торговых компаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации № 1632-р от 28 июля 2017 г.
2. Воронова О.В., Ильин И.В. Агрегированная модель мотивационного расширения для построения архитектурных решений сетевого ритейла FMCG-сегмента // Экономика и управление. 2019. № 2 (160). С. 78-85.
3. Воронова О.В., Харева В.А. Сетевой ритейл FMCG-сегмента в Российской Федерации: современное состояние и проблемы развития // Международный научный журнал. 2019. № 2. С. 7-16.
4. Шубин А. Бизнес-модели розничных компаний: как конкурировать с гигантами. М.: ПБК Менеджмент: Onebook.ru, 2016. 276 с.

Романова Г.М., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В., Симонян Р.А.

ТУРИСТСКАЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПЛАТФОРМА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ

Аннотация. В статье предлагается новая гипотеза по совершенствованию системы управления развитием туризма на современном этапе, затрагивающая при этом пока региональный уровень. Она основывается на представленных показателях конкурентоспособности региональных туристских продуктов, которые с позиций теории самоорганизации с помощью туристской технологической платформы способны адекватно отображать параметры порядка саморазвития туристской сферы. Исследование опирается на применение методов системно-синергетического и институционального подходов, экономико-математическое моделирование.

Ключевые слова. Сфера туризма, туристский сектор экономики, синергетика, теория самоорганизации сложных систем, туристская технологическая система, параметры порядка сферы туризма, региональные турпродукты.

Romanova G.M., Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V., Simonyan R.A.

TOURIST TECHNOLOGICAL PLATFORM AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST SPHERE

Abstract. The article proposes a new hypothesis for improving the management system for tourism development at the present stage, while still affecting the regional level. It is based on the presented indicators of the competitiveness of regional tourism products, which from the standpoint of the theory of self-organization with the help of a tourist technological platform are able to adequately reflect the parameters of the order of self-development of the tourism sector. The study is based on the use of methods of systemic synergetic and institutional approaches, economic and mathematical modeling.

Keywords. Tourism sphere, tourism sector of the economy, synergetic, theory of self-organization of complex systems, tourist technological system, order parameters of the tourism sphere, regional tourism products.

Введение

Согласно принятой стратегии развития туризма на ближайшие годы в России, в её пространство к 2025 г. должно вовлекаться до 100 млн туристов в год, в т.ч. около 40 млн зарубежных туристов [5].

ГРНТИ 71.37.75

© Романова Г.М., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В., Симонян Р.А., 2020

Галина Максимовна Романова – доктор экономических наук, профессор, ректор Сочинского государственного университета.

Владимир Насибуллович Шарафутдинов – кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник Субтропического научного центра Российской академии наук, ведущий научный сотрудник Сочинского государственного университета.

Елена Васильевна Онищенко – кандидат экономических наук, учёный секретарь, руководитель Института пространственного развития регионов Субтропического научного центра Российской академии наук.

Рафаэль Арсенович Симонян – старший преподаватель Кубанского государственного университета (г. Краснодар).

Контактные данные для связи с авторами: (Онищенко Е.В.): 354000, Краснодарский кр., г. Сочи, Театральная ул., 11А (Russia, Sochi, Teatralnaya str., 11A). Тел.: +7-918-205-29-72. E-mail: elon@list.ru.

Статья поступила в редакцию 31.08.2020.

Это намечаемое количество практически вдвое больше, по сравнению с 2019 г. Такое увеличение турпотока в туристское пространство, по-видимому, будет весьма затруднено. И не столько по причине пандемии, сколько, на наш взгляд, из-за неадекватности системы управления развитием туризма, когда более 2/3 её реалий, особенно в отношении структуры и объёмов товаров и услуг, ежегодно воспроизводимых и потребляемых турпотоками в пространстве регионов их пребывания в нашей стране, до сих пор находятся вне статистической видимости [1]. В результате, реальные контуры пространственно-временных координат сферы туризма, её экономические основы, как целостной самостоятельной системы, в значительной степени пока остаются неопределёнными.

Теоретический бэкграунд

В проведённых ранее исследованиях нами рассматривалась гипотеза о туристской сфере, как сложной целостной открытой системе, которая на настоящем этапе своего развития уже обладает основными свойствами саморазвития. Это было обусловлено такими факторами, как:

- огромные количественные и качественные изменения в сфере туризма за последние десятилетия;
- задействование туристским сектором экономики огромной ресурсной, материальной и инфраструктурной базы, основанной не только на неуклонном нарастании масштабов использования и потребления самых разнообразных ресурсов планеты, но и технологий преобразования этих ресурсов в востребованные туристами турпродукты;
- сложившаяся сложная структура туристской сферы, функционирующая в режиме микро-, мезо- и макроуровней и др.

На наш взгляд, свойства саморазвития туристской сферы проявляются в таких общих закономерностях, как неизбежный циклический характер развития данной целостной системы, разнообразие внутренних источников её саморазвития, неизбежность чередования периодов появления признаков асинхронности взаимодействия её элементов с переходом на новый уровень их упорядоченности и усложнения, но без утраты её целостности и эмерджентных свойств и др.

Очевидно, что сфера туризма уже явно приобретает целостные свойства сложной системы и начинает развиваться, в основном, за счёт своих внутренних факторов, то есть саморазвиваться. При этом, одновременно являясь подсистемой в более крупных системных образованиях, таких как мировая экономика, общество в целом, экология планеты, естественно испытывая при этом как неспецифические, так возможно и специфические воздействия, но уже не утрачивая свою целостность и свои внутренние источники развития, даже под воздействием событий типа мировой коронавирусной пандемии 2020 г. Поэтому, с точки зрения синергетического подхода, при исследовании подобных систем, на наш взгляд, весьма важным является понимание не только того, как их элементы взаимодействуют, но и того, к чему приводит их взаимовлияние с точки зрения изменений самой системы, её структуры и других её параметров без нарушения её целостности.

В данной статье, опираясь на представленные выводы, эти свойства мы предлагаем закладывать в основы создания современных туристских технологических платформ (пока только применительно к мезоуровню туристской сферы), способных обеспечивать устойчивое воспроизводство высококонкурентных региональных туристских продуктов.

Основные результаты и их обсуждение

Принципиально важно, что ключевую роль в процессе саморазвития туристской сферы как системы имеет её мезоуровень, на котором происходит формирование так называемых параметров порядка, «когда зарождаются и начинают формироваться её структуры, в ходе которых собственно и возникает процесс самоорганизации» [2, с. 82]. Иными словами, процесс структуризации любой системы неизбежно означает перегруппировки в её микроэлементной базе (на микроуровне), в ходе которых все её неустойчивые, ослабленные элементы отсекаются, если они не преобразуются и не впишутся в складывающиеся средние величины для обеспечения своих устойчивых состояний.

При этом, важно учитывать, что параметры порядка нельзя выбирать произвольно, они должны соответствовать «нелинейному характеру системы». В случае произвольного изменения значений параметров устойчивое состояние системы может стать неустойчивым [2, с. 82-83]. На наш взгляд, применительно к сфере туризма такого рода параметры порядка в определённой степени могут отражаться в определённых нами показателях конкурентоспособности региональных турпродуктов, зарожда-

ющихся в жёсткой конкурентной борьбе различных регионов мира за современные туристские и финансовые потоки.

По своей природе эти параметры вполне способны «подчинять» себе процессы самоорганизации системы, тем самым реализуя «принцип подчинения по Хакену» [6; 7], который «составляет основу синергетического подхода к анализу эволюции и самоорганизации сложных систем» [2, с. 82]. Основной перечень параметров, применительно к сфере туризма, способных стать опорными точками структурного каркаса на мезоуровне, на наш взгляд, может быть представлен в виде воспроизводственной матрицы (см. рис.).



Рис. Схема формирования параметров порядка самоорганизации туристской сферы регионов в процессе воспроизводства востребованных турпотоками конкурентоспособных региональных туристских продуктов (РТП) (составлено авторами)

В данной схеме представлены восемь взаимосвязанных и взаимно обуславливающих друг друга групп показателей. Их осмысление и группировка стали результатом наших исследований системы показателей конкурентоспособности ежегодно воспроизводимых региональных туристских продуктов, представляющих собой органическую составляющую ВРП, генерируемую вовлекаемыми в пространство регион турпотоками.

Вместе с тем, эта система показателей оказалась созвучна и с определённой степенью приближения явно отражает такие глубинные свойства саморазвивающихся систем, как параметры порядка. Ибо, с одной стороны, в них явно просвечивается архитектура структуры туристской сферы как системы. А с другой стороны, в пространстве туристской сферы региона явно обнаруживает себя система определённых реперных точек, ёмко насыщенных крупными информационными узлами взаимосвязей, раскрывающих перспективы системного и эффективного регулирования развития туристского сектора экономики регионов, прежде всего туристско-курортной специализации.

В этой связи характерны диагональные взаимосвязи воспроизводственной матрицы, представленной на рисунке. В частности, по диагонали a-b-f-h просматривается взаимосвязь ресурсной базы регионов с перечнем отраслей туристских секторов экономики регионов, вовлекаемых в воспроизводство региональных туристских продуктов, уровнем стратегирования их развития и показателями качества и эффективности системы управления развитием туристской сферы.

А по диагонали с-d-e-g увязываются взаимозависимость спроса со стороны турпотоков с эффективностью использования вовлекаемого в воспроизводство региональных туристских продуктов туристского потенциала региона, предложением их объёмов, обеспечивающим удовлетворение спроса со стороны турпотоков и современным платформенным подходом реализации такого рода задач, реализуемых в разрабатываемых в настоящее время туристских технологических платформах.

По мнению авторов, принципиально важно отметить, что зародившийся в Европе в начале второго десятилетия текущего столетия платформенный подход [8-12], как один из современных способов освоения и развития туристских пространств, хорошо работает там и тогда, где и когда в его основу закладываются и постоянно актуализируются последние достижения информационных и цифровых технологий.

Без этого сегодня уже невозможно добиваться ключевых показателей конкурентоспособности воспроизводимых региональных туристских продуктов, так как их воспроизводство основывается на лавинообразном генерировании огромных массивов данных, необходимости их структурирования, сжатия, обобщения и оценки с целью получения новой информации и на её основе наращивания «новой стоимости» в сфере туристского сектора экономики, параметры которого обусловлены средним уровнем потребления, необходимого для сохранения и развития человеческого потенциала.

Весьма важно, что для её получения необходимо не только должным образом структурировать и сжимать образующуюся информацию, но одновременно находить способы гибкой оптимизации заложенной в ней конфигурации интересов всех ключевых участников воспроизводства региональных туристских продуктов, прежде всего посредством создания и реализации современных туристских технологических платформ. С этих позиций, туристские технологические платформы начинают выступать как зарождающиеся современной теорией и практикой развития туризма всё более тонкие и эффективные инструменты участия человека в развитии туристской сферы как саморазвивающейся системы.

В самом общем виде модель формирования такого рода туристской технологической платформы можно представить в виде современной межотраслевой технологической системы, способной ежегодно обеспечивать устойчивое воспроизводство конкурентоспособных региональных турпродуктов. Функционально такого рода региональные турпродукты зависят от восьми основных параметров порядка, проявляющих себя в соответствующей системе показателей его конкурентоспособности, показанных на рисунке. В этом случае, в самом общем виде такого рода модель туристской технологической платформы может выглядеть следующим образом:

$$\text{ТТП} \leftrightarrow \text{РТП} (a, b, c, d, e, f, g, h),$$

где \leftrightarrow – знак взаимной зависимости;

ТТП – это туристская технологическая платформа, обладающая способностью обеспечивать устойчивое воспроизводство конкурентоспособных региональных туристских продуктов, показатели конкурентоспособности которых в контексте платформенного подхода способны адекватно отражать образы формирующихся параметров порядка туристской сферы как саморегулирующей системы;

РТП – это высококонкурентные региональные туристские продукты, ежегодно воспроизводимые в туристском пространстве экономики регионов, вовлекающие в них внутренние и въездные турпотоки. Причём, прежде всего, за счёт превращения этих пространств в оазисы оздоровления и укрепления иммунитета человека посредством использования последних достижений медицины в сочетании с оздоравливающими силами природы;

a – группа показателей, характеризующих имеющуюся туристскую ресурсную базу регионов (природную, культурно-историческую, социальную, экономическую, технологическую и др.), вовлекаемую в ежегодное воспроизводство РТП без превышения рекреационной ёмкости регионов. Эта группа показателей предполагает создание интегральной информационной модели динамики состояния туристской ресурсной базы регионов, способной раскрывать текущую и перспективную ресурсообеспеченность устойчивого воспроизводства РТП;

b – показатели перечня отраслей и сфер экономики региона, определённые доли продукции которых реально вовлекаются в воспроизводство РТП. При этом должна иметь место адекватная статистическая видимость формирующихся объёмов и структур РТП в составе валовых региональных продуктов (РТП/ВРП);

c – показатели спроса (объемы, структура, динамика финансовых потоков), генерируемые турпотоками, вовлекаемыми в пространство регионов. При этом, в составе совокупного спроса, как в пандемийный период, так и особенно после него, спрос на оздоравливающие, укрепляющие иммунитет человека турпродукты будет, по мнению авторов, стремительно возрастать;

d – группа показателей, характеризующих эффективность использования имеющегося туристского потенциала региона (степень изученности туристской ресурсной базы регионов, доля её вовлечения в воспроизводство РТП, глубина и экологическая чистота переработки ресурсной базы регионов в направлении выявления и освоения лечебно-оздоровительных свойств природы и др.);

e – показатели предложения воспроизводимых РТП. Важен неуклонный рост значимости оздоравливающих иммуноукрепляющих турпродуктов в условиях нарастания доли экологически чистых туристских пространств. При этом, показатели предложения должны даваться в соотношении спрос / предложение, а также соотноситься с профицитом (дефицитом) платёжного баланса по линии туристской сферы, проистекающим из динамики соотношения внутренних-въездных-выездных турпотоков и генерируемых ими финансовых потоков;

f – показатели наличия и уровня стратегирования развития туристской сферы, основанной на сопоставлении с ведущими туристско-курортными регионами мира по среднему уровню потребления высококачественных турпродуктов иммуноукрепляющего характера, показателям развития человеческого потенциала и уровнями экономического развития;

g – показатели качества и эффективности системы управления развитием туристской сферы (степень достижения стратегических задач, адекватность перечней флагманских проектов, связанных с выполнением стратегических задач развития туризма, в экономических моделях которых будет экономически выгодно сохранять и наращивать человеческий потенциал; наличие адекватных этим задачам системы подготовки и переподготовки кадров туристской сферы и др. [4]);

h – показатели действующей туристской технологической платформы, основанной на цифровизации экономики региона, в т.ч. экономики туризма, охватывающей, структурирующей и адекватно сжимающей всё информационное поле туристской сферы до уровня кристаллизации системы показателей конкурентоспособности РТП, способной обеспечивать эффективное управление развитием туризма на уровне регионов и адекватно отображать параметры порядка туристской сферы регионов, как саморазвивающейся целостной, в том числе открытой к оздоравливающим силам природы, и усложняющейся системы.

Заключение

Подводя некоторые итоги затронутых в данной статье проблем, важно подчеркнуть следующие её основные положения.

1. В меняющейся картине мира в свете синергетического подхода уже вполне очевидно, что громадные количественные изменения в сфере туризма привели к таким её качественным изменениям, которые повлияли на её становление как самостоятельной большой сложной саморазвивающейся системы, занимающей всё более важное место в современном общественном воспроизводстве. При этом, в лице туристских технологических платформ начинает формироваться высокотехнологичный инструментарий развития туризма на уровне регионов, способный обеспечивать устойчивое воспроизводство высококонкурентных региональных туристских продуктов, в основу которых должны закладываться формирующиеся параметры порядка туристской сферы как саморазвивающейся целостной, непрерывно усложняющейся системы.

2. Параметры порядка в сфере туризма одновременно выступают и как своеобразный глубинный генератор структурирования огромных информационных массивов, порождаемых процессом воспроизводства региональных туристских продуктов в рамках туристских сфер экономики, и как объективная основа формирования системы показателей их конкурентоспособности. В свою очередь, эти системы показателей, очевидно, могут и должны закладываться в реперные точки технологического каркаса и архитектуру туристских технологических платформ, тем самым наделяя их способностью регулирования развития туризма в регионах и, таким образом, вписывая, встраивая целенаправленную деятельность человека в процесс саморазвития туристской сферы как сложной целостной системы. При этом важно отметить, что эта целенаправленная деятельность должна быть хорошо созвучна параметрам порядка туристской сферы как саморазвивающейся системы. В противном случае эта дея-

тельность периодически, наряду с другими факторами, может оказываться источником нарастания асинхронности, периодов хаотизации в процессе развития туристских сфер регионов.

3. Способность туристских технологических платформ органично встраиваться в системы управления туризмом во многих регионах мира, в т.ч. в России – учитывая её огромные, сравнительно слабо освоенные пространства, во многом зависит от разработок и использования современных информационных технологий, а также адекватной природы туристской сферы как саморазвивающейся системы, цифровизации её информационных массивов и математического инструментария их обработки. Но это – тема уже следующего этапа исследований.

Авторский вклад

Романова Г.М. – определение проблематики, постановка задач, формирование гипотезы и методики исследования, редактирование статьи; Шарафутдинов В.Н. – подготовка и написание базовых материалов статьи, разработка схемы формирования параметров порядка самоорганизации туристской сферы регионов, участие в формировании выводов; Онищенко Е.В. – сбор, анализ и обработка отечественных и зарубежных источников исследования по теории самоорганизующихся систем применительно к предмету исследования (включая перевод с английского на русский), обработка и представление собственных исследований авторов, проведённых в данной области, участие в формировании выводов; Симонян Р.А. – сбор и анализ математических инструментов, используемых в управлении туристским сектором экономики, представление модели туристской технологической платформы.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00530А.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Александрова А.Ю.* Формирование интегрированной системы статистики туризма в Российской Федерации // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2017. № 1. С. 41-61.
2. *Дерябина М.А.* Теоретические и методологические основания самоорганизации социально-экономических систем // Вопросы экономики. 2019. № 7. С. 73-94. DOI: 10.32609 / 0042-8736-2019-7-73-94
3. *Орехова С.В., Кузьмин Е.А., Ярошевич Н.Ю.* Новая промышленная политика в условиях развития технологических платформ // Материалы IV Всероссийского симпозиума по региональной экономике. Екатеринбург: Изд-во Института экономики Уральского отделения РАН, 2017. С. 78-83.
4. *Сорокин Д.Е., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В.* О проблемах стратегирования развития туризма в регионах России (на примере Краснодарского края и города-курорта Сочи) // Экономика региона. 2017. Т. 13. Вып. 3. С. 764-776. DOI: 10.17059/2017-3-10
5. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р).
6. *Хакен Г.* Информация и самоорганизация: макроскопический подход к сложным системам. М.: Мир, 1991. 240 с.
7. *Шестакова Е.В.* Теории самоорганизации: от античных воззрений до идей эволюционной экономики // Вестник ОГУ. Экономические науки. 2012. № 13 (149). С. 425-432.
8. *Asadullah A., Faik I., Kankanhalli A.* Digital Platforms: A Review and Future Directions. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/327971665_Digital_Platforms_A_Review_and_Future_Directions (дата обращения 05.05.2020).
9. *Jacobides M.G., Cennamo C., Gawer A.* Towards a Theory of Ecosystems // Strategic Management Journal. 2018. № 39 (8). DOI: 10.1002/smj.2904
10. *Kenney M., Zysman J.* The Rise of the Platform Economy // Issues in science and technology. 2016. № 32 (3). P. 61-69.
11. *Nambisan S., Wright M., Feldman M.* The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes // Research Policy. 2019. Vol. 48. Is. 8. DOI: 10.1016/j.respol.2019.03.018
12. *Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V., Nakonechnyi A.I.* Tourism Technology Platforms as a Tool for Supporting Competitiveness of Regional Tourism Products // Regional Research of Russia. 2020. Vol. 10, № 1. P. 48–55. DOI: 10.1134/S2079970520010104

Клементовичус Я.Я., Моргун Н.В., Сараханова Н.С., Фролков А.И.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТИ В ТРУДОВЫХ РЕСУРСАХ ПАО «ГАЗПРОМ»

Аннотация. В статье рассматриваются организационные модели удовлетворения текущих и перспективных потребностей в трудовых ресурсах на внутренних и внешних рынках. Описывается гибридная модель, используемая ПАО «Газпром» и его дочерними обществами. Анализируются подходы к выбору механизмов и форм взаимодействия с субъектами внешнего и внутреннего рынка труда в контексте эволюции и роли институтов внешнего и внутреннего рынков труда в компаниях энергетического сектора. Исследуется эффективность инструментов подбора и привлечения персонала для удовлетворения текущей и перспективной потребности в трудовых ресурсах.

Ключевые слова. Рынок труда, внутренний рынок труда, внешний рынок труда, подбор персонала, потребность в трудовых ресурсах, организационная модель обеспечения трудовыми ресурсами, управление человеческими ресурсами, энергетические компании.

Klementovichus I.I., Morgun N.V., Sarakhanova N.S., Frolkov A.I.

ORGANIZATIONAL MODELS FOR MEETING GAZPROM LABOUR NEEDS

Abstract. The article discusses organizational models for meeting current and future needs for labor resources in the internal and external markets. The Gazprom experience in the hybrid model deployment is described. Multiple forms of interaction with the actors of labor market are analyzed in the context of the evolution of the institutions of the external and internal labor markets in the companies of the energy sector. The efficiency of recruitment strategy is investigated.

Keywords. Labor market, internal labor market, external labor market, recruitment, demand for labor resources, organizational model of labor resources provision, human resource management, energy companies.

Введение

В научной полемике XX века о природе рынков классический подход, как соотношение «спроса и предложения», был дополнен институциональным. Исследователи и участники рынка труда перешли к оперированию более сложной парадигмой «спрос – институты – предложение», понимая под институтами архитектуры внешнего и внутреннего рынков труда [13].

ГРНТИ 06.77.59

© Клементовичус Я.Я., Моргун Н.В., Сараханова Н.С., Фролков А.И., 2020

Яна Язеповна Клементовичус – доктор экономических наук, доцент, директор ИДПО – «ВЭШ», проректор по дополнительному профессиональному образованию Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Наталья Викторовна Моргун – заместитель директора по развитию ИДПО – «ВЭШ» Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Наталья Сергеевна Сараханова – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления промышленными предприятиями и комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Андрей Иванович Фролков – заместитель начальника управления – начальник отдела ПАО «Газпром».

Контактные данные для связи с авторами (Сараханова Н.С.): 191023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, дом 34 (Russia, St. Petersburg, Griboedov canal emb., 34). Тел.: +7 (921) 937-91-06. E-mail: n.sarahanova@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 07.09.2020.

Понятие внутреннего рынка труда было предложено и введено в научный оборот в 70-е годы прошлого века П. Доринджером и М. Пайором. Эмпирические исследования показали, что внутренний рынок труда интегрируется в корпоративную инфраструктуру крупных, преимущественно промышленных предприятий, тем самым образуя гибридную модель обеспечения трудовыми ресурсами. При этом модель эволюционирует под влиянием изменений, происходящих на международных, национальных, отраслевых и региональных рынках труда.

Применение данного теоретического подхода к решению отраслевых задач стало актуальным для компаний энергетического сектора в начале XXI века. Анализ развития систем управления персоналом нефтегазовых корпораций в России и за рубежом свидетельствует об общих тенденциях в этой области. В последние годы вопросы повышения эффективности управления трудом приобретают все большее значение, «произошла глубинная трансформация профессионально-квалификационной структуры общественного производства, которая сопровождается изменением содержания традиционных видов профессиональной деятельности, появлением новых, с принципиально иным набором квалификационных требований. Динамичное изменение производства характеризуется изменением содержания и характера труда, расширением объема трудовых функций и задач, часто выражающихся в качественных показателях» [9, с. 17].

Обеспеченность трудовыми ресурсами, наличие кадрового резерва становятся одними из ключевых конкурентных преимуществ энергетических компаний. «Основными факторами этой конкурентоспособности стали обеспеченность квалифицированным человеческим капиталом, степень его мотивации, организационные структуры и формы работы, предполагающие образование внутреннего рынка труда» [6].

Смена технологического уклада в энергетическом секторе экономики сопровождается глубинными изменениями в содержании и организации труда, требуется анализ и оценка сложности труда, пересмотр квалификационных требований, степени самостоятельности работников. В широком смысле указанные изменения проявляются как в динамической перестройке рыночных сегментов, так и в характере использования кадрового потенциала предприятия, определения роли и места отдельных работников в производственном процессе, степени их влияния на конечный результат. «Для нефтегазовых компаний разделение и сложность выполняемых работ определяют уровень квалификационных требований, уровень специализации труда, широту профессиональных знаний и навыков работников, при этом их нижняя и верхняя границы задаются с учетом обеспечения безопасности, а также безаварийности и бесперебойности всех производственных процессов» [9, с. 19].

Кризисные события в российской экономике на рубеже XX и XXI веков выступили катализатором развития корпоративной инфраструктуры и появления новых форм взаимодействия с субъектами рынка труда со стороны промышленных предприятий. В исследовании Капелюшниковой Р.И. отмечается, что «на протяжении 1996-2007 гг. перелив рабочей силы вел к улучшению качества персонала на каждом десятом опрошенном предприятии, а к ухудшению – на каждом третьем. Подобное распределение свидетельствовало о прогрессирующей декавалификации промышленного персонала» [4]. Таким образом, развитие инструментов внутреннего рынка труда стало необходимым в условиях дефицита кандидатов на внешнем рынке труда.

«Для современной России проблема идентификации национальной модели рынка труда затруднена, что связано со значительной территориальной дифференциацией. Внутренний и внешний рынок труда децентрализован в разрезе регионов и представлен на мезоуровне условиями найма и оплаты труда на предприятиях и организациях разных отраслевых сегментов» [1]. Предприятия энергетических корпораций находятся в регионах с различными характеристиками с точки зрения рынка труда, что осложняет создание единой унифицированной системы кадрового обеспечения.

В условиях оттока кандидатов из промышленности в иные сектора экономики «внутренний рынок труда становится важной частью рынка труда, функционирующего в условиях формирования новой экономики» [2]. «Среди предпосылок возникновения внутреннего рынка труда выделяются как те, которые влияют на расширение внутреннего рынка труда и усиление его закрытого характера, так и действующие в противоположном направлении» [3].

Профессиональные и управленческие компетенции работников технологически развитых отраслей экономики, к которым относятся энергетические компании, формируются в течение длительного времени. Горизонт кадрового планирования в этих отраслях составляет 10–20 лет, что подтверждается,

в том числе, данными анкетирования, проведенного в рамках текущего эмпирического исследования. Наиболее успешные компании отрасли отслеживают формирование будущих специалистов вдоль всей кадровой цепочки «школа – вуз – предприятие», обеспечивая «точку входа» в компанию на самом раннем этапе профессионального становления.

Следовательно, к задачам дальнейшего развития институтов внутреннего и внешнего рынка труда в текущем периоде добавляется актуальный исследовательский вопрос о понятии и архитектуре потенциального рынка труда. Под потенциальным рынком труда авторами публикации понимаются «текущие представления о будущих институтах и о соотношении спроса и предложения на внешних и внутренних рынках труда в будущем». Формирование потенциального рынка труда подразумевает инициирование предложения труда в будущем благодаря созданию системы информирования потенциальных кандидатов об отрасли, карьерных возможностях, ожидаемых будущих компетенциях, а также создании разнообразных форм сотрудничества с субъектами рынка труда, прежде всего – с образовательными организациями.

В связи с актуальностью задачи и сложностью моделирования корпоративной инфраструктуры, объединяющей институты внешнего и внутреннего рынков с задачами обеспечения предприятий персоналом в текущем и будущем времени, требуется выявление, определение и анализ действующих и проектируемых моделей, применяемых в энергетическом секторе. Обобщение современных практик и развитие теоретического представления о моделях позволит субъектам, компаниям и государственным и рыночным институтам найти более эффективные конфигурации.

Методология

В ходе проведения комплексного исследования были определены организационные модели, механизмы и инструменты, используемые ПАО «Газпром» и его дочерними обществами при взаимодействии с рынками труда. В исследовании приняли участие 20 дочерних обществ. В процессе исследования были использованы такие методы, как анкетирование, полуструктурированные (глубинные) интервью и анализ внутренней нормативной документации, а также информации, размещенной в открытых источниках [10].

Анализ гибридной организационной модели на примере ПАО «Газпром» и его дочерних обществ

В современных условиях крупные корпорации используют разнообразные подходы к удовлетворению потребностей в трудовых ресурсах, выстраивая свою стратегическую и тактическую линию в борьбе за высококвалифицированные кадры. На этом фоне ПАО «Газпром» занимает уверенную позицию, входя в число 10 лучших работодателей России по мнению Forbes [11]. В программных документах компании указано, что достижение главной цели ПАО «Газпром» – становление самой мощной компанией в мировой энергетике – возможно только при наличии стратегического конкурентного преимущества – человеческих ресурсов, отвечающих требованиям бизнеса [12].

Система принципов и концептуальных подходов к управлению персоналом определяется Политикой управления человеческими ресурсами ПАО «Газпром», его дочерних обществ и организаций, основной целью которой является обеспечение максимальной отдачи от инвестиций в персонал. В рамках Политики персонал рассматривается в качестве одного из главных стратегических ресурсов компании, обеспечивающих ее конкурентоспособность и способствующих успеху в достижении поставленных целей [7, с. 72]. Выполнение Политики управления человеческими ресурсами осуществляется посредством Комплексной программы повышения эффективности управления человеческими ресурсами ПАО «Газпром», утверждаемой на 5 лет. Одним из направлений Программы является обеспечение компании и ее дочерних обществ трудовыми ресурсами. При этом используется объединение различных подходов в рамках единой гибридной организационной модели.

Дочерние общества реализуют уникальные комбинации корпоративных и организационно-региональных инструментов, форм сотрудничества с субъектами рынка труда. Типизация организационных моделей удовлетворения перспективных потребностей в трудовых ресурсах позволила выявить, что в ПАО «Газпром» и его дочерних обществах функционирует двухконтурная модель удовлетворения перспективных потребностей в трудовых ресурсах.

Корпоративный контур обозначает действия по созданию и развитию базовых механизмов и форм взаимодействия ПАО «Газпром» и его дочерних обществ с субъектами рынка труда, такими как корпоративная инфраструктура (ООО «Газпром персонал», корпоративная база данных резюме,

сайт gazpromvacancy.ru), система опорных образовательных организаций, на базе которых реализуются образовательные и имиджевые проекты.

Организационно-региональный контур реализуется на уровне дочернего общества и обозначает применение и адаптацию механизмов, разработанных на корпоративном уровне, а также развитие региональных механизмов, актуальных для потребностей дочернего общества. Дочерние общества используют корпоративную инфраструктуру и разработанные формы взаимодействия с субъектами рынка труда. Дочерние общества дополняют корпоративную инфраструктуру, развивая инструменты поиска и найма работников, актуальные для организационных процессов общества и региональных особенностей (рис. 1).



Рис. 1. Обеспечение потребностей в трудовых ресурсах ПАО «Газпром» и его дочерних обществ на региональных рынках

На каждом из уровней создаются свои механизмы и сервисы для эффективного поиска и привлечения персонала, как на внутреннем, так и внешнем рынках труда. Для удовлетворения потребности в персонале используются механизмы, различающиеся по типу потребностей (текущие или перспективные) и используемым источникам трудовых ресурсов (внутренние и внешние), отмеченные в таблице.

Таблица

Классификация механизмов удовлетворения потребностей в трудовых ресурсах дочерними обществами

| Источники | Внутренние источники | Внешние источники |
|---------------------------|--|---|
| Потребности | | |
| Текущие потребности | Обеспечение текущих потребностей на внутреннем рынке труда | Обеспечение текущих потребностей на внешнем рынке труда |
| Перспективные потребности | Обеспечение перспективных потребностей в трудовых ресурсах на внутреннем рынке труда | Обеспечение перспективных потребностей в трудовых ресурсах на внешнем рынке труда |

Поиск персонала осуществляется на внешнем и внутреннем рынках труда, при этом общество действует в текущем периоде и удовлетворяет текущие потребности, а также осуществляет целый ряд мероприятий, направленных на обеспечение своих перспективных потребностей в персонале. Источниками персонала для дочерних обществ являются внешние и внутренние рынки труда. При реализации взаимодействия на внутреннем и внешнем рынке труда используются корпоративные и регионально-отраслевые инструменты и механизмы взаимодействия с субъектами рынка труда, в частности, взаимодействие с кадровыми агентствами, службами занятости, программы сотрудничества с образовательными организациями и т.п.

ПАО «Газпром» и дочерние общества формируют потенциальные рынки труда, применяя такие формы взаимодействия с субъектами рынка труда, как: информирование о своих стратегиях и планах развития, требованиях к вакантной должности, популяризация профессии и карьерных перспектив в отрасли, участие в разработке программ обучения по профильным дисциплинам [5]. Перспективные потребности определяются в текущем периоде в формате основных требований к квалификации будущих работников. В текущем периоде дочерние общества участвуют в создании условий для формирования необходимых компетенций у потенциальных кандидатов на будущие позиции в дочерних обществах.

При этом, ПАО «Газпром» и дочерние общества определяют необходимые компетенции будущих вакансий и через различные формы сотрудничества с образовательными организациями осуществляют опережающую подготовку кадров на перспективу. Удовлетворение перспективных потребностей отложено во времени на пять и более лет. В этом случае дочерние общества взаимодействуют с различными субъектами рынка труда, которые способствуют развитию и становлению потенциальных кандидатов. Будущий рынок труда формируется во внешней и внутренней среде. Во внешней среде формирование будущего рынка труда происходит на базе образовательных организаций. Во внутренней среде подготовка персонала происходит на базе корпоративных образовательных институтов путем реализации программ развития кадрового резерва.

По результатам анкетирования дочерних обществ было выявлено, что во всех обществах для удовлетворения текущих потребностей в трудовых ресурсах кадровые службы обращаются к внешним и внутренним источникам (см. рис. 2). В то же время пропорции для различных видов бизнеса меняются. (Приведены результаты только по двум видам бизнеса, так как в сегментах переработки и сбыта в базе анкет представлено только по одному предприятию.)

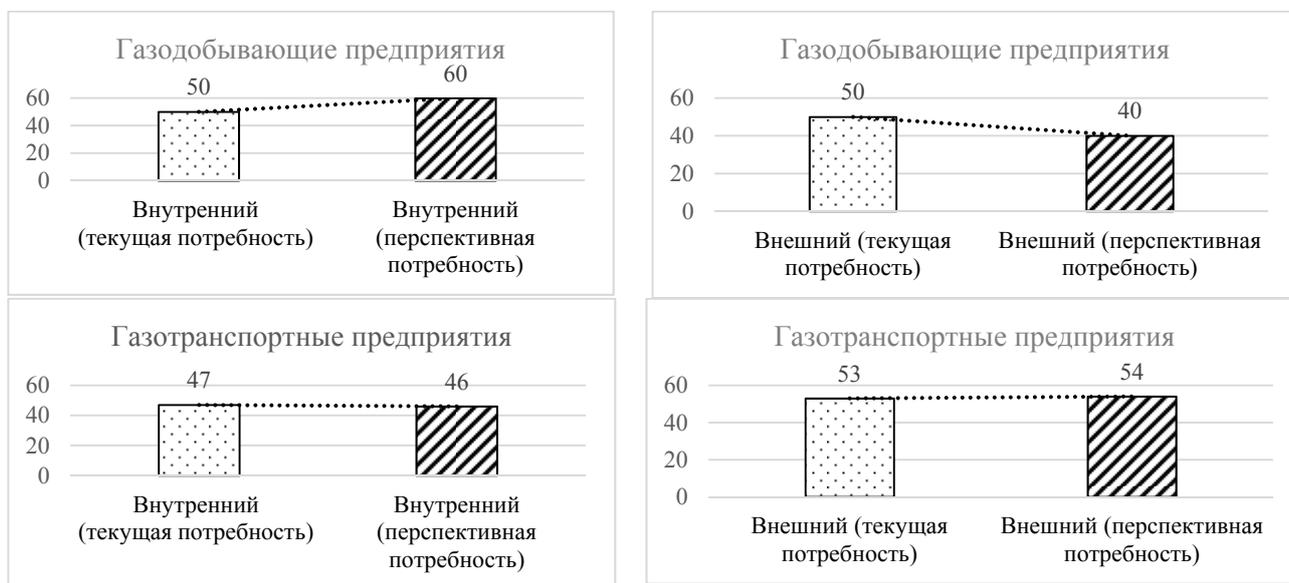


Рис. 2. Сравнение источников удовлетворения потребностей в трудовых ресурсах дочерними обществами ПАО «Газпром» в текущем периоде и в перспективе

Добычные дочерние общества ПАО «Газпром» в большей степени обращаются к внутреннему рынку труда, в то время как газотранспортные общества используют оба источника примерно в рав-

ной степени. Сравнение эффективности внутренних и внешних инструментов поиска персонала для категорий работников выявило, что внутренние инструменты, по мнению респондентов, эффективнее внешних. Особенно заметна разница для категорий «руководитель» и «специалист» (см. рис. 3).



Рис. 3. Сравнение эффективности внутренних и внешних инструментов поиска персонала дочерними обществами ПАО «Газпром»

В ПАО «Газпром» и дочерних обществах функционируют несколько внутренних сервисов, способствующих информированию участников внутреннего рынка труда о наличии вакансий и кандидатов:

- корпоративные базы данных: база кадрового резерва, база данных резюме, база данных о работниках, прошедших обучение;
- ООО «Газпром персонал» – кадровое агентство, которое осуществляет поиск кандидатов на внутреннем и внешнем рынках труда;
- внутренние информационные порталы по информированию о наличии вакансий и подаче резюме.

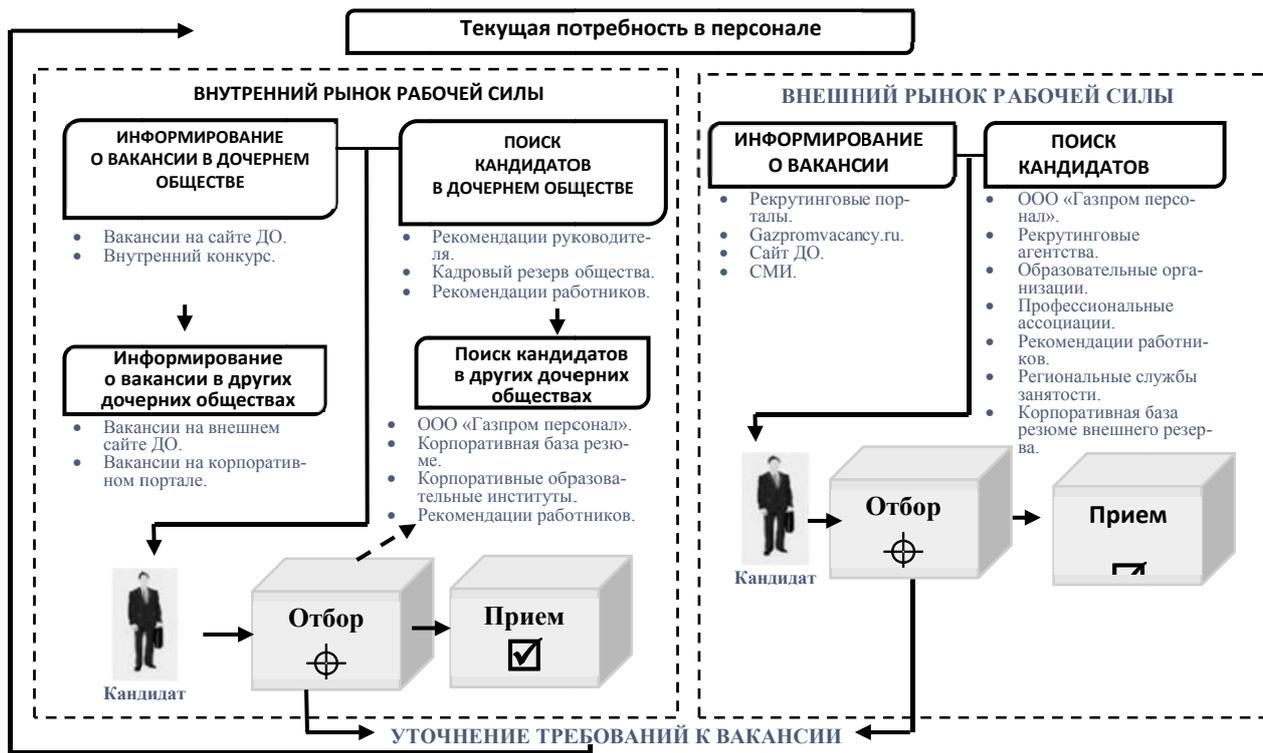


Рис. 4. Схема обеспечения текущих потребностей дочерних обществ в трудовых ресурсах на внутренних и внешних рынках труда

Дочерние общества обращаются к внутренним сервисам ПАО «Газпром» и используют дополнительные инструменты. В целях информирования потенциальных кандидатов и посредников о наличии вакансий в дочерних обществах используются:

- размещение информации о вакансиях на сайте Общества;
- размещение информации о вакансиях на сайте gazpromvacancy.ru;
- объявление внутреннего конкурса на замещение вакансии.

Результаты анкетирования продемонстрировали, что наиболее эффективными инструментами для всех категорий персонала на внутреннем рынке являются внутренний конкурс, корпоративная база резюме, рекомендации коллег, а на внешнем – рекрутинговые порталы, образовательные организации, рекомендации партнеров. На рис. 4 приведена общая схема обеспечения текущих потребностей в персонале на внутреннем и внешнем рынках труда.

Механизмы удовлетворения перспективных потребностей (рис. 5, 6) в трудовых ресурсах дочерними обществами определяются задачами развития общества. Исходя из них, определяются количественные и качественные показатели перспективных трудовых ресурсов. На корпоративном уровне и на уровне дочерних обществ учитывается вероятностный характер данных показателей. Выявление потенциальных потребностей, составление программ обучения и развития работников, подготовка специалистов осуществляются при взаимодействии всех структурных подразделений ПАО «Газпром» и его дочерних обществ.



Рис. 5. Схема удовлетворения перспективных потребностей в трудовых ресурсах на внутреннем рынке труда

Результатом взаимодействия указанных субъектов является формирование и регулярное обновление: базы кадрового резерва ПАО «Газпром» и дочерних обществ; корпоративной базы резюме работников ПАО «Газпром» и дочерних обществ; корпоративной базы работников, прошедших обучение по различным направлениям подготовки.

ПАО «Газпром» и дочерние общества накопили значительный опыт применения различных форм взаимодействия с субъектами рынка труда, особенно с образовательными организациями. В целях формирования будущих рынков труда ПАО «Газпром» участвует в программах федерального и отраслевого развития (в т.ч. по формированию национальной и отраслевой систем квалификаций), отраслевых объединениях. На региональном уровне дочерние общества развивают взаимодействие с образовательными организациями по наиболее востребованным и дефицитным направлениям подготовки специалистов.

Взаимодействие с образовательными организациями осуществляется на корпоративном уровне и уровне дочерних обществ. На уровне ПАО «Газпром» сформирована система опорных вузов и ссузов. Реализуется ряд общекорпоративных проектов: Молодежный день ПМГФ, Young Vision Award.

На уровне дочерних обществ развиваются партнерства с вузами и реализуются региональные программы: проекты «Профессия», «Погружение в профессию», «Профест» и другие.



Рис. 6. Схема обеспечения перспективных потребностей в трудовых ресурсах на внешнем рынке труда

В целях мотивирования студентов используются разнообразные инструменты для поощрения лучших обучающихся, которые способствуют формированию лояльности перспективных студентов к ПАО «Газпром» и его дочерним обществам.

Выводы

Эффективность ныне действующей, созданной за последние 20 лет гибридной организационной модели удовлетворения потребностей дочерних обществ ПАО «Газпром» в трудовых ресурсах подтверждается тем фактом, что в рамках проведенного анкетирования 100% дочерних обществ заявили о полной кадровой удовлетворенности и о возникновении сложностей с наймом только при заполнении отдельных вакансий. Это обусловлено, с одной стороны, наличием и развитостью корпоративных институтов – корпоративной системы и инфраструктуры для поиска и привлечения персонала, применением широкого спектра инструментов и сервисов, созданных на корпоративном уровне в ПАО «Газпром», а с другой – гибким реагированием на изменения во внутренней и внешней среде, многообразием форм взаимодействия с субъектами рынка труда.

К внутренним факторам, влияющим на формирование модели, можно отнести (1) бизнес-стратегию дочерних обществ, определяющую текущую и перспективную потребность в трудовых ресурсах, (2) производственную необходимость в найме персонала с определенными профессиональными компетенциями, вызванную модернизацией или реорганизацией производства, изменением бизнес-процессов организации и пр.

К внешним факторам, оказывающим влияние на конфигурацию организационной модели обеспечения трудовыми ресурсами дочерних обществ, относятся социально-политические характеристики региона (развитость рынка труда, системы образования, активность РОИВ, наличие пилотных проектов в области кадрового обеспечения), географические (необходимость применения вахтового метода) и демографические (плотность населения в регионе) условия, экономические характеристики региона (конкуренция на рынке труда, одновременные запуски конкурирующих производств), институциональные условия (развитость разнообразных форм кооперации с региональными органами исполнительной власти (РОИВ), рынком труда и образовательными организациями (механизм социального партнерства) и кооперация с другими работодателями).

Созданная в ПАО «Газпром» корпоративная система удовлетворения потребностей в персонале демонстрирует высокие показатели результативности, что подтверждается показателями обеспеченности трудовыми ресурсами и результатами опроса руководителей профильных подразделений. Таким образом, механизмы обеспечения текущих и перспективных потребностей доказали свою эффективность в процессе их использования и адаптации. Изменения во внешней среде, рост конкуренции на рынках труда, повышение ожиданий кандидатов при выборе работодателя требуют от компаний регулярного обновления механизмов удовлетворения перспективных потребностей. В этой связи, дочерние общества применяют новые инструменты поиска персонала, активно осваивая социальные сети, нетворкинг, а также усиливают индивидуальный подход к кандидатам, так как во многом успех заполнения вакансий зависит от соответствия вакансии ожиданиям работника.

Результаты анкетирования подтверждают, что для потенциального рынка труда характерна как низкая осведомленность о профессиях, так и о будущем спросе на них. В этой связи, всё в большей степени будут востребованы инструменты постоянного информирования о текущем состоянии рынка труда и перспективном спросе на различные профессии, мониторинг мнений и осведомленности школьников, студентов и лиц, влияющих на их решения. В перспективе работодателям придется все в большей степени прибегать к созданию информационных материалов по карьерному ориентированию и востребованным профессиональным компетенциям (карьерные атласы, профессиограммы).

Конфигурация гибридной организационной модели ПАО «Газпром» успешно зарекомендовала себя на различных региональных рынках и профессиональных группах: дочерние общества адаптируют корпоративные механизмы с учетом внешних и внутренних факторов и профессиональных требований, а также создают благоприятные условия для формирования потенциального рынка труда, обеспечивая приток молодых специалистов в отрасль.

ЛИТЕРАТУРА

1. Герасименко Л.Б., Амирова Т.Ф. Отраслевые и региональные особенности моделей внутреннего и внешнего рынка труда в России // Вестник ЮУрГУ. 2010. № 20. С 14–23.
2. Григорьев И.Е. Внутренний рынок труда и его эволюция в новой экономике // Вестник СПбГУ. Сер. 5. 2005. Вып. 4. С. 175–178.
3. Калабина Е.Г. Внутренний рынок труда: теоретические и эмпирические предпосылки возникновения и идентификации // Экономика труда. Вестник УГТУ–УПИ. 2009. № 5. С. 152–165.
4. Капелюшников Р.И. Динамика качества рабочей силы на предприятиях респондентах РЭБ // Российский Экономический Барометр. 2008. № 3. С. 3–7.
5. Карьера в «Газпроме». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gazprom.ru/careers> (дата обращения 07.09.2020).
6. Маковская Н.В. Ретроспектива развития внутренних рынков труда // Вестник Удмуртского университета. Экономика. 2005. № 3. С. 119–138.
7. Отчет Группы Газпром о деятельности в области устойчивого развития, 2018 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gazprom.ru/f/posts/01/851439/sustainability-report-rus-2018.pdf> (дата обращения 07.09.2020).
8. Политика управления человеческими ресурсами ПАО «Газпром». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gazprom.ru/f/posts/42/687423/hr_politics.pdf (дата обращения 07.09.2020).
9. Разработка инструментов оценки соответствия профессиональных компетенций работников профилям компетенций по направлению «Экономика»: отчет о НИР / ФГБОУ ВО СПбГЭУ; рук. Я.Я. Клементовичус; исполн.: Н.В. Моргун и др. СПб., 2019. № АААА-Б19-219120990056-2.
10. Разработка концепции взаимодействия ПАО «Газпром», его дочерних обществ и организаций с региональными рынками труда и образовательными организациями в рамках удовлетворения перспективной потребности Общества в трудовых ресурсах: отчет о НИР / ФГБОУ ВО СПбГЭУ; рук. Е.А. Горбашко; исполн.: И.Г. Головцова и др. СПб., 2019. № АААА-Б19-219120990028-9.
11. Рейтинг Forbes «Лучшие работодатели России за 2019 год». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/rating/387403-50-luchshih-rabotodateley-rossii-2019> (дата обращения 07.09.2020).
12. Социальная политика. ООО «Газпром переработка». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://pere-rabotka.gazprom.ru/social/textpage71> (дата обращения 07.09.2020).
13. Тучков А.И. Рынок труда: выход за пределы ортодоксальной парадигмы // Экономические науки. Известия Пензенского государственного педагогического университета имени В.Г. Белинского. 2012. № 12. С. 584–587.

Николаев Н.А.

**КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ
ПЕРСНИФИЦИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ КАК ОСНОВА
ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПЕРСОНАЛА**

Аннотация. В статье на основе проведенных теоретических и эмпирических исследований разработана концептуальная модель персонифицированного управления для повышения конкурентоспособности и эффективности труда персонала. Обоснована научная и практическая актуальность развития теории и методологии персонифицированного управления персоналом. Обосновано и раскрыто содержание понятия «персонифицированное управление персоналом». Рассмотрена взаимосвязь персонифицированного управления с основными понятиями управления персоналом. Представлены результаты эмпирического исследования влияния освоения персонифицированного управления на показатели конкурентоспособности, результативности и эффективности труда персонала на примере показателей средних и малых предприятий Свердловской и Челябинской областей.

Ключевые слова. Персонифицированное управление персоналом, концепция персонифицированного управления персоналом, проблемы освоения персонифицированного управления персоналом.

Nikolaev N.A.

**CONCEPTUAL MODEL OF PERSONAL MANAGEMENT
AS A BASIS FOR INCREASING THE COMPETITIVENESS OF PERSONNEL**

Abstract. In the article, based on theoretical and empirical studies, a conceptual model of personified management is developed to improve the competitiveness and efficiency of personnel. The scientific and practical relevance of the development of the theory and methodology of personalized personnel management has been substantiated. The content of the concept of “personified personnel management” is substantiated and disclosed. The relationship between personalized management and the basic concepts of personnel management is considered. The article presents the results of an empirical study of the influence of mastering personalized management on the indicators of competitiveness, productivity and labor efficiency of personnel based on indicators of medium and small enterprises in the Sverdlovsk and Chelyabinsk regions.

Keywords. Personalized personnel management, the concept of personalized personnel management, problems of mastering personalized personnel management.

Введение

В 2014 году утверждена программа правительства России: «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности». Целью этой программы является «создание в Российской Федерации

ГРНТИ 06.81.65

© Николаев Н.А., 2020

Николай Алексеевич Николаев – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры экономики труда и управления персоналом Уральского государственного экономического университета (г. Екатеринбург). Контактные данные для связи с автором: 620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45 (Yekaterinburg, 8 March / Narodnaya Volya str., 62/45). Тел.: +7 902 273 48 96. E-mail: wagner83@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 06.09.2020.

конкурентоспособной, устойчивой, структурно-сбалансированной промышленности, способной к эффективному саморазвитию на основе интеграции в мировую технологическую среду, разработки и применения передовых промышленных технологий, нацеленной на формирование и освоение новых рынков инновационной продукции, эффективно решающей задачи обеспечения экономического развития и обороноспособности страны» [1].

Очевидно, что повышение эффективности использования человеческих ресурсов является необходимым условием повышения конкурентоспособности экономики России. Освоение новых рынков инновационной продукции в условиях глобальной конкуренции невозможно без создания на российских предприятиях системы управления персоналом, обеспечивающей раскрытие и использование креативных способностей работников, творческого потенциала личности, создания условий, которые будут способствовать формированию и развитию целеустремленной, увлеченной деятельности персонала, направленной на инновационное развитие предприятия, достижение его стратегических и тактических целей в условиях высокой конкуренции.

Одним из наиболее логичных и эффективных способов решения указанных задач является индивидуальный подход к управлению сотрудниками на основе их ценностей, интересов, трудового потенциала, личностных качеств. Актуальность необходимости освоения персонифицированного, т.е. индивидуального, подхода к управлению персоналом также обусловлена рядом изменяющихся условий, которыми характеризуется и российская, и мировая экономика в целом в начале XXI века.

Во-первых, высоко конкурентной инновационной средой, в которой находятся многие предприятия в условиях информационно-сетевых обществ и наступившей четвертой промышленной революции. Это требует формирования у персонала таких необходимых качеств как креативность, стремление к непрерывному совершенствованию своей деятельности и деятельности организации, высокую мотивацию к достижению целей предприятия в условиях острой конкурентной борьбы.

Во-вторых, растущей конкуренцией между работодателями в борьбе за высококвалифицированных, креативных, мотивированных на высокую результативность труда сотрудников. Развитие информационно-сетевых обществ, возможности быстрого поиска сотрудников посредством интернет ресурсов, глобализация мировой экономики приводят к обострению конкуренции между работодателями в борьбе за сотрудников. Все больше работодателей начинают использовать индивидуальный подход к формированию условий и системы стимулирования труда персонала, предлагать удаленную работу из дома, гибкий график труда и т.д. Все это создает необходимость освоения индивидуального подхода к формированию, развитию и использованию человеческих ресурсов на предприятии. Растут требования самих работников к условиям труда. Растущая конкуренция между работодателями в борьбе за рабочую силу повышают требования работников к условиям, системе стимулирования труда, карьерного роста. Именно персонифицированное управление работниками позволяет индивидуально сформировать и согласовать условия труда, приемлемые для конкретных работников.

В-третьих, необходимостью снижения отчуждения труда, которым характеризуется трудовая деятельность работников в условиях капиталистической общественно-экономической формации, и перехода от отчуждения к увлечению трудом для удовлетворения собственных потребностей и потребностей организации.

Зародившись в начале XX века как концепция использования трудовых ресурсов в трудах Ф. Тейлора, А. Файоля, в XXI веке теория управления персоналом постепенно приходит к концепции управления человеком на основе его индивидуальных интересов, целей, способностей, квалификации и других профессиональных и личностных качеств, важных для эффективной трудовой деятельности в организации. В трудах отечественных и зарубежных ученых представлено множество аспектов управления персоналом предприятия, образующих единую систему знаний, однако необходимо отметить, что в трудах исследователей отражены отдельные аспекты персонифицированного управления персоналом, не связанные в единую систему знаний, не объединенные единой теоретической концепцией.

Это обуславливает высокую научно-практическую актуальность и позволяет сформулировать проблему исследования, которая заключается в необходимости перехода к персонифицированному управлению на предприятиях для повышения конкурентоспособности персонала и предприятия в условиях высококонкурентной инновационной среды с одной стороны и недостаточной разработки теоретической и методологической базы по исследуемой проблеме – с другой.

Целью настоящей статьи является разработка концептуальной модели персонифицированного управления как основы повышения конкурентоспособности персонала.

Материалы и методы

Несмотря на большое количество исследований, посвященных отдельным аспектам индивидуального управления персоналом, в отечественной и зарубежной литературе, нам не удалось обнаружить исследований, в которых была бы представлена теория и методология персонифицированного управления персоналом, образующая единую систему знаний. С помощью индивидуального подхода к управлению авторы решают отдельные управленческие задачи. Некоторые подходы к персонифицированному управлению персоналом предприятия представлены в таблице 1.

Таблица 1

Направления развития теории и методологии персонифицированного управления персоналом

| Направление | Основное содержание и авторы исследований |
|---|--|
| Индивидуальное стимулирование и мотивация труда персонала | Формирование индивидуальных материальных и нематериальных стимулов для повышения мотивации трудовой деятельности. Авторы: А.Я. Кибанов [2, с. 522], И.Б. Дуракова [3], А.Г. Здравомыслов [4], В.А. Ядов [5], А. Маслоу [6], Ф. Херцберг [7], Е. Лоулер, Л. Портер [8] и др. |
| Индивидуальное профессиональное и социальное развитие сотрудников | Разработка систем индивидуального обучения, профессионального, карьерного, социального развития сотрудников. Авторы: А.Я. Кибанов [2], Б.М. Генкин [9], М. Армстронг [10], А.В. Посаженикова [11], О.К. Клопова [12] и др. |
| Индивидуальное развитие компетенций персонала | Развитие теории и методологии управления компетенциями персонала с использованием индивидуального подхода. Авторы: Л.В. Лабунский [13], О.Л. Чуланова [14], С.А. Ахаян [15] и др. |
| Персонифицированное развитие человеческого и трудового капитала персонала | Развитие теории и методологии управления трудовым и человеческим капиталом персонала предприятия. Авторы: В.А. Галкин [16], Т.А. Коркина [17], А.М. Макаров [18], М.Н. Полещук [19] и др. |
| Согласование индивидуальных и корпоративных ценностей | Методология развития корпоративной культуры в аспекте согласования индивидуальных и корпоративных ценностей. Авторы: В.Н. Белкин [20], Б.Б. Басаев, А.Б. Фиапшев, А.А. Фиапшева [21], Е.Б. Ермишина [22], Дж. Лайкер, М. Хосеус [23] и др. |
| Индивидуальное согласование интересов и ответственности персонала | Развитие теории интересов посредством определения и согласования индивидуальных интересов работника и работодателя, работников и других стейкхолдеров предприятия. Формулирование принципов баланса интересов и ответственности как принципа взаимодействия сотрудников. Авторы: В.Б. Артемьев [24], А.Б. Килин [25], Л.В. Лабунский, А.М. Макаров [13] и др. |

Как видно из таблицы 1, в научно-методологической литературе представлено множество трудов, посвященных различным аспектам индивидуального управления персоналом предприятия. Вместе с тем, в изученных источниках представлены теоретические представления, методы, методики решения отдельных управленческих задач и функций управления персоналом, а пробелом в знаниях остается отсутствие теоретических разработок, посвященных персонифицированному управлению сотрудниками в их непрерывном изменении и развитии.

На сегодняшний день в научно-методической литературе нет единого общепринятого определения понятия «персонифицированное управление персоналом». Поэтому первое, что необходимо определить при разработке теоретической концепции – это понятие «персонифицированное управление персоналом». Следуя научному принципу «от простого к сложному», в исследовании рассматриваемого явления необходимо выделить четыре основных этапа:

1. Присвоение названия явлению, используя термины, принятые в соответствующей научной специальности.

2. Определение содержания понятия, которое было присвоено рассматриваемому явлению. То есть, согласно формальной логике, выделение необходимых и достаточных признаков, позволяющих однозначно выделить его среди других предметов и явлений, а также задающих границу явления.

3. Определение политэкономической сущности рассматриваемого понятия, то есть тех организационно-экономических отношений, которое это явление вызывает и характеризует. Для определения политэкономической сущности явления необходимо определить субъекты, объекты и предметы отношений, т.е. идентифицировать, между кем и по поводу какого предмета эти отношения формируются и изменяются.

4. В соответствии с пониманием одного из аспектов науки как системы знаний необходимо описание взаимосвязи рассматриваемого понятия с другими понятиями и явлениями, которые они обозначают. Иначе говоря, исследователь должен определить место данного явления в цепи явлений.

Далее рассмотрим вышеприведенные этапы более детально.

Определение понятия «персонифицированное управление персоналом»

Рассмотрим подробно каждую из составляющих понятия «персонифицированное управление персоналом». Понятие «управление» мы рассматриваем в двух традиционных аспектах: (1) управление как функция организованных систем (биологических, технических, социальных), обеспечивающая сохранение их структуры, поддержание режима деятельности, реализацию программы, цели; (2) управление как сознательное целенаправленное воздействие со стороны субъектов, органов на людей и экономические объекты, осуществляемое с целью направить их действия и получить желаемые результаты.

В понятие «персонал» мы включаем личный состав организации, включающий всех наемных работников (штатных и внештатных), а также работающих собственников. Если под «управлением» понимать целенаправленное воздействие со стороны субъектов на объекты управления для получения желаемых результатов, то под «управлением персоналом» следует понимать целенаправленное воздействие субъектов управления на персонал (всех наемных работников: штатных и внештатных, а также работающих собственников) для получения желаемых результатов.

Прилагательное «персонифицированное» понимается нами как индивидуальное, соотносящееся с конкретными человеком или конкретными людьми. С точки зрения формальной логики, понятие «персонифицированное управление персоналом» указывает на видовое отличие от более общего понятия «управление персоналом», т.е. «персонифицированное управление персоналом» является одним из видов «управления персоналом». Отличительным видовым признаком персонифицированного управления персоналом является «индивидуальный подход к конкретным людям (сотрудникам)».

Таким образом, под «персонифицированным управлением персоналом» понимается целенаправленная деятельность субъектов управления на персонал (объект управления) для получения желаемых результатов на основе индивидуального подхода к конкретным сотрудникам.

Определение политэкономической сущности «персонифицированного управления персоналом»

Для определения политэкономической сущности явления необходимо определить субъекты, объекты и предметы отношений, т.е. идентифицировать, между кем и по поводу какого предмета эти отношения формируются и изменяются. К субъектам управления могут относиться: собственники, руководители предприятия, подразделений, специалисты, в том числе и службы управления персоналом и другие сотрудники организации, которые в процессе управления выступают в качестве субъекта управления персоналом. К объектам управления могут относиться: собственники, руководители предприятия, подразделений, специалисты, в том числе и службы управления персоналом, исполнители и другие сотрудники организации, которые в процессе управления выступают в качестве объекта управления.

В управлении персоналом, в зависимости от того качества, в котором они выступают, одни и те же сотрудники могут являться, как субъектами, так и объектами управления. Таким образом, субъектами отношений, возникающих в процессе управления персоналом, является совокупность сотрудников организации, т.е. его персонал. Поскольку эти отношения складываются в рамках управления персоналом организации, то мы имеем дело с организационно-управленческими отношениями.

Объектом организационно-управленческих отношений между субъектами управления персоналом является непосредственно «управление персоналом» как целое, а предметом отдельные его стороны: цели, задачи, функции, методы и др. То есть, политэкономическая сущность понятия «управление

персоналом» заключается в организационно-управленческих отношениях, возникающих между субъектами и объектами управления в процессе управления персоналом по поводу целей, задач, функций, методов и других элементов управления.

Если, как мы определили ранее, «персонифицированное управление персоналом» – это управление персоналом на основе индивидуального подхода к конкретным сотрудникам, то политэкономическая сущность «персонифицированного управления персоналом» заключается в индивидуальных организационно-управленческих отношениях, возникающих между конкретным субъектом и объектом в процессе управления по поводу целей, задач, функций, методов и других элементов управления.

Понятие «персонифицированное управление персоналом» в системе понятий менеджмента

Для формирования теоретических представлений о месте понятия «персонифицированное управление персоналом» в системе понятий менеджмента необходимо установить и описать его взаимосвязь с другими элементами системы управления персоналом. Понятие «персонифицированное управление персоналом» входит в более общее понятие «управление персоналом», которое в свою очередь входит в еще более общее понятие «управление», потому что, в соответствии с законом формальной логики о соотношении объема и содержания понятия, «родовое понятие, будучи более широким, чем видовое, по объему, включает в своем содержании меньшее сравнительно с видовым понятием количество признаков» [26].

Видовым отличием «персонифицированного управления персоналом» является «индивидуальный подход к конкретным людям (сотрудникам)». Индивидуальный подход может использоваться на всех этапах и функциях цикла управления персоналом: определение проблемы, постановка целей управления, определение интересов и мотивов сотрудников, согласование целей и задач управления, выбор методов и средств управления, планирование, организация, мотивация, стимулирование и контроль трудовой деятельности. Взаимосвязь понятия «персонифицированное управление персоналом» с понятиями менеджмента представлена на рисунке 1.

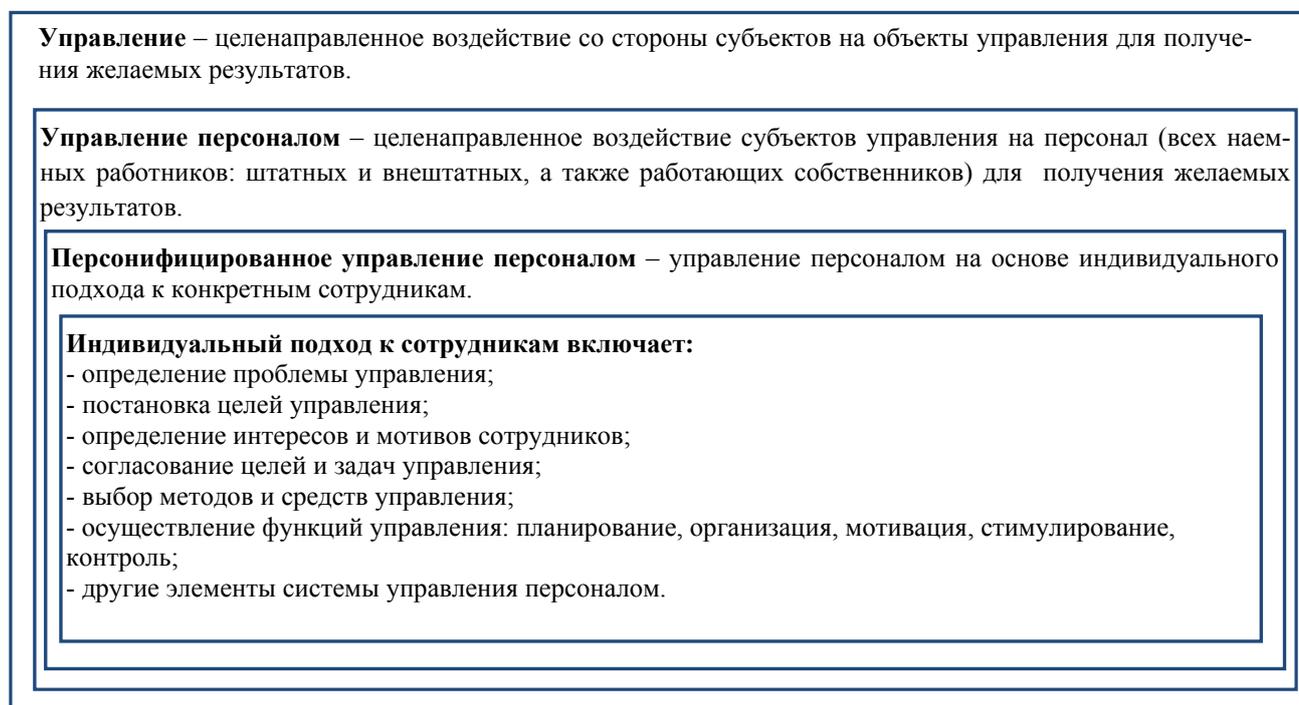


Рис. 1. Взаимосвязь понятия «персонифицированное управление персоналом» с основными понятиями управления персоналом

Отличием персонифицированного управления персоналом от общего или группового является использование индивидуального подхода в определении проблемы управления конкретными сотрудниками, определении их интересов в отношении целей сотрудничества с организацией, удовлетворенно-

сти условиями труда и т.д. На наш взгляд, в персонифицированном управлении персоналом может реализовываться концепция «управления человеком» в организации.

Для систематизации и рационализации персонифицированного управления формированием, сохранением, развитием и использованием персонала нами была разработана концептуальная модель персонифицированного управления, которая может быть использована в практической деятельности, как основа формирования и повышения конкурентоспособности персонала. Цикл персонифицированного управления, осуществляемого с целью повышения конкурентоспособности персонала, включает в себя следующие основные элементы:

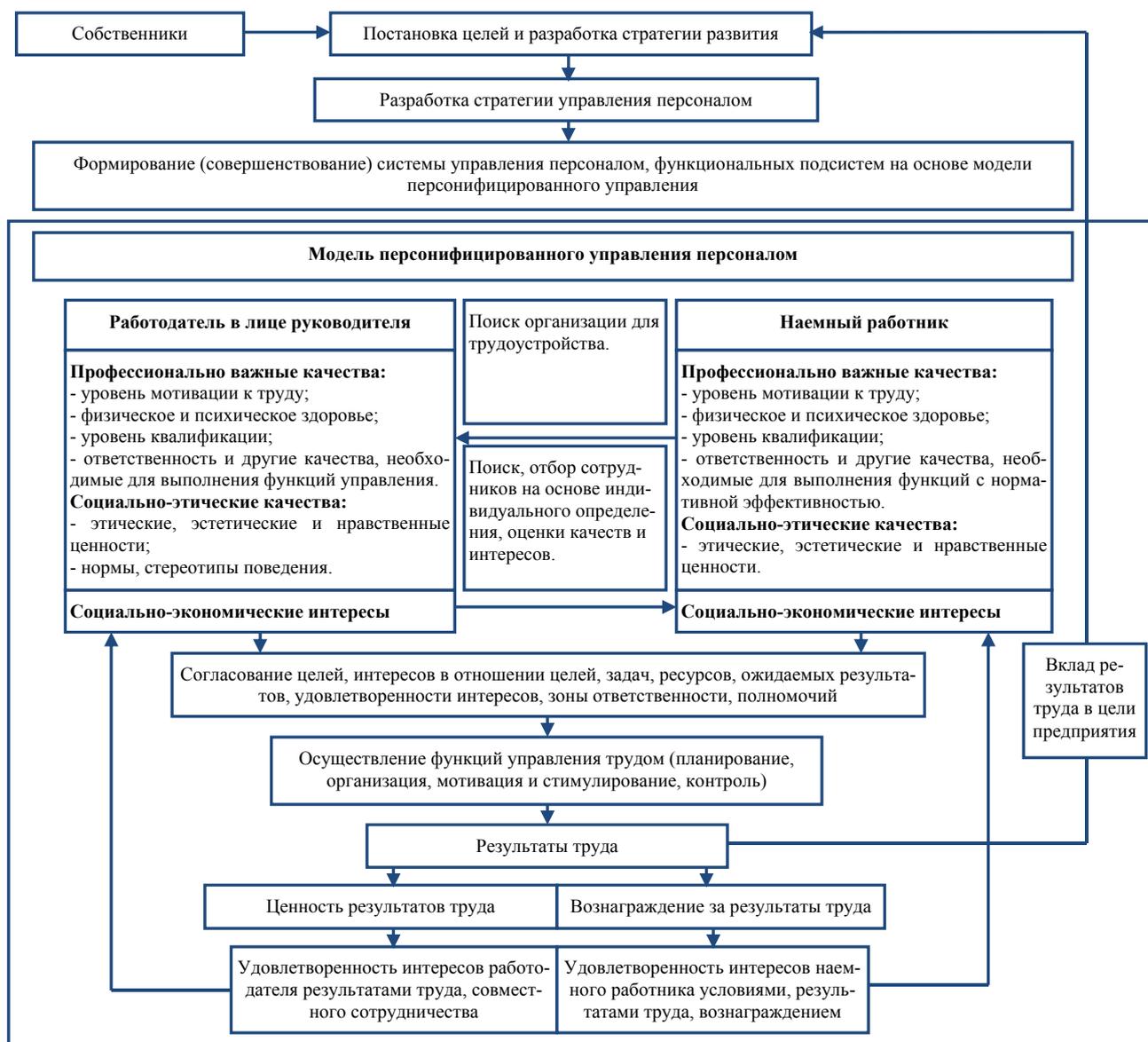


Рис. 2 Концептуальная модель персонифицированного управления персоналом

- определение потребности в персонале, разработка персональных требований к работникам для должностей;
- определение требований к характеристикам привлекательности работодателя (как организации) и приведение в соответствие фактических характеристик требуемым для привлечения работников с требуемыми интересами, профессионально важными и социально-этическими качествами;
- поиск, отбор сотрудников на основе индивидуального (персонифицированного) определения, оценки качеств и интересов;

- согласование с интересными работниками системы стимулирования, условий труда, ожидаемых результатов сотрудничества;
- индивидуальная постановка целей сотрудничества, согласование интересов в отношении целей, задач, алгоритмов решения задач, ресурсов, сроков, зоны ответственности и полномочий между работодателем и работником;
- индивидуальное осуществление функций управления персоналом в процессе выполнения должностных обязанностей и развития работника;
- определение и оценка результатов выполнения сотрудником должностных обязанностей, результатов труда, вклада результатов труда в достижение целей организации, удовлетворенности интересов работодателя и работника (см. рис. 2).

С научно-практической точки зрения целесообразным представляется рассмотреть влияние использования персонифицированного управления персоналом на повышение результативности и эффективности труда персонала. С целью определения влияния персонифицированного управления нами был проведен сравнительный анализ показателей конкурентоспособности, результативности и эффективности труда персонала на трех малых и средних предприятиях Свердловской области при использовании общего подхода к управлению в течение 2010-2018 года и освоения персонифицированного подхода к управлению персоналом в течение 2019-2020 годов:

1. Показатель целевой эффективности труда рассчитывается по формуле:

$$\text{ЭТ}_{\text{цел.}} = \text{ЭТ}_{\text{факт.}} / \text{ЭТ}_{\text{норм.}}$$

где $\text{ЭТ}_{\text{факт.}}$ – фактический показатель эффективности труда ПЭТ/час.; $\text{ЭТ}_{\text{норм.}}$ – нормативный показатель эффективности труда ПЭТ/час. (определяется по нормативам, принятым в условиях конкретного предприятия).

2. Эффективность труда – величина полезного эффекта, приходящаяся на единицу рабочего времени:

$$\text{ЭТ} = \text{ПЭТ} / \text{РВ},$$

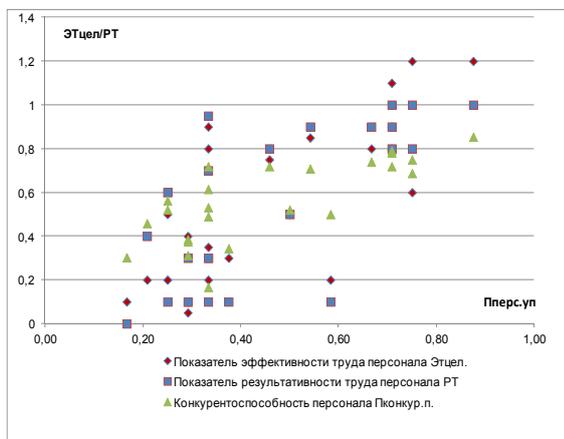
где ПЭТ – полезный эффект труда, ед. полезного эффекта труда; РВ – рабочее время, ч.

3. Показатель результативности труда рассчитывается по формуле:

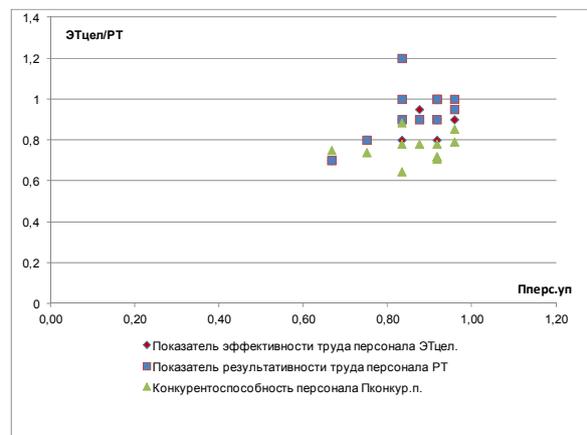
$$\text{РТ} = \text{РТ}_{\text{факт.}} / \text{РТ}_{\text{цел.}}$$

где $\text{РТ}_{\text{факт.}}$ – фактические результаты труда работника (степень достижения результата) за определенный период трудовой деятельности (час, день, неделя, месяц); $\text{РТ}_{\text{цел.}}$ – целевые результаты труда работника, определенные и согласованные с руководителем на определенный период трудовой деятельности с учетом квалификации, условий, режимом труда работника и других прогнозных факторов.

Показатели конкурентоспособности, результативности и эффективности труда персонала предприятий при преобладающем использовании общего подхода к управлению персоналом представлены на рисунке 3, а,



а)



б)

Рис. 3. Показатели конкурентоспособности, результативности и эффективности труда персонала:

а – при использовании общего подхода к управлению;

б – в результате освоения персонифицированного управления

С 2019 года менеджмент предприятий начал освоение системы персонифицированного управления для повышения конкурентоспособности, результативности и эффективности труда персонала. Персонифицированное управление персоналом осуществлялось на основе индивидуальных социально-экономических интересов, профессионально важных качеств (состояния здоровья, квалификации, мотивации к выполнению трудовых функций, саморазвитию, развитию предприятия, социально-этических характеристик). Индивидуально осуществлялось кадровое планирование на основе стратегии развития организации, отбор, наем сотрудников, согласование интересов к развитию предприятия и саморазвитию сотрудников, мотивация и стимулирование труда, оценка и вознаграждение труда. Результаты освоения персонифицированного управления персоналом представлены на рисунке 3, б.

Как видно из рисунка 3, б, переход к персонифицированному управлению позволил повысить долю высококонкурентоспособного персонала в общем количестве сотрудников предприятия, значительно повысились показатели результативности и эффективности труда при выполнении трудовых функций и участии в развитии предприятия. Это свидетельствует о перспективности дальнейших исследований и освоения персонифицированного управления для повышения конкурентоспособности персонала и предприятий.

Результаты и их обсуждение

Применение разработанных теоретических и методологических положений для повышения конкурентоспособности, эффективности и результативности труда персонала на малых и средних предприятиях Свердловской и Челябинской областей, действующих в условиях высококонкурентной инновационной среды в период с 2016 по 2020 годы позволило значительно повысить показатели эффективности труда персонала и деятельности предприятий.

Результаты изменений показателей при переходе от преобладающего общего управления к персонифицированному управлению персоналом производственного предприятия Свердловской области с 2013 по 2020 годы представлены в таблице 2.

Таблица 2

Показатели конкурентоспособности, эффективности труда и деятельности предприятия с преобладающим использованием общего и персонифицированного управления персоналом

| Показатели | Общий подход к управлению персоналом | Персонифицированный подход к управлению персоналом |
|--|--------------------------------------|--|
| Средний показатель конкурентоспособности работников предприятия $P_{\text{конкур.р.}}$ | 0,38 | 0,66 |
| Средний показатель организационно-экономических отношений (организационной составляющей конкурентоспособности персонала) $P_{\text{отн.}}$ | 0,23 | 0,71 |
| Показатель конкурентоспособности персонала $P_{\text{конкур.перс.}}$ | 0,09 | 0,47 |
| Средний показатель результативности труда персонала в процессе выполнения трудовых функций и реализации планов развития предприятия $P_{\text{т}}$ | 0,53 | 0,67 |
| Средний показатель целевой эффективности труда персонала в процессе выполнения функций и реализации планов развития предприятия $\text{ЭТ}_{\text{цел}}$ | 0,47 | 0,62 |
| Показатель целенаправленности деятельности персонала $P_{\text{цел.}}$ – отношение рабочего времени, затрачиваемого на достижение согласованных целей $PВ_{\text{цел}}$, к общему фонду рабочего времени $PВ_{\text{общ.}}$ | 0,42 | 0,72 |
| Средний коэффициент согласованности интересов и взаимодействия персонала $K_{\text{согл.}}$ | 0,32 | 0,72 |
| Динамика развития предприятия в части освоения производства и вывода на рынок новых товаров относительно главных конкурентов $D_{\text{отн.}}$ | 0,5 | 3,0 |

Как видно из таблицы 2, разработка и освоение методологии персонифицированного управления для повышения конкурентоспособности персонала позволили значительно улучшить показатели эффективности труда и деятельности предприятия: результативность труда персонала в процессе выполнения трудовых функций и реализации планов развития предприятия выросла в 1,26 раза; показатель целевой эффективности труда персонала в процессе выполнения функций и реализации планов развития предприятия повысился в 1,31 раза; показатель целенаправленности деятельности персонала повысился в 1,71 раза; коэффициент согласованности интересов и взаимодействия персонала повысился в 2,25 раза.

Заключение

На основе проведенных теоретических и эмпирических исследований, мы приходим к выводу, что развитие теории и методологии персонифицированного управления для повышения конкурентоспособности персонала является актуальной задачей для науки и практики в условиях жесткой конкурентной борьбы предприятий за ресурсы, рынки сбыта, высококвалифицированных и продуктивных сотрудников.

Разработанная концептуальная модель позволяет работодателям осознанно осуществлять персонифицированное управление в процессе формирования, использования, сохранения и развития персонала на основе индивидуального согласования целей, интересов в отношении целей, выбора методов, средств управления, формирования системы стимулирования, условий труда, а также оценки результатов, удовлетворенности интересов работников и работодателя.

Апробация разработанных теоретических и методологических положений на трех малых и средних предприятиях Свердловской и Челябинской областей позволила значительно повысить показатели результативности труда (в 1,26 раза), целевой эффективности труда (в 1,26 раза), а также показатели целенаправленности и согласованности деятельности персонала.

ЛИТЕРАТУРА

14. Государственная программа Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности». Утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 328.
15. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. М.: ИНФРА-М, 2014. 695 с.
16. Дуракова И.Б. Управление персоналом. М.: ИНФРА-М, 2009.
17. Здравомыслов А.Г., Ядов В.А. Человек и его работа в СССР и после. М.: Аспект Пресс, 2003. 485 с.
18. Ядов В.А. Отношение к труду: концептуальная модель и реальные тенденции // Социологические исследования. 1983. № 3. С. 17-21.
19. Маслоу А. Мотивация и личность. СПб., 2009. 479 с.
20. Херцберг Ф., Майнер М.У. Побуждение к труду и производственная мотивация // Социологические исследования. 1990. № 1.
21. Lawler E.E., Porter L.W. The Effect of performance on job satisfaction // Industrial Relations. 1967. Vol. 7.
22. Управление персоналом в России: 100 лет: монография / Б.М. Генкин, А.В. Глухова, И.Б. Дуракова и др. М.: Инфра-М, 2015. 320 с.
23. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. СПб.: Питер, 2010. 842 с.
24. Посаженикова А.В. К вопросу об управлении индивидуальным развитием сотрудника организации // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. 2016. № 32. С. 61-66.
25. Клопова О.К. Индивидуальный подход к обучению специалистов по управлению персоналом // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 11 (115). С. 144-150.
26. Лабунский Л.В. Принципы развития компетенций персонала // Управление персоналом. 2004. № 3. С. 36-37.
27. Чуланова О.Л. Управление персоналом на основе компетенций: монография. М.: Инфра-М, 2018. 400 с.
28. Ахаян С.А. Управление компетентностью руководителей малых предприятий: дис. ... канд. экон. наук. М., 2003. 173 с.
29. Галкин В.А., Лабунский Л.В., Макаров А.М., Пикалов В.А. Управление персоналом – концепция НТЦ-НИИОГР // Итоги и проблемы производства, науки и образования в сфере добычи полезных ископаемых открытым способом: материалы междунар. науч.-техн. конф. (Екатеринбург, 10-12 окт. 2002 г.). Екатеринбург: УГТГА, 2002. С. 281-285.
30. Коркина Т.А. Управление инвестициями в человеческий капитал угледобывающих предприятий: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Челябинск, 2010. 55 с.

31. *Макаров А.М.* Лидер – главный структурообразующий фактор // Проблемы реструктуризации угледобывающих предприятий: тр. НИИОГР, вып. 2. Челябинск, 1997. С. 28–29.
32. *Николаев Н.А., Полецук М.Н.* Развитие трудового капитала персонала предприятия: монография. Екатеринбург: Альфа Принт, 2019. 91 с.
33. *Белкин В.Н.* Теория человеческого капитала предприятия. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2012. 400 с.
34. *Басаев Б.Б., Фиатиев А.Б., Фиатиева А.А.* Корпоративная культура и ее развитие в аспекте согласования организационных и индивидуальных ценностей // Известия Горского государственного аграрного университета. 2015. Т. 52. № 3. С. 217-224.
35. *Ермишина Е.Б.* Корпоративная культура как основополагающий фактор успешного развития организации // Научный вестник Южного института менеджмента. 2017. № 1. С. 56-62.
36. *Лайкер Дж., Хосеус М.* Корпоративная культура Toyota. М.: Альпина Паблишер, 2020. 354 с.
37. *Артемов В.Б., Килин А.Б., Галкин В.А., Макаров А.М.* Угледобывающее предприятие: руководитель и руководство. М.: Горная книга, 2016. 48 с.
38. *Килин А.Б., Азев В.А., Костарев А.С., Баев И.А., Галкина Н.В.* Эффективное развитие угледобывающего производственного объединения: практика и методы. М.: Горная книга, 2019. 280 с.
39. *Асмус В.Ф.* Логика. М.: ЛЕНАНД, 2019. 392 с.

СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ М. ВЕБЕРА КАК ОСНОВА НЕМЕЦКОЙ КОНЦЕПЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В настоящем исследовании проводится анализ социологической теории управления, разработанной М. Вебером, сквозь призму современных методов менеджмента, применяемых руководством компаний, относящихся к автомобильной отрасли промышленности Германии.

Ключевые слова. М. Вебер, Германия, социология, управление, концепция менеджмента, корпоративная культура.

Sokirkin D.N.

M. WEBER'S SOCIOLOGY OF MANAGEMENT AS THE BASIS OF THE GERMAN CONCEPT OF MANAGEMENT

Abstract. This study analyzes the sociological theory of management developed by M. Weber through the prism of modern management methods used by the leadership of companies belonging to the automotive industry in Germany.

Keywords. M. Weber, Germany, sociology, management, management concept, corporate culture.

Введение

Задачей настоящего исследования является анализ влияния социологической теории управления М. Вебера на формирование и развитие национальной немецкой школы менеджмента с целью определить степень эффективности применения ее принципов в современных социально-экономических условиях.

Теоретический бэкграунд

Школа менеджмента в каждой отдельно взятой стране формируется под воздействием многочисленных и разнообразных факторов: особенностей исторического развития, традиций, общепринятой системы ценностей и др. Со временем она обретает свои индивидуальные особенности. Существующая сегодня немецкая модель менеджмента формировалась на протяжении десятилетий в условиях определенной культуры, мировоззрения и экономической ситуации в стране. Важную роль в этом процессе сыграло использование достижений научной мысли. Теоретическую основу формирования немецкой модели менеджмента заложил своими работами известный социолог Макс Вебер (1864-1920), разработав рациональную концепцию бюрократии.

Вебер полагал, что эффективность управления основана, в первую очередь, на жесткой иерархии, легитимности власти, разделении труда, а также инициативности, высокой квалификации и рациональном мышлении управленческих кадров, их скрупулёзном следовании закону и предписанным правилам [1].

Жесткая иерархия предполагает четкую и ясную систему статусов в организации и связанных с ними ролей, а также строгую субординацию. В частности, в зависимости от положения сотрудника

ГРНТИ 04.91.91

© Сокиркин Д.Н., 2020

Дмитрий Николаевич Сокиркин – кандидат исторических наук, доцент кафедры истории и философии Санкт-Петербургского государственного архитектурно-строительного университета.

Контактные данные для связи с автором: 197348, Санкт-Петербург, Богатырский пр., д. 6 (Russia, St. Petersburg, Bogatyrskiy av., 6). Тел.: 8 (921) 316-79-43. E-mail: sokirkin1976@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 08.10.2020.

в рамках иерархической структуры, определяется размер заработной платы. При этом должность, как таковая, рассматривается в качестве собственности организации. На практике это означает, что сотрудник занимает определенное должностное положение до тех пор, пока выполняет сопряженные с ним обязанности. Повышение по службе в такой системе должны получать в первую очередь сотрудники с наиболее длительным стажем или же добившиеся самых значительных успехов в работе.

Легитимность власти означает поддержку и доверие по отношению к руководителю со стороны подчиненных. Беспрекословное и точное исполнение сотрудниками его распоряжений естественным и логичным образом влияет на уровень эффективности работы компании. Само по себе подчинение «основано ... на лишенном личного характера объективном “служебном долге”, который, как и право на власть, “компетенция”, определен посредством рационально установленных норм (законов, предписаний, правил) таким образом, что легитимность господства выражается в легальности общих, целенаправленно продуманных, корректно сформулированных и обнародованных правилах» [2, с. 71].

Строго формальные профессиональные и дисциплинарные правила должны быть сформулированы руководством каждой организации, беспрекословно соблюдаться всеми ее сотрудниками и предполагать определенные санкции за их нарушение. Это помогает избежать дезорганизации в деятельности компании. В этом же смысле Вебер считал важным полное документирование управленческого процесса, при котором все распоряжения и приказы отдаются и впоследствии хранятся в письменной форме.

Разделение труда присуще организации любого уровня, начиная с государства и заканчивая маленькой частной компанией. Именно разделение труда дает возможность отдельному сотруднику сосредоточиться на выполнении определенного круга задач, стать высококлассным специалистом в своей области. Из этого вытекает другое положение теории управления М. Вебера, согласно которому служба работника в компании должна быть долгосрочной, поскольку высокая текучесть кадров приводит к снижению общего уровня компетентности. По убеждению социолога, именно сочетание строгой организации управленческих работников и их компетентности является залогом успешного функционирования сформулированной им модели рациональной бюрократии.

Влияние концепции Вебера на менеджмент немецких компаний

На современном этапе развития экономики и общества в целом принципы рационально-бюрократической модели М. Вебера в той или иной форме и степени применяются во многих организациях. В данной работе отдельные ее положения будут соотнесены с повседневной управленческой практикой немецких компаний.

Выше упоминалось о том, что одной из важнейших основ концепции управления по Веберу является дисциплина и законопослушание. На практике это соответствует основополагающему принципу немецкой корпоративной культуры, требующему неукоснительного соблюдения законов и правительственных постановлений, следования утвержденным государственным стандартам и промышленным нормам.

К веберовскому управленческому постулату относится выстраивание жесткой иерархии по принципу «сверху вниз», предполагающее, с одной стороны, подчинение нижестоящего работника вышестоящему, а с другой – обязательную ответственность вышестоящих руководителей за действия своих подчиненных. В соответствии с указанными правилами, структура высшего менеджмента в немецких корпорациях включает два уровня: правление, состоящее исключительно из исполнительных директоров, выполняющих собственно управленческие функции, и наблюдательный совет, в который входят только неисполнительные директора, осуществляющие контроль за работой первых [3].

Успешная деятельность организации, согласно концепции М. Вебера, предполагает тщательный подбор персонала и серьезное отношение к подготовке сотрудников. Это подразумевает, что претенденту на конкретную должность следует обладать соответствующим уровнем образования, компетентности, опыта и ранее достигнутых успехов в работе. Руководствуясь перечисленными критериями, высший менеджмент немецких компаний активно проводит политику подготовки кадров, включающую мотивирование, обучение, повышение квалификации и охрану труда. В подобных условиях сотрудники, в свою очередь, активно стремятся к профессиональному и карьерному росту.

Эти же принципы играют важнейшую роль при подборе состава самого руководящего звена: принимаются во внимание не только способности, профессиональный уровень и опыт в сфере непосред-

ственно управленческой деятельности, но также доскональное знание технических и технологических вопросов производства. Серьезное значение придается степени преданности потенциального менеджера (как и любого другого сотрудника) целям, интересам и системе ценностей компании. Результатом этого является осведомленность большинства немецких управленцев высшего звена относительно технологических особенностей каждого этапа производства. Эта осведомленность основывается на убежденности в том, что успех на рынке, главным образом, определяют отлаженный производственный процесс и высокое качество конечной продукции. Так формируется особый тип корпоративной культуры, который подразумевает согласование интересов компании с интересами работников.

Рациональное мышление управленческих кадров [4], о котором писал Вебер, проявляется на современном этапе в виде приверженности руководства немецких компаний введению инноваций. В настоящее время действенными способами повышения уровня собственной конкурентоспособности на рынке признаются инвестиции в НИОКР, сотрудничество с профильными НИИ, приобретение патентов и т.д. Немецкие компании активно конкурируют между собой на основе накопления передового опыта в производстве товаров и услуг, будучи, в первую очередь, ориентированы на высокое качество продукции и, как следствие, удовлетворенность клиентов.

Практика менеджмента в Германии и концепция Вебера

Перечисленные выше особенности немецкого менеджмента, в которых проявляются отдельные принципы веберизма, будут далее проиллюстрированы конкретными примерами из управленческой практики компаний, занимающих ведущее положение на рынке автомобильной промышленности ФРГ. Речь пойдет о BMW, Volkswagen и Daimler.

Стратегия BMW базируется на четырех главных принципах: рост, формирование будущего, доходность, а также доступ к технологиям и клиентам. BMW отличает особое стремление поддерживать и развивать собственную корпоративную культуру [5]. Среди главных принципов последней: неукоснительное соблюдение действующего законодательства и честная конкуренция как неотъемлемые составляющие деловой активности компании в текущий момент и важнейшие предпосылки ее успеха в долгосрочной перспективе.

Высший менеджмент компании стремится избегать возможных правовых рисков, заботясь о деловой репутации в глазах акционеров, деловых партнеров и клиентов. Для этих целей была основана в рамках собственной структуры «Организация соблюдения» (Compliance Organization), в задачу которой входит контроль за соответствием международным, национальным и региональным правовым нормам [6].

Высший менеджмент компании ориентирован на поддержание командного духа в организации и мотивации сотрудников, что обеспечивает постоянное совершенствование и удержание качества продукции на надлежащем уровне. В контексте этой политики от каждого менеджера компании ожидаются максимальная отдача и осознание личной ответственности за ее успех, а также демонстрация примера для своих подчиненных. Это представляется особенно важным в условиях современного стремительно меняющегося мира, нестабильной экономической ситуации и жесткой конкуренции.

Приобретает все большее значение способность организации оперативно реагировать на изменчивые внешние факторы и в дальнейшем приспособиться к ним. Все это предъявляет повышенные требования к уровню эффективности системы управления в целом и личным качествам каждого менеджера в частности. Ввиду повышения значения человеческого фактора, современная иерархическая система BMW построена на принципах справедливости, ответственности и взаимного доверия.

Руководство Volkswagen придает огромное значение, в истинно веберизанском духе, профессионализму и высокой квалификации сотрудников. При этом своеобразным «коньком» корпоративной политики считается активное продвижение молодых кадров в производственной и управленческой сферах. Основным условием достижения высокой производительности является соответствие требований, предъявляемых к конкретному работнику, его личным качествам. В результате компания, с одной стороны, чрезмерно не перегружает своих сотрудников, а с другой – не допускает отклонений от производственных и дисциплинарных норм.

Помимо этого, проявляется серьезная забота об охране здоровья работников путем создания специального подразделения, именуемого «Управление здоровьем» (Health Management). Корпоративная культура Volkswagen сосредоточена, помимо прочего, на корпоративной социальной ответственности,

предполагающей принятие во внимание не только собственных социально-экономических интересов, но и объективных потребностей общества [5].

Руководство Daimler четко ориентирует персонал на заложенные в основу трудовой деятельности корпоративные ценности: энтузиазм, уважение, целостность и дисциплину. В рамках собственной концепции корпоративной культуры высший менеджмент концерна ориентируется на пожелания клиентов, приветствует наличие у сотрудников богатого опыта работы и разнообразия профессиональных навыков, придерживается принципа дифференцированного подхода к управлению персоналом, состоящим из представителей разных возрастных групп [5].

Главной составляющей организационной культуры является (подобно Volkswagen) корпоративная социальная ответственность, проявляющаяся в приверженности к образованию и обучению персонала, а также в гибкости предлагаемых сотрудникам рабочих графиков. Так, помимо полной занятости, имеется возможность быть задействованным неполный рабочий день. Причем подобный выбор предлагается сотрудникам всех подразделений, включая менеджеров.

Заключение

В свое время, на теоретическом уровне М. Вебер рассматривал принцип рациональной бюрократии как наиболее эффективный алгоритм управления организацией. Проанализировав особенности немецкого менеджмента, уделяя при этом особое внимание компаниям, представляющим автомобильную промышленность, мы убедились в значительном сходстве современной практики руководства с принципами управления, сформулированными М. Вебером более ста лет назад.

Стиль управления, основанный на веберовской теории, обеспечивает благоприятный психологический климат внутри компании, слаженную работу отдельных сотрудников и подразделений, органичное сосуществование с внешней средой и, как конечный результат, эффективные показатели деятельности.

К числу положений социологической теории М. Вебера, в нынешнее время лежащих в основе систем менеджмента немецких компаний, можно отнести рационалистский подход, наличие строгих формальных правил, подбор и продвижение служащих в соответствии с их квалификацией. Указанные черты немецкого менеджмента являются сегодня его сильными сторонами, обеспечивающими конкурентные преимущества управляемым компаниям.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ишутина П.Е.* Бюрократическая модель организации М. Вебера: возможности и ограничения ее применения для управления современной компанией // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3. Ч. 2.
2. *Вебер М.* Избранное: Образ общества. М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2017. 767 с.
3. *Асаул А.Н., Павлов В.И., Бескиерь Ф.И., Мышко О.А.* Менеджмент корпорации и корпоративное управление. СПб.: Гуманистика, 2006. 328 с.
4. *Пивоваров С.Э., Максимцев И.А.* Сравнительный менеджмент. СПб.: Питер, 2008. 480 с.
5. *Маркеева Б.Э.* Особенности менеджмента в современных немецких компаниях // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3. Ч. 2.
6. *Kapferer J.-N.* The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. London and Philadelphia: Kogan Page, 2012. 513 p.

ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРАКТИКИ ОБУЧАЮЩИХ ФОРМАТОВ

Аннотация. Пандемия COVID-19 создала беспрецедентные проблемы для системы образования. Переход на дистанционное образование стал неизбежной реальностью. Многие вузы предпринимают шаги в направлении цифровой трансформации и внедряют различные подходы к дистанционному образованию, методам обучения и оценке. Однако еще предстоит решить многие практические вопросы. При этом формируются и новые возможности для обучения представительных аудиторий, локализованных в самых разных регионах и представляющих штаб-квартиры и филиалы компаний.

Ключевые слова. Обучающие мероприятия, конференция, высшее образование, кризис, виртуальные образовательные технологии.

Trifonova N.V., Korolev A.S., Khutieva E.S.

RETHINKING HIGHER EDUCATION: CURRENT PROBLEMS AND PRACTICES OF LEARNING FORMATS

Abstract. The COVID-19 outbreak has created unprecedented challenges for the education system. The transition to distance education has become an inevitable reality. Many universities are taking steps towards digital transformation and adopting different approaches to distance education, teaching methods and assessment. However, there are still many practical issues to be resolved. At the same time, new opportunities are being formed for training representative audiences located in various regions and representing the headquarters and branches of companies.

Keywords. Training events, conference, higher education, crisis, virtual educational technologies.

Введение

Высшее образование переходит в онлайн. Конечно, так было и до кризиса COVID-19. Но масштабы перехода в ответ на пандемию действительно беспрецедентны. Общество переживает переломный момент, в том числе и в системе высшего образования. Хотя большинство образовательных учреждений традиционно не инвестировали в онлайн-образование как в основной формат обучения, ситуация начала меняться несколько лет назад, когда ведущие университеты взяли на себя обязательство развивать академическую цифровую историю. Кризис ускорил эту тенденцию. Осознавая сложности, необходимо учитывать, что это будет период вынужденных экспериментов и инвестиций для университетов. Кризис вынудил учебные заведения модернизировать свою техническую инфраструктуру.

Исторически сложилось так, что экосистема высшего образования адаптируется медленно. Система образования давно нуждалась в качественном изменении, COVID-19 оказался лишь пусковой

ГРНТИ 14.01.13

© Трифонова Н.В., Королев А.С., Хутиева Е.С., 2020

Наталья Викторовна Трифонова – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Артем Сергеевич Королев – директор Благотворительного Фонда «Надежная Смена».

Елена Сергеевна Хутиева – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры международного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с авторами (Трифонова Н.В.): 191023, Санкт-Петербург, Марата ул., д. 27 (Russia, St. Petersburg, Marata str., 27). Тел.: +7-921-956-15-81. E-mail: htvhes@gmail.com.

Статья поступила в редакцию 17.09.2020.

кнопкой для революции в образовании, произошло «резкое, скачкообразное изменение ядра системы, катастрофический переход из одного состояния в другое» [4]. Общество получает новый опыт массовой трансформации.

Университеты и другие образовательные платформы отреагировали на пандемию быстрой цифровой трансформацией своей образовательной деятельности. По мере того, как университеты развивают свои собственные цифровые компетенции, то, что началось как краткосрочная реакция на кризис, скорее всего, останется вектором устойчивой цифровой трансформацией высшего образования в дальнейшем. Чтобы пережить этот кризис и вступить в новую эру обучения в цифровом мире вузам необходимо создавать технологическую основу, осваивать цифровую компетенцию и новые методы обучения.

Обзор ситуации

Очевидно, что система образования подвержена внешним угрозам. Цифровая трансформация преподавания выявила ряд серьезных проблем. Факторы, влияющие на изменения в системе высшего *online* образования, обозначенные многими исследователями, можно сгруппировать по следующим признакам: технологии, организация рабочего места, цифровая компетенция, оценка и контроль, значительный объем дополнительной работы, исследовательские и технологические инновации [8, 2, 13]. Рассмотрим эти аспекты более детально:

1. Технологии. Зависимость онлайн-обучения от технологического оборудования и его наличия является проблемой для учебных заведений, преподавателей и учащихся. У преподавателей и студентов могут возникать технические проблемы при подключении к Интернету, связанные с низкими возможностями по пропуску трафика или технически устаревшими устройствами, таким образом, они могут быть лишены качественного доступа к онлайн-обучению.

2. Организация рабочего места. Для работы дома требуется рабочее место. Однако, не у всех есть достаточно места для создания рабочего пространства. Кроме того, во время видео-встреч возможно неожиданное появление или прерывание работы членами семьи, друзьями и/или домашними животными, которое может вызвать нарушение или отвлекать внимание студентов в процессе онлайн-обучения. Общее утомление организма при работе с компьютером у взрослого человека проявляется через 4 часа, максимальное время работы с учетом утомления организма составляет примерно около 7-8 часов, без определенных последствий для организма взрослого человека. Однако, в настоящей ситуации, среднее экранное время педагога доходит до 11 часов в сутки. Полностью изменилось не только рабочее место, но и режим работы.

3. Цифровая компетенция. Цифровая компетенция рассматривается как группа навыков и знаний, необходимых при использовании ИКТ и цифровых устройств для выполнения действий, связанных с управлением информацией. Не все участники образовательного процесса обладают необходимой цифровой компетенцией. Студенты и преподаватели с низким уровнем владения цифровыми технологиями могут отставать в среде онлайн-образования, столкнуться с трудностями при использовании электронных библиотек. Цифровая компетенция должна быть «встроена» в процесс преподавания и изучения всех предметов, также учащиеся должны быть мотивированы для получения цифровых компетенций.

4. Оценка и контроль Смена формата оценивания подразумевает значительное изменение системы оценок во время пандемии, потому что совершенно невозможно представить, что учащиеся получают тот же образовательный опыт, и это усложняет подходы к оцениванию результата обучения. При онлайн-обучении текущий и промежуточный контроль проводятся онлайн, при этом преподаватели ограничиваются непосредственным надзором за учащимися, нет возможности оценить «чистоту» ответа. Также возникает вопрос: каким образом оценивать учебную деятельность, чтобы установить учебные цели с помощью тестов и экзаменов.

5. Значительный объем работы. Быстрый и внезапный процесс цифровой трансформации университетов создал огромную нагрузку на ИКТ-подразделения учебных заведений при создании электронных платформ, интеграции существующих внешних приложений в свои системы. Преподаватели, в свою очередь, дополнительно выполняют часть рабочей нагрузки, так как они несут ответственность за преобразование содержания своего курса, чтобы оно было удобным для учащихся. Такая рабочая нагрузка вызовет непредвиденные финансовые и временные затраты.

6. Исследовательские и технологические инновации. Исследовательские цели, которые имеет смысл рассмотреть для решения задач онлайн-обучения, можно сформулировать следующим образом: необходимость предоставить модели, учитывающие современные изменения в онлайн-обучении; проанализировать процесс цифровой трансформации учебных заведений; разработать более масштабируемые и персонализированные модели онлайн-обучения; разработать модель онлайн-обучения, которая снизит нагрузку на преподавателей; изменение учебного процесса. Обеспечение исследовательских инструментов также возможно на рынках технологических инноваций – образовательного программного обеспечения, систем управления учебным контентом, образовательных платформ, программных решений для on-line образования (Migo/Free Online Collaborative Whiteboard Platform, Mind, Zoom), интерактивных дисплеев, инструментов виртуализации.

7. Возможности. Онлайн-обучение имеет такие преимущества, как гибкость (возможность обучаться в любое время, в любом месте, без отрыва от основной деятельности) [10], интерактивность (индивидуальный подход, экспертная помощь) [11], самостоятельная скорость (возможность обучаться в своем темпе, реализовать обучение в спокойной обстановке) [1] и другие возможности, такие как доступность учебных материалов, более низкая стоимость дистанционного образования. Ситуация вынуждает проводить глобальные эксперименты с дистанционным обучением. Есть много индикаторов того, что этот кризис изменит многие аспекты жизни. Университеты участвуют в создании нового рынка услуг образования, и чем дольше длится пандемия, тем больше вероятность того, что онлайн-обучение станет общепринятым способом обучения.

Авторами выделено три активных участника образовательного процесса, которых в первую очередь затрагивают кризисные явления. Это – администрация вузов, преподаватели, студенты:

1. Администрация вузов. Образовательные on-line технологии смягчили воздействие пандемии на образование. Однако, переход университетов к системному онлайн-образованию сомнителен, так как эти процессы не имели надлежащего планирования, разработки учебных планов, проведения и оценки учебных программ на основании определенных образовательных моделей. Пришлось в срочном порядке решать вопросы, связанные с обеспечением образовательных процессов, использованием платформ, работы соответствующих подразделений.

Элементы онлайн-обучения основаны на технологиях и напрямую зависят от качества связи, предоставляемой интернет-провайдерами. Образовательные учреждения могут сотрудничать с телекоммуникационной отраслью, чтобы либо субсидировать стоимость подписки на Интернет, либо предоставлять бесплатный доступ студентам и преподавателям к необходимым ресурсам. Необходимо учитывать и специфику системы оценки знаний, которая должна быть беспристрастна и справедлива, свободна от плагиата и академического мошенничества. Создание такой системы потребует дополнительных инвестиций в будущем, поскольку система образования подвержена внешним угрозам [7].

Еще одним примером кризисного реагирования является приобретение новых и дополнительных лицензий в связи с резким увеличением числа пользователей, которые одновременно будут пользоваться электронными платформами и учебными инструментами. Таким образом, реакцию в ответ на кризис, вызванный пандемией, не следует приравнивать к эффективному онлайн-образованию или цифровой трансформации университетов, а следует рассматривать в качестве «пускового механизма» применения платформ дистанционного обучения в чрезвычайных ситуациях.

Еще одна проблема, которая требует административного решения – проблема цифровой грамотности. Цифровая грамотность (digital fluency) определяется набором знаний и умений, которые необходимы для безопасного и эффективного использования цифровых технологий и ресурсов Интернета. В основе цифровой грамотности лежат цифровые компетенции (digital competencies) – способность решать разнообразные задачи в области использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ): использовать и создавать контент при помощи цифровых технологий, включая поиск и обмен информацией, ответы на вопросы, взаимодействие с другими людьми и компьютерное программирование [3]. Встает вопрос: какие действия необходимо предпринять администрации, чтобы повысить уровень цифровой компетенции, в первую очередь – преподавателей.

2. Преподаватели. Не все педагоги знакомы с виртуальными классами и возможностями образовательных платформ. Существует цифровая пропасть между теми, кто никогда не использовал базовое аудиовизуальное оборудование и полагается лишь на классные доски, и более молодыми педагогами,

которые знакомы с новыми технологиями и используют их. Многие преподаватели не обучены созданию мультимедийных презентаций со сложной нотацией и графикой.

Вынужденное применение онлайн-обучения определенно приведет к ситуациям, когда студенты и педагоги привыкнут к использованию технологических устройств и инструментов в образовательном процессе и будут работать вне стен университета. Реализация технических решений должна учитывать возможности создания виртуального рабочего места [12]. Вторжение посторонних людей и домашних животных в трансляцию учебного занятия может создавать определенные проблемы. Его можно свести к минимуму или полностью исключить, создав персонифицированное рабочее место – отдельную студию / библиотеку онлайн-обучения, где такое вторжение ограничено. Либо, как делают многие зарубежные университеты, интегрировать домашнюю среду в учебный процесс, не требуя от профессора «переодеваний», «закрытых пространств» и «безмолвствующих соседей», фактически, развивая камерность, коммуникационную доступность и демократическую атмосферу в аудиторной среде. Еще одной педагогической задачей становится помощь учащимся увидеть ценности обучения и разъяснить интеграцию on-line и традиционного очного обучения [11].

3. Студенты. Студенты также сталкиваются с рядом проблем. Обязательство придерживаться университетского учебного плана вынуждает их завершить курс, а не откладывать обучение на неопределенный срок. Но в сети они не чувствуют себя в группе сверстников и могут не ощущать конкуренции, снижать образовательную планку.

Еще одна проблема связана с потерей внимания, поскольку студенты во время посещения онлайн-лекций могут заниматься различными вещами: выполнять задания для других занятий, проверять электронную почту, переписываться с друзьями и просматривать Интернет. И это – еще одна из причин возможного снижения уровня обучения. В связи с этим, многие авторы отмечают угрозу, связанную с негативными последствиями для успеваемости студентов [5, 6, 9, 13]. На успеваемость студентов могут также повлиять экономические и ресурсные различия университетов и тот факт, что большая часть преподавателей оказалась не готова эффективно работать в удаленном режиме.

Одним из важнейших вопросов становится разработка методов обучения, вовлеченности студенческой аудитории в образовательный процесс, которые напрямую влияют на качество образования. Для наработки такого инструментария были предложены обучающие мероприятия в рамках конференции #Молодые_Инженеры и последующая их оценка, выполняемые в рамках гранта ФА «Росмолодежь».

Кейс «Новые возможности дистанционного формата»

30 июля 2020 года состоялась первая конференция сообщества #Молодые_Инженеры – неформального сообщества студентов и молодых специалистов топливно-энергетического и минерально-сырьевого комплексов. Первая конференция #Молодые_Инженеры ТЭК объединила порядка 200 активистов из 43 регионов России, представляющих 46 компаний ТЭК и 89 вузов [2]. Представителям сообщества молодых инженеров было предложено принять участие в обучающих мероприятиях – мастер-классах, посвященных командной работе, оценке бизнес-проектов и лидерству. В исследовании участвовали в основном молодые специалисты компаний (рис. 1).

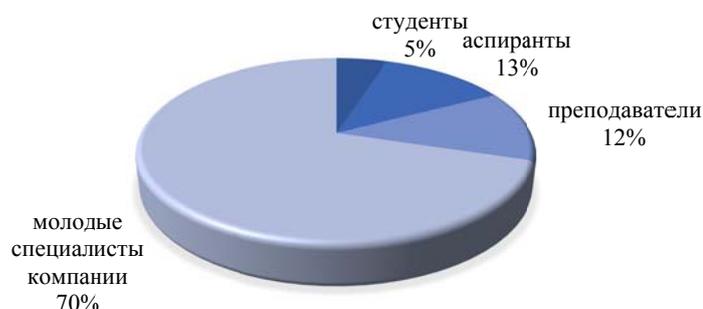


Рис. 1. Распределение участников конференции

Одним из мероприятий обучающего формата была стратегическая сессия по формированию дорожной карты. Межуниверситетская команда преподавателей начала работу с аудиторией молодых специалистов с проведения стратегической сессии в режиме on-line в среде Zoom. Все участники были разбиты на группы до 15 человек. При проведении использовали доску Miro. В качестве модераторов работали два преподавателя в группе.

Для реализации дистанционного взаимодействия в новом формате была составлена пошаговая программа, определены правила и процедуры работы модераторов; составлены анкеты и протоколы сессий, а также подготовлена процедура на доске Miro. По окончании анкеты были разосланы всем участникам конференции. Вопросы касались проведения и формата конференции, они диагностировали мнение о реализации мероприятия, действенности инструментов и методов, относящихся к дистанционному обучению. В дальнейшем было проведено интервью со специалистами в области образования.

Опросная форма состояла из двенадцати вопросов, сгруппированных по трем исследовательским блокам: оценка конференции; оценка применения виртуальных инструментов в обучающем процессе; эффективность обучающих мероприятий.

Из структуры участников по статусу конференции, которые приняли участие в исследовании, все участники имели опыт традиционного обучения, большая их часть представлена молодыми специалистами компаний ТЭК и МСК (рис. 1). Все опрошенные высоко оценили организацию конференции в целом и ее пользу для профессионального развития (рис. 2). 79% участников конференции подтвердили получение новых знаний и навыков (рис. 3), а 90% не пользовались ранее виртуальными инструментами (рис. 4) при проведении обучающих мероприятий.

Для большинства опыт оказался положительным, хотя и несколько неожиданным. На вопрос относительно удовлетворенности применением виртуальных технологий в образовательном процессе ответы распределились следующим образом:

- да (удовлетворен) – 87%;
- в целом «да», но нужно больше опыта – 6%;
- в целом «да», но было бы лучше заранее ознакомиться с применяемыми инструментами – 4%;
- пока не понял, это необычный опыт – 2%;
- нет (не удовлетворен) – 1%.

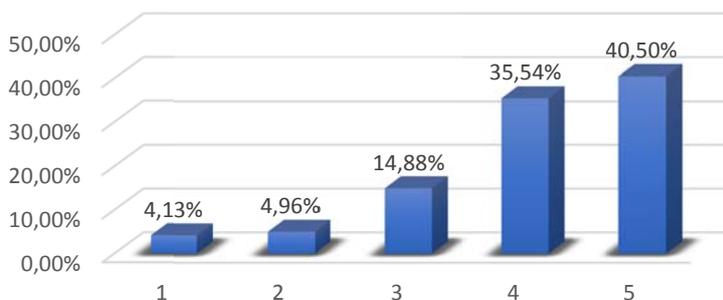


Рис. 2. Оценка эффективности мероприятия для профессионального развития

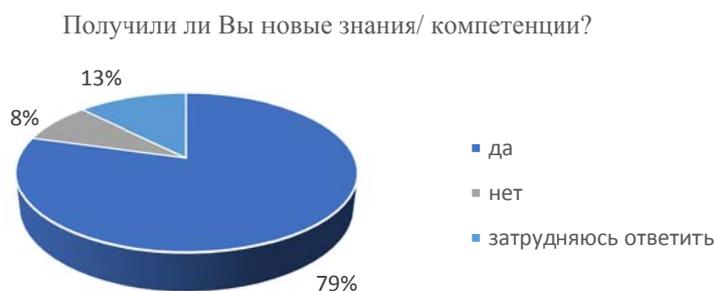


Рис. 3. Оценка участников относительно получения новых знаний и компетенций

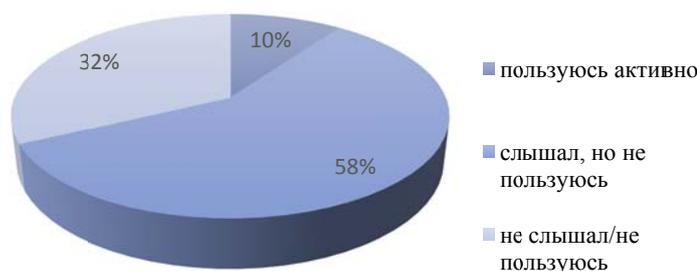


Рис. 4. Предшествующий опыт применения виртуальных инструментов

Этот эксперимент представляет собой лишь предварительное исследование. Ограничения связаны с информацией, содержащейся в официальных документах, и небольшой выборкой. Для более глобальных выводов необходима дополнительная информация, которая может быть получена путем наблюдения за практикой проведения подобного рода обучающих мероприятий в дальнейшем.

Заключение

Прямо сейчас в виртуальных аудиториях проходит эксперимент, поставленный самой жизнью. Учебная программа и содержание курса пересматриваются непосредственно во время занятий. Администрации университетов позволяют преподавателям формировать свои собственные курсы, которые создаются в кратчайшие сроки. Пока еще наработан серьезный методический и педагогический опыт работы в виртуальном поле. Несмотря на внезапный переход преподавания на онлайн-платформы, сегодня становится очевидным, что онлайн-обучение станет устойчивым трендом при условии, что проблемы, с которыми сталкиваются преподаватели и студенты, будут формализованы, решены и преобразованы в возможности гибридного образования.

На основании информации, полученной от участников конференции, можно сделать вывод, что необходимо адаптироваться к обучению в on-line среде, экспериментируя и используя различные подходы. Для этого нужен доступ к технологиям, необходимым для участия в высококачественном удаленном обучении. Также важно проявлять некоторую гибкость в адаптации учебного материала, не боясь экспериментировать с новыми форматами.

Очевидна необходимость дополнительных исследований. Однако информация, которая собрана в этом исследовании, подчеркивает необходимость сотрудничества между заинтересованными сторонами – администрацией университетов, педагогами и обучающимися. Необходима гибкость в изменении подходов к обучению, поддержка в доступе к необходимым технологиям и профессиональному развитию, а также готовность признать, что университеты, возможно, никогда не вернуться к прежнему образу жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Себрант А. Технологическая революция на фоне пандемии: что это значит для образования. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.finam.ru/analysis/newsitem/andrey-sebrant-o-technologicheskoiy-revolyuicii-v-usloviyax-pandemii-20200713-15580> (дата обращения 09.09.2020).
2. Новости Фонда образовательных проектов Надежная смена. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fondsmena.ru/news/1944> (дата обращения 11.09.2020).
3. Обучение цифровым навыкам: глобальные вызовы и передовые практики. Аналитический отчет к III Международной конференции «Больше чем обучение: как развивать цифровые навыки». М.: АНО ДПО «Корпоративный университет Сбербанка», 2018. 122 с.
4. Сидорина Т.Ю. Парадоксы кризисного сознания. М., 2002.
5. Уроки «Стресс-теста»: вузы в условиях пандемии и после нее. Аналитический доклад. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://fgosvo.ru/uploadfiles/lesson_stress_test.pdf (дата обращения 11.09.2020).
6. Adedoyin O., Soykan E. Covid-19 pandemic and online learning: the challenges and opportunities // Interactive Learning Environments. 2020. P. 1-13. DOI: 10.1080/10494820.2020.1813180
7. Bozkurt A., Sharma R.C. Emergency remote teaching in a time of global crisis due to CoronaVirus pandemic // Asian Journal of Distance Education. 2020. № 15 (1).

8. *Smedley J.* Modelling the impact of knowledge management using technology. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/220438594_Modelling_the_impact_of_knowledge_management_using_technology (дата обращения 11.09.2020).
9. *Leszczynski A.* Digital methods II: Digital-visual methods. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/326511982_Digital_methods_II_Digital-visual_methods (дата обращения 11.09.2020).
10. *Osterlind J.* Constructing test items: Multiple-Choice, constructed-Response. Performance and Other format. New York: Kluwer Academic Publishers, 2002.
11. Policy Brief: Education during COVID-19 and beyond. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.researchgate.net/sg_policy_brief_covid-19_and_education_august_2020.pdf (дата обращения 11.09.2020).
12. Education in a post COVID-19 world: Nine ideas for action. UNESCO, International Commission on the Futures of Education, 2020.
13. The COVID-19 Pandemic: Shocks to Education and Policy responses. Washington, DC: World Bank, 2020.

Степанов С.П.

ПРОЦЕСС ОБРАЗОВАНИЯ ФЕМИНИТИВОВ КАК СФЕРА БОРЬБЫ ЗА РАВЕНСТВО ПОЛОВ

Аннотация. Предметом рассмотрения в настоящей статье является многоаспектное явление, которое можно назвать нарастанием средств выражения фемининности в речи современника. Это явление реализуется посредством грамматических механизмов (нарушений в области грамматического согласования), а также явно прослеживается на уровне словообразовательного процесса, состоящего в появлении новых феминитивов и широком их употреблении в речи современника. Выясняется, что само создание новых лексических единиц для обозначения женщин часто приводит к весьма неоднозначной новой ситуации: значительная часть самих этих феминитивов являются ущемленными по сравнению с номинациями мужского рода в стилистическом отношении в силу наличия у них разговорной окраски и сниженной оценочности (авторка, депутатка, пресс-секретарша). Обильно представленные в речи современника феминитивы позволяют увидеть две разнонаправленные тенденции, если само создание и употребление этих феминитивов рассматривать как проявление борьбы за равенство полов, по крайней мере, той борьбы, которая осуществляется в рамках речевой практики и ее средствами. С одной стороны, в речевой практике современника имеется стремление выразить фемининность, что приводит к росту частотности употребления старых феминитивов и к появлению новых (пилотесса, водительница, адвокатесса). С другой стороны, номинациями, равноправными с номинациями мужского рода (то есть нейтральными наименованиями женщины – носителя той или иной специальности), они вряд ли станут в обозримой перспективе.

Ключевые слова. Феминитивы, дискурс современника, бинарная оппозиция, маркированный член оппозиции, равенство полов, пейоративность.

Stepanov S.P.

THE PROCESS OF THE FEMINITIVES FORMATION AS A SPHERE OF STRUGGLE FOR GENDER EQUALITY

Abstract. The subject of this article is a multidimensional phenomenon that can be described as the growth of means of expressing femininity in the speech of a contemporary. This phenomenon is realized through grammatical mechanisms (violations in the field of grammatical agreement), and can also be clearly seen in the word-formation process, which consists in the appearance of new feminitives and their wide use in the speech of a contemporary. It turns out that the very creation of new lexical units for women often leads to a very ambiguous new situation: a significant part of these feminitives themselves are defective in comparison with masculine nouns in stylistic terms due to their being colloquial and pejorative. Abundantly represented in the contemporary's speech, the feminitives allow one to see two opposite trends, if the creation and use of these feminitives is to be considered as a manifestation of the struggle for gender equality, at least in the struggle that is going on in peoples' speech and is carried out by its means. On the one hand, in the

ГРНТИ 16.21.61

© Степанов С.П., 2020

Сергей Павлович Степанов – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка и литературы Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: 8 (812) 310-47-40. E-mail: stepanov.s@unecon.ru.

Статья поступила в редакцию 20.09.2020.

speech of a contemporary there is a desire to express femininity, which leads to an increase in the frequency of using old feminines and to the appearance of new ones. On the other hand, they are unlikely to become words that are equal to grammatically masculine nouns in the foreseeable future.

Keywords. *Femininity, contemporary discourse, binary opposition, the marked member of the opposition, equality of the sexes, pejorativeness.*

Введение

Процесс увеличения количества феминитивов и рост частотности их употребления в речевой практике современника, эмпирически вполне доступный среднему носителю русского языка, можно рассматривать в более широком лингвофилософском контексте, а именно как вопрос о соотношении между внеязыковой реальностью и ее отражением в языковых формах. Разные факторы, приводящие к повышению статуса женщин и их растущему участию в производственной и общественной жизни, неоднократно становились предметом изучения [3, 13, 14, 16]. Исследователи, которые видят языковое проявление такого роста в появлении так называемых феминитивов, также обращали внимание на это явление в структурно-словообразовательном [2, 7] и прагматическом аспекте [11].

Методический подход к исследованию

Приходится признать, что на протяжении последних десятилетий, по не вполне понятным причинам, которые, скорее всего, носят экстралингвистический характер, время от времени в речевой практике носителей русского языка активизируются либо проявления фемининности языковых форм, когда в качестве предмета речи говорящего выступает женщина, либо недовольство говорящего чрезмерным проявлением фемининности. Сами эти языковые формы включают в себя как явления, относящиеся к области словообразования, так и область грамматики в более широком понимании этого слова, а именно грамматическое согласование. В данном случае речь пойдет об этом широком явлении только в аспекте лексики и словообразования. Более конкретно, предметом исследования в настоящей статье являются выразительные возможности в особенности новых феминитивов; понятно, что сами эти возможности реализуются в речевой практике социума. Именно эта речевая практика служит источником рассматриваемого в статье материала.

Результаты и их обсуждение

Что касается выразительных возможностей возникающих феминитивов, то эти возможности могут быть связаны с разного рода семантическими и стилистическими сдвигами, сопровождающими возникновение новых номинаций. Понятно, что коммуникативный эффект использования феминитивов прямо связан с этими сдвигами. Размышляя о недостаточной степени выражения фемининности, в качестве отправной точки можно обратиться к наблюдениям, которые делает на данный счет Феликс Сорокин, писатель и главный герой романа братьев Стругацких «Хромая судьба» [10], человек, насколько можно судить, весьма близкий в биографическом и человеческом плане к авторам данной книги. Повествование в романе идет от первого лица, то есть от самого Феликса Сорокина:

«Мне нравятся такие повороты. Редакторам вот не нравятся, а мне нравятся. Это вам не бурный романчик между женатым начальником главка и **замужним технологом** на фоне кипящего металла и невыполнения плана по литью <...> И всегда получалась лажа, и между прочим, не только у нашего брата – советского писателя. Вон и у Хемингуэя высмеян бедняга халтурщик, который пишет роман о забастовке на текстильной фабрике и тщится совместить проблемы профсоюзной работы со страстью к молодой еврейке-агитатору. **Замужний технолог**, еврейка-агитатор... Язык человеческий протестует против таких сочетаний, когда речь идет об отношениях между мужчиной и женщиной. "Молодая пешеход добежал до переход..."» [10, с. 128-129]. (Здесь и во всех следующих цитатах полужирный шрифт наш. – С.С.)

Выскажем предположение относительно того, что именно вызывает возмущение писателя Сорокина в выражении «замужний технолог», почему «язык человеческий протестует против таких сочетаний». Вероятно, причиной его недовольства является недостаточно выпуклое, явное выражение фемининности той женщины, которая названа «**замужним технологом**». Можно предложить и объяснение того, почему оно выступает как недостаточное: в цитируемом отрывке мы имеем дело не с должност-

ной инструкцией, в которой описываются обязанности технолога, будь это мужчина или женщина. Напротив, в нем «речь идет об отношениях между мужчиной и женщиной», о любовной связи, что, с точки зрения Ф. Сорокина, требует явного выражения фемининности данного «технолога». Разделяя данную оценку, заметим, однако, что профессиональный писатель Сорокин уклоняется от того, чтобы дать практическую рекомендацию относительно тех языковых средств, которыми эту проблему можно было бы решить.

Приведем еще один пример. В биографии Александра Павловича Чудакова (1938-2005), известного литературоведа, имеется такая строчка: «Вдова – литературовед и общественный деятель Мариэтта Чудакова» (цит. по: https://ru.wikipedia.org/wiki/Чудаков,_Александр_Павлович). Данная формулировка не вызывает вопросов, но несколько лет назад, в предыдущей версии биографии А.П. Чудакова на том же сайте, на месте данной фразы был другой текст, а именно: «Был женат на литературоведе и общественном деятеле Мариэтте Чудаковой». Полагаем, что замена старой формулировки на новую – результат той же недостаточно явно выраженной фемининности в хронологически первом варианте, что и в ситуации с «замужним технологом»: фраза «был женат на литературоведе и общественном деятеле...» вызывает у читателя дискомфорт, поскольку обе эти номинативные единицы – и «литературовед», и «общественный деятель» – могут обозначать и мужчину, и женщину.

Представляется, что пути решения этой проблемы – ошущаемого говорящим недостаточного выражения фемининности при использовании номинаций мужского рода применительно к женщине – могут быть разными. При этом, речь может идти одновременно о путях решения и для говорящего, и для языка: представляет интерес то, какими существующими языковыми средствами пользуется в такой ситуации говорящий, но равным образом интересно и то, какие способы решения данной коммуникативной трудности предлагает язык, то есть как сам язык реагирует на возникновение такой коммуникативной проблемы. В качестве примера можно обратиться к одной ситуации подобного рода, с которой несколько десятилетий назад столкнулись англоговорящие страны. Там в течение длительного времени существовало слово *poliseman*, то есть полицейский. Однако появление в полиции женщин привело к тому, что, по мере осознания данной трудности говорящими (слово *man* женщину означать не может), слово *poliseman* постепенно было заменено номинацией *police officer*, которая может использоваться в том числе для обозначения женщин.

«Женскость», принадлежность к женскому полу того, кто стоит за **номинацией** мужского рода, может быть выражена лексически, например, так, как это делает С. Довлатов в «Заповеднике»: «В двенадцать подъехали к Луге. Остановились на вокзальной площади. **Девушка-экскурсовод** сменила возвышенный тон на более земной...» [4, с. 327]. Тот же способ конкретизации пола того, кто обозначен существительным мужского рода, можно видеть в следующем газетном заголовке: «В Бразилии **мужчина-модель** умер на подиуме». Разница по сравнению с предыдущей ситуацией заключается в следующем: слово «модель» применительно к миру моды (а не, скажем, техники) обычно указывает на женщину, так что в данном случае требуется указать на маскулинность, а не на фемининность модели, но способ конкретизации такой же, как у С. Довлатова, – лексический.

Второй способ – создание так называемого феминитива, то есть существительного женского рода, парного по отношению к уже существующему слову мужского рода: официант – официантка, лаборант – лаборантка, продавец-продавщица и т.п. Феминитивы давно существуют и прочно обосновались в русском языке, но в настоящее время наблюдается рост их количества. Речь современника (в широком понимании данного слова) дает немало возможностей в этом убедиться. Начать, вероятно, следует, с многочисленных феминитивов, которые новыми не являются: «По теплой пыли в Коктебеле бегали собаки. Марья Николаевна, **петербуржка**, некогда певица, принадлежала к питерской аристократии, она была сестрой «Таты» – жены директора питерского Эрмитажа Орбели» [8, с. 45].

Другие примеры той же группы: москвичка, ленинградка, хабаровчанка, омичка, киевлянка, жительница, работница, крестьянка, преподавательница, мороженщица и т.п. Ни об одном из этих слов нельзя сказать, что оно наделено функционально-стилистической или оценочной окраской, тем самым данные номинации выступают в качестве нейтральных обозначений женщин по профессии или месту жительства. Другую ситуацию можно видеть в следующем примере. В фильме ленинградского режиссера Виталия Мельникова «Семь невест ефрейтора Збруева» (1970) есть сцена: ефрейтор приезжает в город с вымышленным названием Краснопрядск, центр текстильной промышленности, и на вокзале слышит объявление: «Дорогие девушки! Добро пожаловать в наш город! В нашем городе нужны

прядильщицы, мотальщицы, крутильщицы, аппретурщицы, правильщицы, красильщицы, от-дельщицы... и каландровщицы. Обращайтесь в отдел кадров комбината».

Притом что выделенные феминитивы не наделены разговорной стилистической окраской и вполне могли бы фигурировать в классификаторе профессий, вряд ли их использование может восприниматься как достижение в области борьбы за равенство полов: все приведенные номинации обозначают рабочие профессии, тяжелые и непривлекательные и для мужчин, и для женщин. Иначе говоря, язык предлагает говорящему номинативные единицы, выражающие фемининность, не ущемленные стилистически и образующие номинации, парные по отношению к словам мужского рода (прядильщик, мотальщик и пр.), но средством выражения женского равноправия эти слова быть не могут. (Если рассматривать, предположим, разные номинации, позволяющие говорить о враче, – врач, лекарь, коновал, эскулап, докторишка или «клизтирная трубка», как выражается один из персонажей М. Зощенко, то только слово «врач» выступает как слово, не ущемленное стилистически, поскольку все остальные имеют в своем лексическом значении отрицательную коннотацию разной степени.)

А это наводит на мысль о том, что появление и использование в речи феминитивов имеет, помимо чисто лингвистического измерения, еще и измерение социальное: от каких номинаций, обозначающих профессии, сферы деятельности, статус человека, образуются в дискурсе современника наименования женского рода? Преимущественно от тех, которые обозначают занятия интеллектуальные, (потенциально) хорошо оплачиваемые и, следовательно, престижные. Что и демонстрирует значительная часть следующих примеров.

- «Грузинское имя предвещало телесную силу и буйство эмоций. Тем более что владелицей Резо оказалась **журналистка** из соседней эстонской газеты – миловидная Анечка Паю» [5, с. 226].
- В устной речи профессионального литератора В. Шендеровича – **юристка, театроведка**.
- В устной речи на «Эхе Москвы»: «Тони Моррисон – нобелевская **лауреатка**».
- Газетный заголовок: «Титул “Мисс США 2019” завоевала **юристка**».
- Заголовок публикации в Интернете: «Как популярные модели и **блогерши** выглядят в реальной жизни?»
- «Единственная на Урале **пилотесса** победила в соревновании тепловых аэростатов» – гласит заголовок статьи в «Российской газете». Там же чуть ниже имеется такой текст: «Лавры первенства сорвала единственная на Урале **пилотесса** из Кунгура Марина Удот. Небесный стаж у девушки относительно небольшой: Марина "летает" с мая 2009-го, и в ее копилке уже несколько призовых кубков...» (цит. по: <https://rg.ru/2010/10/25/reg-ural/aero-anons.html>).
- «**Депутатка** Елена Шуляк... поделилась с прессой уверенностью: президент не отпустит премьер» (цит. по: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/01/17/83491-zagogulina-goncharuka>).
- «Интрига в том, что и у Порошенко, и у Тимошенко есть в резерве примерно 5%. У действующего президента это административный ресурс, у **экс-премьерши** – не охваченные социологами жители маленьких городков. А вот у комедийного актера и шоу-бизнесмена ситуация обратная: многие его избиратели не склонны ходить на участки» (цит. по: <https://echo.msk.ru/blog/openmedia/2397883-echo>).
- «Зоркая **космонавтка** Серова видела украинские снаряды невооруженным глазом» (цит. по: https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=RXagXnBeyRU&feature=emb_logo).

Следует отметить, что номинации женского рода, образованные от номинаций мужского, не всегда обозначают специальность или сферу деятельности и, следовательно, не всегда образуют с ними смысловую пару. Пример можно видеть в следующей цитате из чеховского рассказа «Жалобная книга»: «**Жандармиха** ездила вчера с буфетчиком Костькой за реку. Желаем всего наилучшего. Не унывай, жандарм!» [12, т. 2, с. 359]. Слово «жандармиха», образованное от слова «жандарм», не является смысловой парой к этому слову, поскольку жандармиха – это не жандарм женского пола, а жена жандарма. См. также [6]. Аналогичным образом «**генеральша** Шевелицина», к которой направляется «фортепианный настройщик Муркин» из другого чеховского рассказа «Сапоги», – это не женщина-генерал, а жена или вдова генерала [12, т. 4, с. 9].

Можно привести и другие номинации женского рода, более позднего времени образования, у которых также наблюдается смысловой сдвиг: во фразе, с которой школьник обращается к однокласс-

никам («Ура, английского не будет: англичанка заболела!»), слово «англичанка» означает не национальность женщины, но указывает на то, что она преподает английский язык. Аналогичным образом школьники, а, может быть, и их родители, используют слова «француженка» и «немка». Кроме того, данные номинации – жандармиха, генеральша, англичанка, француженка, немка (в описанных выше значениях) – помимо указанного смыслового сдвига, характеризуются также сильной разговорной окраской. Стоит обратить внимание на то, что если понимать смысл слова «феминитив» широко, то есть рассматривать его как номинацию женщины через ее отношение – любое – к мужчине, то пейоративность, уничижительность некоторых таких форм легко увидеть, а сами эти формы существуют в русском языке не одно столетие.

Приведем пример. Персонаж рассказа А.Т. Аверченко «Сплетня» из сборника «Рассказы (юмористические)» (1910-1911) описывает свое утреннее купание так: «Купался я сегодня, Ниткин, утром и смотрю – из женской купальни наша **членша Тарасиха** выплывает... Ну, думаю, увидит меня да мужу скажет...» [1, с. 92]. Ранее читатель узнаёт, что женщина, названная таким образом, – это жена «нашего члена таможни» и что его фамилия Тарасов. Источник пейоративности выделенных нами слов состоит в том, что женщина определяется ими исключительно через ее отношение к мужчине и выступает поэтому как нечто несамостоятельное, зависимое и второстепенное.

В тех ситуациях, когда наличествуют оба наименования – и слово мужского рода, и слово женского, обозначающие принадлежность к одной и той же профессии, они, как правило, наделены разным стилистическим статусом: номинация мужского рода представляет собой слово нейтральное, лишённое стилистической и эмоционально-экспрессивной окраски, тогда как соответствующее слово женского рода является словом разговорным (лаборантка, учительница, продавщица, кассирша, журналистка, депутатка, экс-премьерша и т.п.) и, следовательно, неупотребимым в официально-деловом стиле, скажем, в тексте трудовой книжки или должностной инструкции. Если рассматривать каждую такую пару номинативных единиц в качестве бинарной оппозиции [15, с. 144], то окажется, что слово женского рода – маркированный член, поскольку обозначает только женщину, а слово мужского рода – член немаркированный, и по этой причине у него может развиваться значение противоположного члена оппозиции, то есть он может обозначать не только мужчину, но и женщину.

Данное соображение подтверждается многочисленными примерами из речевой практики современника: грамматист Авдеева, преподаватель английской фонетики Вольская, кассир Толстоногова, продавец-консультант Сулопарова, ректор Шестеперова и пр., в каждом из которых присутствует уважительное отношение к упомянутым женщинам, хотя профессия каждой обозначена словом мужского рода. Маркированность номинаций женского рода, которая проявляется в наличии у них стилистической и эмоционально-смысловой окраски, в полной мере относится к приведенным выше примерам из речи нашего современника: петербуржка, журналистка, юристка, театроведка, лауреатка, пилотесса, филологиня, докторица (как пренебрежительно выразился в неофициальной ситуации профессор-мужчина по поводу женщины, обладателя докторской степени).

Поэтому совершенно не удивительно, что именно такого рода феминитивы, в том числе представляющие собой окказионализмы, используются говорящими как средство выражения иронии и сарказма по отношению к некоторым событиям/ явлениям, связанным с темой равенства полов, либо по отношению к конкретным женщинам, заслуживающим, по мнению говорящего, иронии и сарказма. В качестве примера рассмотрим комментарий, который всякий желающий может услышать в сотом выпуске программы «Такие новости», которая выходит на радио «Свобода» и присутствует на YouTube как видеофайл (кстати, постоянная ведущая и автор текста данной программы – молодая женщина по имени Марина Мизинова, что также следует иметь в виду, оценивая следующую цитату):

«На этой неделе газета “Ведомости” сообщила, что в Государственной Думе планируют назначить спецпредставителя по вопросам гендерного равенства для борьбы с сексизмом и всем таким. “Ведомости” не сообщают, кто стал **авторкой** инициативки, но уже известно, что **спецпредставителкой** будет назначена **депутатка** Оксана Пушкина. Да, та самая ведущая, теперь она в “Единой России”» (цит. по: <https://www.youtube.com/watch?v=A4V60TGoZW8>).

Можно только гадать о том, будут ли довольны активные сторонники использования феминитивов такими окказионализмами, как **авторка**, **спецпредставителка**, **депутатка**. Полагаем, что не будут,

поскольку в данном случае феминитивы – есть инструмент иронии и явного подтрунивания над этим депутатом, способ высмеивания его поведения, его инициатив и пр.

Приведем еще один пример, на этот раз из речи известного журналиста Евгения Киселева, в котором он высказывается по поводу не менее известной Марии Захаровой: «Между прочим, **приблатненный** вокабуляр, которым регулярно пользуется **мидовская пресс-секретарша** (чего стоит один лишь ее недавний перл «отпентагонят и бросят», которым она пыталась уесть американское военное ведомство), является, на мой вкус, одним из самых ярких свидетельств деградации российской дипломатии. Могут ли люди постарше, помнящие на посту спикера МИДа покойного Геннадия Герасимова или, скажем, Сергея Ястржембского, представить, чтобы они изъяснялись таким образом?» (цит. по: https://vk.com/wall-60556804_1959702). Приведенный отрывок не оставляет сомнений в том, что феминитив «пресс-секретарша» (в сочетании с жаргонизмом «приблатненный» и прилагательным «мидовская», которое наделено сниженной, разговорной окраской) выбран говорящим не случайно и выполняет важную коммуникативную функцию – выражает неприятие говорящим данного персонажа, его речевой манеры, его ценностной ориентации и пр.

В данном случае (и в других аналогичных) речь не идет о том, кто прав и кто не прав в человеческом и политическом смысле – М. Захарова или Е. Киселев, а только о том, что если говорящий стремится выразить неприятие женщины, носителя определенной специальности либо обладателя определенного статуса, то имеется немало феминитивов (и сопутствующих им языковых средств), которые такое неприятие способны выражать. Заметим, кстати, что и Валентину Терешкову после ее известной инициативы от 10 марта 2020 года по поводу обнуления количества президентских сроков в СМИ и в интернет-пространстве все чаще называют не «космонавтом» и не «женщиной-космонавтом» (ср. «девушка-экскурсовод»), а именно «космонавткой», и такой выбор лексической единицы также не представляется случайным.

Заключение

Подведем итоги. Обильно представленные в речи современника феминитивы позволяют увидеть две разнонаправленные тенденции, если само создание и употребление этих феминитивов рассматривать как проявление борьбы за равенство полов, по крайней мере, той борьбы, которая осуществляется в рамках речевой практики и ее средствами. С одной стороны, их растущее количество свидетельствует о стремлении некоторого количества говорящих более выпукло, зримо, явно выражать фемининность женщин – носителей определенных профессий. С другой стороны, значительная часть самих этих феминитивов являются ущемленными по сравнению с номинациями мужского рода в стилистическом отношении в силу наличия у них разговорной окраски и сниженной оценочности.

Крайняя форма этой ущемленности наблюдается у некоторых феминитивов-окказионализмов, которые ничего, кроме смеха, не вызывают (авторка, редакторка (см.: https://doxajournal.ru/uni/community_service_experience), телепродюсерка, дизайнерка, депутатка, водительница), а потому номинациями, равноправными с существительными мужского рода (то есть **нейтральными** наименованиями женщины – носителя той или иной специальности), они вряд ли станут в обозримой перспективе. Заметим, что аналогичную реакцию вызывают и некоторые окказиональные номинации мужского рода: скажем, слово «медбрат», возникшее как аналог слова «медсестра», или существительное, входящее в название советского фильма для детей «Усатый нянь» (1977).

Таким образом, с одной стороны, в речевой практике современника имеется стремление выражать фемининность, что приводит к росту частотности употребления старых феминитивов и к появлению новых (пилотесса, водительница, адвокатесса) [9]. С другой стороны, упомянутая тенденция сталкивается с другим явлением, которое не позволяет значительному числу феминитивов образовывать полноценные смысловые пары с соответствующими номинациями мужского рода: сдвиг в значении (генерал-генеральша, жандарм-жандармиха), стилистическая окраска (лаборант-лаборантка, пешеход-пешеходка, кандидат-кандидатка), сниженная оценочная окраска (авторка, депутатка, пилотесса, адвокатесса). Скажем, вряд ли женщина, защитившая кандидатскую/докторскую диссертацию, захочет, чтобы ее называли «кандидатка/докторка наук». Равным образом, женщина, претендующая на пост президента, едва ли будет довольна, если ее будут называть «кандидаткой в президенты/кандидаткой в президентки».

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аверченко А.Т.* Чертово колесо. М.: Русская книга, 1994. 496 с.
2. *Гузаерова Р.Р.* Блоггер или блоггерша: русские феминитивы с формантом -ша в современном русском медиапространстве // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2019. Т. 161. № 5-6. С. 105-116.
3. *Гузаерова Р.Р., Косова В.А.* Специфика феминитивов в современном русском медиапространстве // Филология и культура. 2017. № 4 (50). С. 11-15.
4. *Довлатов С.Д.* Заповедник // Довлатов С.Д. Собрание прозы в трех томах. СПб.: Лимбус-пресс, 1993. Т. 1. С. 325-415.
5. *Довлатов С.Д.* Наши // Довлатов С.Д. Собрание прозы в трех томах. СПб.: Лимбус-пресс, 1993. Т. 2. С. 325-415.
6. *Ермакова О.П.* Где затерялись вдова с дочерью? // Русская речь. 2019. № 6. С. 73-81.
7. *Журавлева И.В., Журавлева П.А.* Опыт анализа феминитивов в современном русском языке (структурно-словообразовательный аспект) // Филологическое образование в 21 веке: проблемы и способы их решения. Сборник научных статей IX Международной научно-практической конференции, 2017. С. 119-123.
8. *Лимонов Э.В.* Книга воды. М.: Ад Маргинем, 2002. 318 с.
9. *Степанов С.П.* Стремление к выражению гендерного равноправия как разрушитель русской грамматики // Известия СПбГЭУ. 2016. № 2 (98). С. 90-94.
10. *Стругацкий А.Н., Стругацкий Б.Н.* Хромая судьба // Стругацкий А.Н., Стругацкий Б.Н. Хромая судьба. Хищные вещи века: фантастические повести. М.: Книга, 1990. С. 3-306.
11. *Федотова Т.В., Кулик И.В.* Парадигматика и прагматика феминитивов в русском и английском языках // Евразийский союз ученых. 2016. № 28-2. С. 67-69.
12. *Чехов А.П.* Полное собрание сочинений и писем в 30-ти томах. М.: Наука, 1974-1983.
13. *Hark S.* Gender – Merely a “Social Fact”? The Construction of Neo-Authoritarian Us/Them Dichotomies // Baltic worlds. 2017. № 3. P. 18-25.
14. *Hvenegård-Lassen K.* Disturbing Femininity // Culture unbound: Journal of current cultural research. 2013. № 2. P. 153-173.
15. *Jakobson R.* Crucial Questions of Linguistic Theory // Jakobson R. Selected writings. Vol. 7: Contributions to Comparative Mythology. Mouton Publishers, Berlin, NY, Amstredam, 1985.
16. *Ortlieb R., Sieben B.* Balls, Barbecues and Boxing: Contesting gender regimes at organizational social events // Organization Studies. 2017. № 1. P. 115-133.

Козьменко А.С.

**ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИЙ
ПРИ ТРАНСПОРТИРОВКЕ АРКТИЧЕСКОЙ НЕФТИ НА ВОСТОК**

Аннотация. В статье выполнен анализ ресурсной базы восточного направления транспортировки нефти «Заполярье (Ванкор) – Восточная Сибирь – Тихий океан», на основе этого анализа обоснована целесообразность наращивания экспорта нефти в Китай. Для выполнения этой задачи имеемых в основном в пределах Западно-Сибирской нефтегазоносной провинции запасов нефти будет недостаточно. Поэтому следует интенсивно вовлекать в экономический оборот нефтяные ресурсы Арктики, включая континентальный шельф, в частности, Карского моря.

Ключевые слова. «Восточная Сибирь – Тихий океан», «Восток ойл», арктическая нефть, энергетическая политика России на востоке.

Kozmenko A.S.

**SPATIAL ORGANIZATION OF COMMUNICATIONS
DURING TRANSPORTATION OF ARCTIC OIL TO THE EAST**

Abstract. The article analyzes the resource base of the eastern direction of oil transportation «Polar region (Vankor) – Eastern Siberia – Pacific Ocean», based on this analysis the expediency of increasing oil exports to China is substantiated. To accomplish this task, the oil reserves available mainly within the West Siberian oil and gas province will not be enough. Therefore, the oil resources of the Arctic, including the Kara Sea continental shelf, should be actively involved in the economic turnover.

Keywords. Eastern Siberia – Pacific Ocean, Vostok Oil, Arctic oil, Russia's energy policy in the East.

Введение

Энергетическая стратегия РФ на период до 2035 г. (ЭС–2035) [1], принятая в июне 2020 г., органично интегрируется в систему действующих в России стратегических планов и разработана в соответствии с действующими в стране порядком стратегического планирования [2] и Правилами разработки отраслевых документов стратегического планирования [3]. Это свидетельствует о том, что освоение энергетических ресурсов в нашей стране имеет реально государственное значение.

Учитывая значимость отечественной энергетики для обеспечения социально-экономического развития России, как в контексте снабжения производства и жизнедеятельности населения топливом и энергией, так и при формировании нефтегазовых доходов федерального бюджета, эта отрасль является неотъемлемой составляющей обеспечения национальной безопасности, а ЭС–2035 реализует в сфере энергетики положения основополагающих стратегий развития страны, таких как, прежде всего,

ГРНТИ 06.61.33

DOI: 10.24411/2311-3464-2020-10003

© Козьменко А.С., 2020

Арина Сергеевна Козьменко – младший научный сотрудник Института экономических проблем им. Г.П. Лузина Кольского научного центра РАН (г. Апатиты Мурманской области).

Контактные данные для связи с автором: 184209, г. Апатиты Мурманской обл., ул. Ферсмана, д. 24а (Russia, Apatity, Fersmana str., 24a). Тел.: +7 921 436-93-90. E-mail: fregat22@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 25.09.2020.

Стратегия национальной безопасности [4] и Стратегия пространственного развития России на период до 2025 г. [5], а также Указа Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года» [6]. Совокупность этих стратегических разработок, в свою очередь, определяет основы энергетической политики страны в пределах существующего (до 2035 г.) горизонта планирования.

Основные аспекты энергетической политики

Основные контуры российской энергетической политики планомерно оттачивались в течение прошедших 50-60 лет. За этот период, с открытия (1965 г.) и начала эксплуатации (1969 г.) крупнейшего в России Самотлорского нефтяного месторождения, то есть с получением так называемой «легкой нефти», постепенно сформировалась зависимость экономики России от нефтегазовых доходов. Наиболее интенсивно добыча на этом месторождении нарастала в 1970-е годы – от 110 млн тонн в 1976 г. до 158,9 млн тонн (пик годовой добычи) в 1980 г. Это – премиальная нефть марки Siberian Light (плотность API 36,5; содержание серы достаточно низкое 0,68–0,86), которая, как правило, входит в состав основной (83,5% от всего экспорта) российской марки Urals.

Этому способствовало и увеличение потребления энергетических ресурсов ведущими европейскими странами. В 1980-е годы добыча в среднем составляла до 110 млн тонн в год, в 1990-2010 гг. добыча снизилась до в среднем 22 млн тонн в год. К настоящему времени, из 3,5 млрд тонн извлекаемых запасов выработано 75%, в 2018 г. добыча составила 19,3 млн тонн.

В этот период к традиционным (военно-политическим) способам регулирования международных отношений с Западной (да и Восточной, несмотря на её вхождение в советский блок) Европой постепенно подключился нефтегазовый инструментарий: нефть и газ к концу XX века настолько органично имплементировались в повседневную жизнедеятельность европейцев, что превратились в неотъемлемый элемент обеспечения национальной безопасности Европы. В результате, сбой в снабжении энергоресурсами могли привести как к экономическим, так и к социальным коллизиям.

В структуре доходов федерального бюджета России нефтегазовые доходы составляют, в среднем за последние шесть (2014–2019 гг.) лет, 42,6% [7]. Россия последовательно удерживает лидирующие позиции на мировом рынке нефти и нефтепродуктов. В 2019 г. более 53% добычи приходилось на пятерку лидеров: США – 746,7; Россия – 568,1; Саудовская Аравия – 556,6; Канада – 274,9 и Ирак – 234,6 млн тонн [8, р. 16]. При этом, следует отметить, что максимум добычи в СССР (624 млн тонн) был достигнут в 1988 г., а в РСФСР – в 1983 г. (564,0 млн тонн), к последнему Россия приблизилась только в 2018 г. с уровнем добычи нефти в 563,3 млн тонн.

На эти же пять стран приходится (2019 г.) более 52% экспорта нефти (Саудовская Аравия – 358,4; Россия – 286,1; Ирак – 200,8; Канада – 197,0 и США – 137,7 млн тонн); 33% экспорта нефтепродуктов приходится на две страны: США и Россию – 251,1 и 164,6 млн тонн, соответственно. Россия также удерживает лидирующие позиции в экспорте нефти (более 29%) и нефтепродуктов (порядка 51%) в Европу и занимает вторую после Саудовской Аравии (83,3 млн тонн) позицию в экспорте сырой нефти в Китай (77,7 млн тонн или 15,3% от общего китайского импорта) [8, р. 29].

Поэтому в современных условиях преодоления последствий пандемии и ужесточения антироссийских санкций нефть и нефтепродукты остаются значимым, если не главным, инструментом Стратегии национальной безопасности Российской Федерации [4] в системе международных отношений, обеспечивающим реализацию этой стратегии и стратегии в сфере энергетики ЭС–2035 [1].

Европа традиционно является основным потребителем российских энергоресурсов. В структуре экспорта России (сырая нефть) лидирует Европа – 56%, далее идут страны АТР – 33%, в том числе Китай – 26% и Япония – 2,5%, страны СНГ – 7%. В структуре экспорта России (нефтепродукты) также лидирует Европа – 65%, страны АТР – 16%, в том числе Сингапур – 6,1% и Китай – 1,3%.

Мировое потребление нефти в посткризисный период (с 2008 г.) выросло на 14% с 4150 до 4730 (2019 г.) млн тонн. Прирост 2019 г. составил 0,924 млн барр. в сутки или порядка 45 млн тонн нефти в год. Наибольший прирост потребления нефти продемонстрировали страны АТР. Всего этот показатель составил порядка 78% от мирового, при этом, Китай продемонстрировал наибольший в мире прирост потребления нефти на уровне 33,2 млн тонн в год [8, с. 21].

Потребление нефти в Европе за этот период снизилось почти на 10%. Потребление нефти снизилось практически во всех европейских странах, самое значительное снижение отмечается (млн т.н.э.) в Италии

(21,7), Франции (14,9), Испании (12,1) и Германии (10,5). Повысилось потребление только в Турции, на 47%, до уровня 48,6 млн т.н.э. [8, с. 21]. В этих условиях российский экспорт остается примерно на одном уровне; за последние пять лет отмечается снижение экспорта сырой нефти на 20-22 млн тонн в год и увеличение поставок нефтепродуктов на такую же величину. При этом, основные мощности транспортировки нефти в Европу остаются незагруженными; в 2018 г. загрузка трубопроводных мощностей (нефтепровод «Дружба») составила 73,5%, а портовых (порты Приморск, Новороссийск и Усть-Луга) – 67% [9].

Такая ситуация, с учетом значимости экспорта нефти для российской экономики, является веским основанием для поиска новых направлений экспорта энергетических ресурсов, особенно в условиях бурного роста потребления в Китае. Кроме того, здесь следует подчеркнуть, что, начиная с 1974 года, против нашей страны постоянно действуют какие-либо американские ограничения – это неотъемлемый элемент «холодной войны», которую ведет недружественная России держава. Причем страны ЕС, как сателлиты США по блоку НАТО и евроатлантической системе в целом, практически безоговорочно поддерживают антироссийскую санкционную политику США.

Попытки России после распада СССР встроиться в конце XX – начале XXI века в сложившуюся американоцентричную евроатлантическую систему на правах равного с ведущими западными странами партнерства оказались безуспешными, так как для этого надо было признать безусловное лидерство США. В результате, Россия оказалась за пределами этой системы и, не став союзником, по-прежнему осталась в роли соперника. Также не удалось создать собственный центр силы в Евразии на постсоветском пространстве, так как бывшие советские республики не хотят возврата к СССР и рассматривают национальный суверенитет как независимость от России.

Современные условия и маршруты экспорта российской нефти

С марта 2014 г., в результате усиления санкций после возвращения Крыма, Россия лишилась дешевых длинных кредитов из Европы и США, а также высокотехнологичного американского импорта, в том числе оборудования для поиска, разведки и добычи нефти и газа на континентальном шельфе.

В результате американская ExxonMobil вышла из стратегического альянса с НК «Роснефть» по разработке трех Восточно-Приновоземельских лицензионных участков в Карском море. На первом участке в 2014 г. (еще с участием ExxonMobil) была пробурена известная самая северная в мире скважина «Университетская-1», в результате в пределах Баренцево-Карской нефтегазоносной провинции было открыто нефтяное месторождение «Победа». Приращение запасов составило 130 млн тонн нефти, по качеству не уступающей премиальной Siberian Light, и примерно 420 млрд куб. м газа.

Эти санкции также распространены на «Северный поток-2» (в результате из проекта вышла швейцарско-нидерландская компания «Allseas Group», на долю которой приходилась глубоководная укладка труб в объеме более 96% от общей протяженности двух ниток газопровода) и проект «Сила Сибири-3» по освоению Кириновского газоконденсатного месторождения на континентальном шельфе о. Сахалин.

Поэтому просматривается явная угроза нормальному функционированию российской системе транспортировки нефти (нефтепровод «Дружба», порты Приморск, Новороссийск и Усть-Луга, а также отгрузка нефти через танкеры-накопители в Кольском заливе) в Европу. По мнению автора, американские санкции – это реальность, как эпидемия гриппа или пандемия коронавируса; бороться с этим сложно, но научиться жить вполне возможно.

Поставки нефти на восток активизировались с введением в эксплуатацию магистрального нефтепровода «Восточная Сибирь – Тихий океан – ВСТО» общей протяженностью маршрута Тайшет – Сковородино – порт Козьмино 4 740 км с отводом в Китай Сковородино – Махе – Дацан протяженностью 940 км. Первая очередь ВСТО-1 (2 694 км) введена в эксплуатацию в 2009 г., ВСТО-2 (2 046 км) – в 2012 г., китайский отвод – к началу 2018 г. С ноября 2019 г. нефтепровод выведен на максимальную мощность: ВСТО-1 «Тайшет – Сковородино» – 80 млн т/год, ВСТО-2 «Сковородино – порт Козьмино» – 50 млн т/год. Мощность отвода Граница РФ – КНР «Сковородино – Махе – Дацан» составляет 30 млн т/год. В 2019 г. по этому трубопроводу прокачано в Китай 55,9 (из 77) млн тонн нефти, дополнительно 10 млн тонн – по трубопроводу Госграница РФ – Казахстан – Китай и порядка 11 млн тонн поставлено железнодорожным транспортом. План 2020 г. составляет 57-60 млн тонн.

Ресурсной базой нефтепровода ВСТО являются месторождения, находящиеся в зоне новых трубопроводов Заполярье – Пурпе (488 км) и Ванкор – Пурпе (556 км). В зоне каждого трубопровода име-

ется порядка 12-13 месторождений, максимальная прокачка в 2020 г. оценочно составляет 34-35 млн тонн у каждого. Далее нефть по системе трубопроводов Пурпе – Самотлор (429 км), Самотлор – Александровская (23 км), Александровская – Анжеро-Судженск (818 км) и Анжеро-Судженск – Тайшет (908 км) поступает в нефтепровод ВСТО-1, туда же прокачивается нефть по нефтепроводу Каюмба – Тайшет (703 км). Общая протяженность нефтепровода по маршруту транспортировки нефти Ванкор – Пурпе – Тайшет – Сковородино – Мохе – Дацан составляет порядка 6 368 км.

Дальнейшее развитие восточного направления диверсификации нефтяных транспортных коммуникаций вполне логично связано с наращиванием поставок нефти в Китай до уровня 100 млн тонн в год и далее 150 (2029 г.) и 200-210 млн тонн в год в пределах существующего горизонта планирования «Энергетической стратегии РФ на период до 2035 г.». Сложившийся к 2019 г. уровень потребления сырой нефти в Китае на уровне около 700 млн тонн (191 млн тонн – собственная добыча и 507 млн тонн – импорт) указывает на значительный (на 70%) рост этого показателя за последние десять лет и говорит о наличии экономического потенциала для развития энергетического импорта Китая в будущем.

Россия поставила в Китай (2019 г.) 77,7 млн тонн сырой нефти (и незначительное количество – 3,1 млн тонн, т.е. 4% от общего импорта – нефтепродуктов), что составляет 15,3% от общего китайского импорта. Лидером здесь является Саудовская Аравия – 83,3 млн тонн или 16,4% китайского импорта. Всего же экспорт сырой нефти в Китай из стран Персидского залива в 2019 г. составил 206,3 млн тонн (41%), включая [8, с. 30] Саудовскую Аравию (83,3) и Ирак (51,8). Это более чем в 2,6 раза превышает экспорт России. Следовательно, есть поле для конкуренции российской нефти ESPO на нефтяном рынке Китая, доступ к которому обеспечивает развивающаяся система коммуникаций восточного направления.

Следует подчеркнуть, что наращивание объемов экспорта в Китай вызовет сложности в обеспечении экспорта нефти в Европу на сложившемся уровне, так как разработанных запасов основного региона добычи, Западно-Сибирской НПП, будет недостаточно для наполнения смесей Urals (поставки в Европу) и ESPO (поставки в Китай) западносибирской легкой нефтью Siberian Light. Кроме того, имеющихся мощностей нефтепровода ВСТО и порта Козьмино недостаточно для реализации такой программы. Это предполагает развитие ресурсной базы добычи нефти в Арктике, а также развитие арктической системы коммуникаций транспортировки нефти в восточном направлении.

Перспективы развития восточного маршрута экспорта нефти

На китайском направлении Россия имеет явные геополитические и логистические преимущества [10]. Поскольку Китай является ведущим в мире импортером нефти (порядка 507 млн тонн в год) и нефтепродуктов (более 78 млн тонн в год), основной проблемой для Китая является безопасность транспортных потоков доставки этих грузов в Китай. Это относится особенно к стратегическим Ормузскому и Малаккскому (Сингапурскому) проливам, т.е. зонам, которые сравнительно легко могут быть заблокированы силами международного терроризма и находятся в досягаемости санкций США.

Особенно это относится к Сингапурскому проливу шириной в наиболее узком месте всего 4,6 км. Перекрывать Малаккский (минимальная ширина 40 км), Ормузский (56 км) или Берингов (86 км) проливы значительно сложнее. Тем не менее, в случае угрозы применения необоснованных санкций со стороны США, в этих районах следует организовать сопровождение транспортов силами военно-морских сил заинтересованных государств.

Россия, с учетом вышеизложенного, имеет явные геополитические и логистические преимущества. Следует подчеркнуть, что географическое расположение нефтепровода «Восточная Сибирь – Тихий океан» исключает указанные риски и обеспечивает явное логистическое преимущество (более короткое транспортное плечо), что сказывается на цене нефти.

Кроме того, нефтяная смесь, которая поставляется по нефтепроводу ВСТО – ESPO представляет собой смесь западносибирской премиальной нефти «Siberian Light», нефти других месторождений, а также нефти месторождений, расположенных в зоне ВСТО-1. Эта смесь является премиальной, то есть имеет качественное преимущество перед эталонным для стран АТР сортом нефти Dubai crude. Например, одна из смесей ESPO blend превосходит эталонный сорт Dubai crude по плотности (34,8 и 31 градус API) и содержанию серы (0,53-0,62 и 2%), поэтому торгуется с премией порядка 3,5-4,5 USD/барр. на этот маркерный сорт.

При этом, следует подчеркнуть, что наращивание экспортного потенциала нефти в Китай и Южную Корею до 100–150 млн тонн и более неминуемо столкнется с дефицитом добычных мощностей, особенно в пределах Западно-Сибирской нефтегазоносной провинции. Кроме того, требует модернизации и расширения система транспортировки нефти в восточном направлении, усиление ВСТО за счет строительства дополнительных нефтепроводов или организации транспортировки нефти по Северному морскому пути (Полярному шелковому пути) в восточном направлении.

Сейчас реально реализуется три проекта в арктической системе морской транспортировки нефти. Эти проекты являются неотъемлемой частью экономики арктических регионов и отражают стратегическое направление вектора развития последних [11, с. 95-100]:

1. По проекту «Варандей» нефть марки «варандейская смесь» отгружается через СМЛОП (стационарный морской ледостойкий отгрузочный причал) «Варандей» (Баренцево море) и челночными танкерами доставляется на танкер-накопитель «Кола» в Кольский залив. Пропускная способность накопителя – 12 млн тонн нефти в год. В рамках соглашения ОПЕК+ отгрузка по этому проекту может составить в 2020 г. не более 7 млн тонн [12, с. 69]. Значительная часть нефти в «варандейской смеси» поступает с месторождений им. Р. Требса и А. Титова и торгуется с дисконтом USD 2-3 за барр. относительно эталонной марки Brent (плотность 825-828 кг/м³, 38,3 гр. API; содержание серы 0,57%). В среднем, нефть месторождений Тимано-Печерской НГП, используемая в этом проекте, имеет плотность 0,826-0,885 г/см³, 30–40 гр. API, малосернистая (до 1%) и среднесернистая (1-2%), парафинистая (от 0,4 до 6,6%).

2. По проекту «Ворота Арктики» (НК «Газпромнефть», Обская губа, Карское море) нефть марки «Новый порт» доставляется челночными танкерами на танкер-накопитель «Умба» (Кольский залив). Пропускная способность проекта в 2020 г. составляет порядка 8 млн тонн. Нефть сорта Novy Port по своим свойствам относится к категории легких (плотность на уровне нефти Brent с низким содержанием серы (около 0,1%) и торгуется на мировом рынке с премией к нефти марки Brent в размере USD 3,0 за баррель.

3. По проекту «Приразломная» (НК «Газпромнефть», Печорское море) тяжелая нефть марки ARCO доставляется челночными танкерами на тот же танкер-накопитель. Пропускная способность этого проекта в 2020 г. – максимум 6 млн тонн. С учетом соглашения ОПЕК+, добыча нефти по этим двум проектам может составить порядка 10 млн тонн [12, с. 69].

Экспортный сорт ARCO является наиболее тяжелой (906 кг/м³; 24 градуса API) и сернистой (2,3%) с низким содержанием парафина нефтью среди российских экспортных маркерных сортов. Основным экспортным сортом с долей в общем объеме порядка 80% является Urals (смесь тяжелых нефтей Поволжья и Siberian Light) плотностью порядка 865 кг/м³; 31,5 гр. API с содержанием серы 1,2-1,3%. На мировом рынке ARCO торгуется с дисконтом относительно нефти эталонной марки Brent на уровне USD 4-5 за баррель. ARCO хорошо подходит для глубокой переработки на сложных НПЗ северо-западной Европы

Таким образом, объем морского экспорта арктической нефти может составить порядка 17 млн тонн в год. В дальнейшем, в пределах горизонта стратегического планирования ЭС-2035, НК «Роснефть» самостоятельно (без участия иностранных партнеров) продолжит работу на 1 и 2 Восточно-Приновоземельских участках на континентальном шельфе Карского моря. На этих участках проводится поисково-оценочное бурение двух скважин: Викуловской (участок 1) и Рогозинской (участок 2), с суммарными запасами порядка 2 млрд тонн нефти и 3,7 трлн м³ природного газа. При этом, по оценке Роснедр, подготовленные ресурсы категории До Викуловской скважины составляют 700 млрд м³ газа и 300 млн тонн нефти, а Рогозинской – 1,2 трлн м³ газа и 600 млн тонн нефти. Таким образом, весомым источником пополнения ресурсной базы является добыча нефти на месторождениях континентального шельфа Карского моря.

В 2020 г. НК «Роснефть» запускает проект «Восток ойл» со сроком реализации (начало эксплуатации) и выходом на уровень добычи 26 млн тонн нефти к 2024 г. Проект потребует инвестиций порядка 10 трлн руб., USD 157 млрд (по данным The Nikkei Asian Review). В проект включены нефтяные, нефтегазовые и нефтегазоконденсатные месторождения Ванкорского и Паяхинского кластеров, а также Западно-Иринского лицензионного участка. Общий ресурсный потенциал проекта составляет более 5 млрд тонн легкой малосернистой (содержание серы на уровне 0,02%) нефти, премиальной отно-

нительно эталонной марки Brent. В планах НК «Роснефть» – нарастить добычу до 50 млн тонн к 2027 и до 115 млн тонн – к 2030 г.

Заключение

Таким образом, перспектива расширения экономического присутствия России на востоке просматривается достаточно отчетливо. Однако уровень экономической конъюнктуры арктической нефти на рынке Китая зависит, прежде всего, от китайских геополитических интересов.

Благодарности

Работа выполнена в рамках темы НИР № 0226-2019-0022 ИЭП «Научные и прикладные основы устойчивого развития и модернизации морехозяйственной деятельности в западной части Арктической зоны Российской Федерации» по государственному заданию ФИЦ КНЦ РАН.

ЛИТЕРАТУРА

1. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Энергетической стратегии Российской Федерации на период до 2035 г.», № 1523-р, 09 июня 2020 г.
2. О стратегическом планировании в Российской Федерации: Федеральный закон № 172-ФЗ, 28 июня 2014 г.
3. Об утверждении Правил разработки, корректировки, осуществления мониторинга и контроля реализации отраслевых документов стратегического планирования Российской Федерации по вопросам, находящимся в ведении Правительства Российской Федерации: Постановление Правительства РФ, № 1162, 29 октября 2015 г.
4. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ, № 683, 31 декабря 2015 г.
5. Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ, № 207-р, 31 августа 2019 г.
6. О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года: Указ Президента РФ, № 204, 07 мая 2018 г.
7. Федеральный бюджет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud> (дата обращения 11.09.2020).
8. BP Statistical Review of World Energy, 2020.
9. Мощность экспортного нефтепровода «Дружба» снижена на треть // Ведомости. 2019. 5 мая.
10. Национальные экономические интересы и тенденции развития морских перевозок углеводородных ресурсов в Арктике / Высоцкая Н.А., Евдокимов Г.П., Емельянов М.Д. и др. Апатиты: КНЦ РАН, 2009. 163 с.
11. Иванова М.В. Вектор развития северных регионов России // Вестник ИНЖЭКОНА. Серия Экономика. 2011. № 1. С. 95-100.
12. Глобальные тенденции освоения энергетических ресурсов Российской Арктики. Часть I: Тенденции экономического развития Российской Арктики // Агарков С.А., Богачев В.Ф., Веретенников Н.П., Козьменко А.С. и др. Апатиты: Изд-во КНЦ РАН, 2019. 170 с.

ВЕЛИКАЯ ДЕПРЕССИЯ XXI ВЕКА. КАК COVID-19 ПОВЛИЯЛ НА РЫНОК ТРУДА И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ 2020 ГОДА

Аннотация. «Великий карантин» стал поистине самым сильным испытанием для всего мирового сообщества за последние 75 лет, ударив по всем социально-экономически значимым секторам экономики. Сегодня, пожалуй, главной проблемой Covid-19 является, как это ни странно, не смертность, а – скорее – рост безработицы во всех странах мира. Меры по ограничению распространения болезни привели к тому, что произошел полный «паралич» многих секторов экономики. В данной статье мы попробуем разобраться, как же за первые 4 месяца после объявления пандемии и введенных ограничительных мер трансформировался мир, рынок труда и рынок возобновляемой энергетики, как наиболее быстро растущий сектор ТЭК.

Ключевые слова. Covid-19, рынок труда, безработица, ограничительные меры, ВВП, рынок возобновляемой энергии.

Sobolev R.K.

THE GREAT DEPRESSION OF THE 21st CENTURY. HOW COVID-19 INFLUENCED THE LABOR MARKET AND SOCIO-ECONOMIC SPACE IN THE FIRST HALF OF 2020

Abstract. The «Great Quarantine» has become the most powerful test for the entire world community over the past 75 years. Today, perhaps the main problem is Covid-19, which is unstable, not fatal, but rather an increase in unemployment in all countries of the world. Measures to limit the spread of the disease have led to the complete paralysis of many sectors of the economy. In this article we will try to figure out how in the first 4 months after the pandemic and the restrictive measures introduced, the world, the labor market and the renewable energy market were transformed as the fastest growing representative of the fuel and energy sector.

Keywords. Covid-19, labor market, unemployment, restrictive measures, GDP, renewable energy market.

Введение: макроэкономическая трансформация

В связи с высокой скоростью распространения новой коронавирусной инфекции в начале 2020 года правительства многих стран ввели, поистине, беспрецедентные ограничительные меры на многие виды деятельности. Они включают частичную и/или полную блокировку свободного передвижения по городам, введение комендантского часа, запрет в проведении массовых мероприятий и т.д. По оценкам ВОЗ, в конце апреля из-за введенных мер по сдерживанию распространения COVID-19 в полной и/или частичной изоляции оказалось около 55% населения, которое, в свою очередь, формирует 60% мирового ВВП.

Введенные ограничения вызвали шоковое состояние, как спроса, так и предложения на внутреннем и внешнем рынках. Шок предложения сформировался из-за преднамеренных ограничений экономической деятельности: закрытие предприятий, торговых комплексов, зон общественного питания

ГРНТИ 06.75.02

© Соболев Р.К., 2020

Роман Константинович Соболев – аспирант кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел. +7 965 761 39 75. E-mail: sobol.93@inbox.ru.

Статья поступила в редакцию 22.06.2020.

и т.д. В некоторых секторах экономики уже замечено, что ограничительные меры, которые полностью парализовали офлайн-процессы дали толчок в развитии онлайн-площадок, но компенсационный эффект ни в коем случае нельзя сравнивать с уровнем потерь от закрытия офлайн рынков. Шок спроса возник в результате сокращения объемов «свободных» денег у потребителей и снижения инвестиционной активности в целом по миру.

«Великая депрессия 2.0»

Точные масштабы данного кризиса еще пока нельзя оценить в полной мере, но вполне очевидно, что уровень кризиса и скорость его преодоления будут зависеть от уровня безработицы, которая растет в период, когда многие предприятия фактически не могут платить заработную плату и/или и вовсе прекращают свою деятельность. В США по итогам первых четырех месяцев 2020 года и введенных мер по сдерживанию распространения Covid-19 количество зарегистрированных безработных увеличилось более чем на 25 миллионов человек, что в 10 раз больше показателей 2008 года, когда инвестиционный банк Lehman Brothers обратился в суд США с заявлением о банкротстве и защите от кредитных обязательств в размере \$613 млрд.

В статье британского новостного агентства «The Guardian» под названием «Unemployment in US and UK may be worse than in Great Depression» предполагается, что из-за сложившейся ситуации на рынке труда в США и Великобритании уровень безработицы вырастет до 20% от общего числа экономически активного населения, что выше показателя, зарегистрированного в 30-е годы прошлого века во время «Великой Депрессии».

Люди, которые потеряли свою «привычную» работу и доход, в настоящий момент времени либо перешли в новые места, где уровень оплаты ниже прежнего, или пытаются «пересидеть» этот кризис дома, оптимизируя свою потребительскую корзину. Даже с учетом государственной поддержки безработных в США, Великобритании и многих других странах мира, из-за сложившейся ситуации количество «свободных» денег населения в экономике сократится, что, в свою очередь, повлияет на общегодовой ВВП. Из-за неопределенности ситуации с Covid-19, а именно – неясности в сроках снятия ограничительных мер, многие инвесторы не рискуют вкладывать свои финансовые средства в новые проекты.

По оценке Европейского центрального банка, в 2020 году следует ожидать сокращения объемов производства в среднем на 30%, в зависимости от сектора экономики и продолжительности ограничительных мер. В макроэкономическом пространстве это означает 2%-е снижение годового ВВП за каждый месяц в «изоляции» (рис. 1).

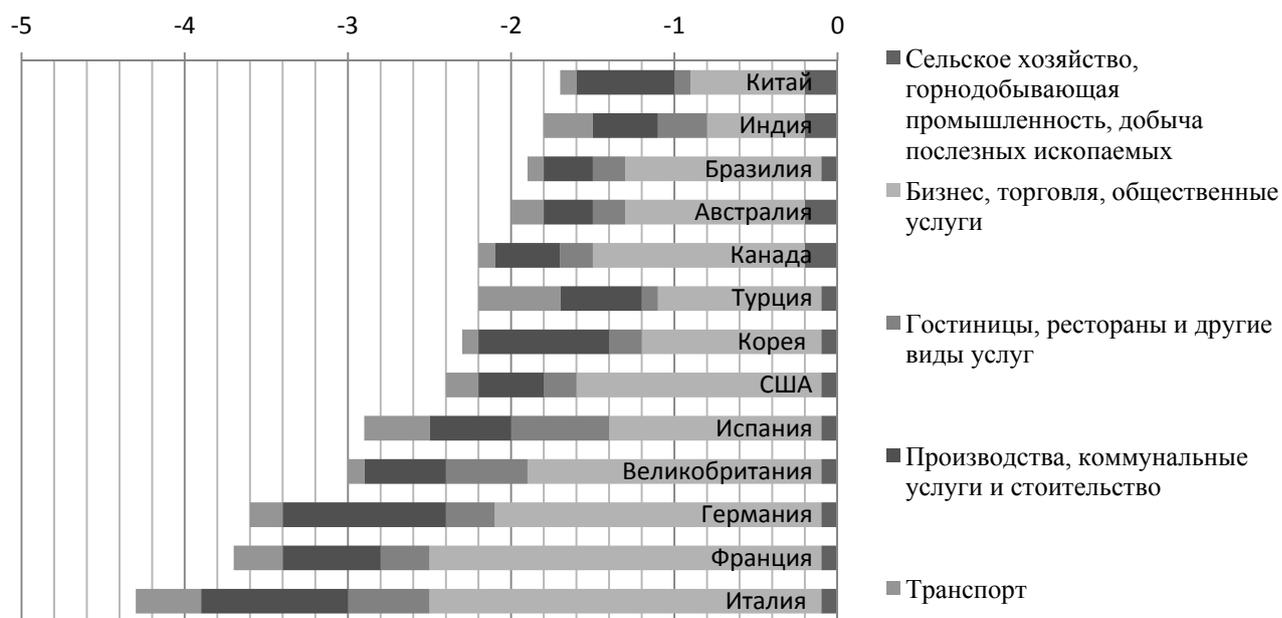
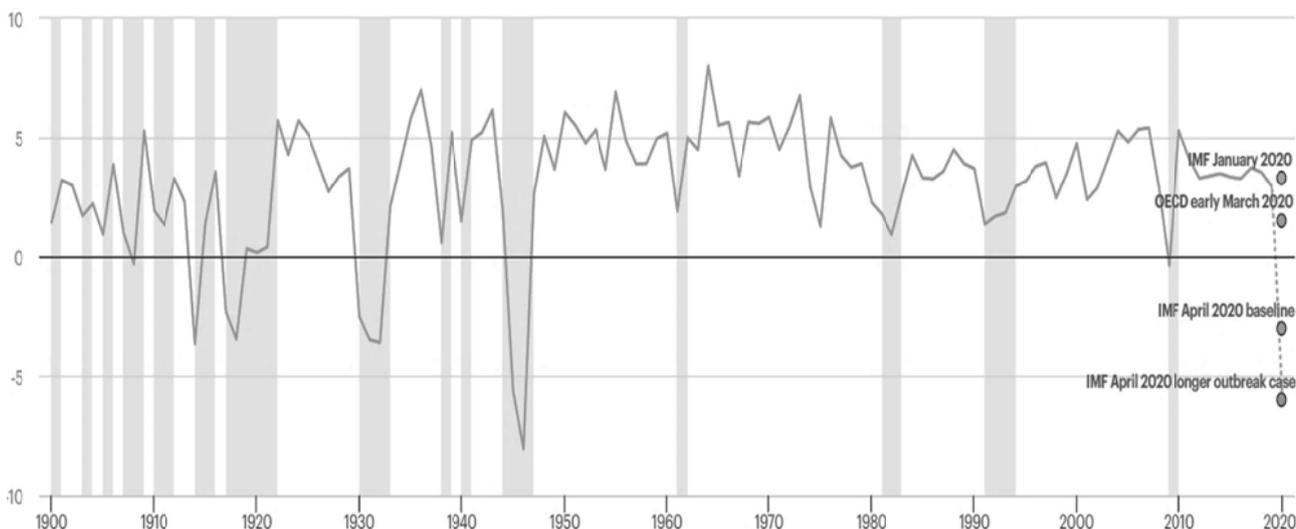


Рис. 1. Влияние ежемесячных мер по сдерживанию Covid-19 на ожидаемый годовой ВВП по секторам экономики в определенных регионах, % (по данным ЕСВ)

Несмотря на масштабные и в какой-то мере «фантастические» меры ряда стран по восстановлению своей экономики, данное восстановление не будет стремительным, а 2020 год покажет самое сильное послевоенное падение ВВП в современной истории (рис. 2).



Источник: МЭА, см.: <https://www.iea.org/data-and-statistics/charts/global-annual-change-in-real-gross-domestic-product-gdp-1900-2020>.

Рис. 2. Изменение мирового ВВП в период с 1900 по 2020 гг., %

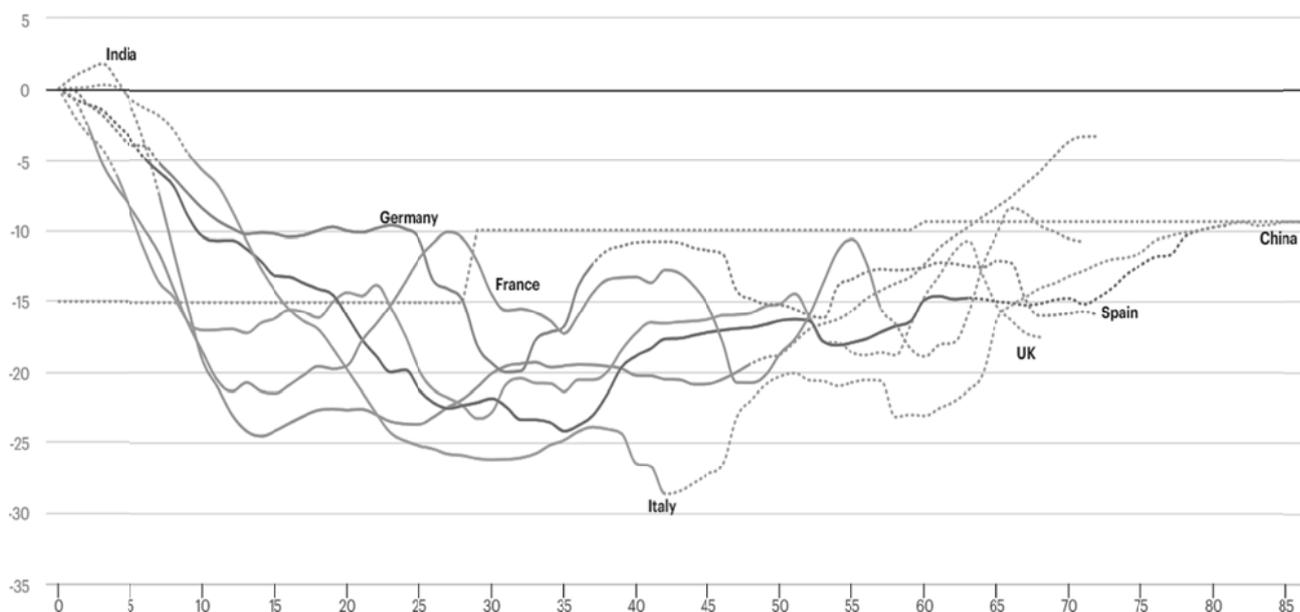
Возобновляемая энергетика

Несмотря на то, что в ряде стран с начала мая 2020 года ситуация с распространением Covid-19 вышла на плато и произошло постепенное снижение жесткости ограничительных мер, последствия данного кризиса будут носить в будущем далеко идущий характер. Принцип социального дистанцирования и меры по ограничению распространения вируса привели к нарушению цепочки поставок, сроков строительства и ввода в эксплуатацию ряда проектов, входящих в структуру ТЭК. Падение деловой активности, трафика и закрытие международных границ резко повлияли на спрос на первичную энергию в транспортном и промышленных секторах.

Сформировавшиеся макроэкономические проблемы привели к отмене или переносу ряда инвестиционных проектов, в частности и проектов по развитию возобновляемой энергетики в ряде стран. Последствия ограничительных мер могут поставить многие проекты, которые находятся уже на стадии завершения, в сложное положение. Задержка ввода в эксплуатацию проектов в области коммунального энергообеспечения и транспорта будет зависеть от продолжительности и степени вводимых ограничительных мер.

Ограничительные меры по сдерживанию распространения Covid-19 привели к снижению еженедельного спроса на электроэнергию в ряде стран до рекордных 30% (рис. 3). Однако, в тех регионах, где уже существует рабочая система, функционирующая на ВИЭ, отмечается рост доли возобновляемой энергии в общей структуре энергопотребления. Это вызвано тем, что, в отличие от традиционных источников энергии, объем сжигания, которых зависит от общего спроса на энергию, выработка электроэнергии при помощи ВИЭ не зависит от роста или уменьшения спроса на рынке энергопотребления.

В независимости от экономической, социальной, политической и т.д. обстановки, возобновляемые источники энергии, а именно – солнце и ветер, не перестают оказывать свое воздействие на энергетические платформы (солнечные панели и ветряки). Устойчивость возобновляемой энергетики к воздействиям со стороны «великого карантина» является хорошим свойством, но его нельзя принимать за должное. Страны, поставившие свою экономику на одни «рельсы» с программой развития возобновляемых источников энергии, показывают рост развития данного сектора, но уже с гораздо более медленными темпами.



Источник: МЭА, см.: <https://www.iea.org/data-and-statistics/charts/reductions-of-electricity-demand-after-implementing-lockdown-measures-in-selected-countries-weather-corrected-0-to-86-days>.

Рис. 3. Изменение спроса на электроэнергию с момента введения ограничительных мер в отдельных странах мира в 2020 году, %

Впечатляющий рост и снижение уровня затрат для производства энергии из возобновляемых источников за последние годы может быть недостаточным для защиты возобновляемых источников энергии от высокой неопределенности по срокам окончания «великого карантина», когда мировая экономика сможет восстановиться до уровня 2019 года.

Заключение

Последствия влияния Covid-19 на рынок ВИЭ выходят далеко за рамки сокращения спроса на электроэнергию и/или на транспортное топливо. Успешный переход к экологической чистой энергии сохранится только в том случае, если правительства стран, выбравшие путь декарбонизации всей своей внутренней экономики, не только не ослабят, но и увеличат финансовый поток в контексте развития данного и смежных секторов экономики. В противном случае, темпы прироста в секторе ВИЭ смогут достичь значений 2019 года лишь в течение последующих 3-5 лет.

ЛИТЕРАТУРА

1. Global Renewables Outlook: Energy transformation 2050. IRENA, 2020. 212 p.
2. Partington R. Unemployment in US and UK «may be worse than in Great Depression». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2020/apr/03/coronavirus-uk-business-activity-plunges-to-lowest-ebb-since-records-began> (дата обращения 20.05.2020).
3. Международное агентство возобновляемой энергетики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.irena.org> (дата обращения 20.05.2020).
4. Официальный сайт Европейского центрального банка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html> (дата обращения 20.05.2020).
5. Официальный сайт Международного энергетического агентства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.iea.org> (дата обращения 20.05.2020).

УВАЖАЕМЫЕ АВТОРЫ!

Наш журнал открыт для публикации по любому из направлений деятельности университета. Автором журнала может быть любой преподаватель, научный сотрудник, докторант, аспирант, соискатель, а также тот, кто сотрудничает с университетом в рамках научной или педагогической деятельности. Статьи студентов (уровни подготовки – бакалавриат, специалитет, магистратура), а также лиц без высшего образования, в том числе подготовленные в соавторстве, не рассматриваются и не публикуются. Обращаем Ваше внимание, что в действующий с 01.12.2015 г. Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук, журнал включен по отраслям: 08.00.00 Экономические науки; 10.00.00 Филологические науки; 22.00.00 Социологические науки.

Все представленные материалы в обязательном порядке рецензируются членами редакционной коллегии и привлекаемыми специалистами по направлениям науки.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ

К рассмотрению принимаются только комплектные материалы, которые включают:

1. Статью, оформленную в соответствии с приведенными ниже требованиями. Используется только (!) книжная ориентация страниц. Также обязательно наличие оформленного по ГОСТ списка литературы (использованных при разработке статьи источников), в котором источники должны быть упорядочены по алфавиту (сначала – источники на русском языке, затем – на иностранных языках); на все включенные в список источники обязательно должны быть ссылки в тексте статьи; рекомендованное количество ссылок – не менее 5–7; не рекомендуется, чтобы в списке литературы количество ранее изданных работ авторов составляло более 10–15%. Недопустимо наличие в статье неотредактируемых материалов (например, сканированных рисунков или формул). Статья должна быть снабжена кодом ГРНТИ (Государственный рубрикатор научно-технической информации). Статья должна быть снабжена заголовком (наименованием) на русском и английском языке;
2. Аннотацию статьи на русском и английском языке, объемом 400–500 знаков;
3. Ключевые слова, отражающие основные идеи статьи (5–8 слов и словосочетаний на русском и английском языке);
4. Сведения об авторе, включающие:
 - Ф.И.О. полностью на русском и английском языке;
 - учёная степень, учёное звание (при наличии);
 - должность и место работы / учебы (обязательно);
 - контактные данные для публикации в журнале на русском и английском языке (адрес с почтовым индексом, номер контактного телефона, e-mail);
 - контактные данные для переписки с редакцией (номер домашнего, мобильного и рабочего телефонов, e-mail, а также другую контактную информацию, по усмотрению автора – на русском языке), которые приводятся в сопроводительном письме.
5. Все материалы присылаются в редакцию по электронной почте: plotnikov.v@unescon.ru. Рекомендуется в названиях файлов использовать фамилию и инициалы автора, а в заголовке письма указывать, что в нем содержатся материалы статьи, предлагаемые для публикации в журнале «Известия СПбГЭУ».

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

1. Объем статьи (включая аннотацию, ключевые слова, сведения об авторах, список использованной литературы) для лиц с ученой степенью / званием – от 4 до 7 страниц, для лиц без ученой степени / звания – от 3 до 5 страниц.
2. Формат страницы А4, ориентация – книжная. Поля: верхнее 3,1 см, нижнее 2,9 см, левое 2,2 см, правое 1,7 см. Без колонтитулов, расстояние от края страницы до верхнего колонтитула 2 см, до ниж-

него – 1,27 см. Функция «Автоматическая расстановка переносов» должна быть отключена. Страницы не нумеруются. Не допускается использование в тексте статьи автоматически нумерованных списков. Общие свойства абзацев для всего материала: без отступов до и после абзаца, межстрочный интервал – одинарный.

3. Все материалы статьи должны быть оформлены шрифтом Times New Roman.

4. На первой строке без абзацного отступа с выравниванием по правому краю, через запятую размещаются фамилии и инициалы соавторов (первая буква прописная, остальные строчные) на русском языке. В статье рекомендуется наличие не более чем 3–4 соавторов. Размер шрифта 11 пт, начертание обычное.

5. После пропуска пустой строки, без абзацного отступа, с выравниванием по центру размещается название статьи на русском языке. Размер шрифта 12 пт, начертание полужирное. В конце наименования делается сноска, в которой указаны сведения об авторах (см. далее).

6. После пропуска пустой строки, с абзацным отступом 0,6 см, с выравниванием по ширине размещается аннотация статьи на русском языке. Размер шрифта 11 пт, начертание наклонное. Сначала приводится слово «Аннотация» (дополнительное свойство шрифта – полужирный), затем, после точки – сам текст аннотации.

7. После пропуска пустой строки, с абзацным отступом 0,6 см, с выравниванием по ширине размещаются ключевые слова статьи на русском языке. Размер шрифта 11 пт, начертание наклонное. Сначала приводится словосочетание «Ключевые слова» (дополнительное свойство шрифта – полужирный), затем, после точки – сами ключевые слова (словосочетания), разделенные запятыми.

8. Две пустые строки.

9. Повторяется информация, указанная в пп. 4–7 на английском языке, с теми же правилами оформления. В англоязычном блоке вместо слова «Аннотация» указывается слово «Abstract», а вместо словосочетания «Ключевые слова» – «Keywords».

10. Две пустые строки.

11. Текст статьи оформляется на русском языке с абзацным отступом 0,6 см (самый первый абзац статьи – без абзацного отступа), с выравниванием по ширине. Размер шрифта 11 пт, начертание обычное. Не рекомендуется использование без крайней необходимости других типов шрифтов. При необходимости, в тексте статьи могут быть выделены разделы (например, «Введение», «Анализ литературы», «Методика исследования», «Основные результаты и их обсуждение» и т.п.). Если статья подготовлена при финансовой поддержке какого-либо фонда, выполнена в рамках государственного задания и т.д., то это указывается в последнем абзаце, завершающем статью (перед списком использованной литературы). Порядок оформления этого абзаца: отступ 0,6 см, выравнивание по ширине, размер шрифта 11 пт, начертание наклонное. В тексте могут приводиться рисунки и таблицы, которые размещаются непосредственно после их упоминания, либо на следующей странице. На все рисунки и таблицы должны быть ссылки. При необходимости в тексте статьи приводятся формулы. Статья оформляется без приложений.

12. По тексту статьи должны иметься ссылки на все позиции, приведенные в списке литературы. Ссылки по тексту оформляются в квадратных скобках, с указанием номера позиции в списке литературы. Например: [11]. Если ссылка идет на конкретную страницу (диапазон страниц), это указывается. Например: [2, с. 12] или [4, с. 8–9]. Если ссылка идет на несколько позиций списка литературы, то они перечисляются в общих квадратных скобках, по возрастанию номеров, с разделением точками с запятой. Например: [3, с. 78; 4; 8, с. 11–14; 10] (неправильно: [3], [5]). Если ссылка на литературу стоит в конце предложения, то оканчивающий предложение знак препинания ставится после закрывающей квадратной скобки (правильно: «... ряда авторов [7; 8].» неправильно: «... ряда авторов [7; 8]»).

13. При необходимости в статье могут быть приведены постраничные ссылки, которые оформляются без абзацного отступа, с выравниванием по ширине. Размер шрифта 10 пт, начертание обычное. Не рекомендуется использование постраничных ссылок без особой необходимости.

14. Рисунки оформляются только в черно-белом варианте, рисунки должны быть представлены в виде (формате), позволяющем их редактирование при подготовке журнала к выпуску. Все рисунки должны быть пронумерованы, если рисунок в статье один, то он не нумеруется. В тексте статьи рисунки подписываются снизу, без абзацного отступа, с выравниванием по центру. Размер шрифта 10 пт, начертание обычное. В подписи сначала идет сокращение «Рис. X.» (где X – номер рисунка), наклонным

шрифтом. Затем приводится наименование рисунка, без точки в конце. До и после наименования рисунка пропускается одна пустая строка, рисунок сверху от текста также отделяется одной пустой строкой.

15. Таблицы должны быть представлены в виде (формате), позволяющем их редактирование при подготовке журнала к выпуску. Все таблицы должны быть пронумерованы, если таблица в статье одна, то она не нумеруется. Размер шрифта таблиц 10 пт, начертание обычное. В тексте статьи таблицы подписываются сверху, без абзацного отступа. Таблица отделяется от текста сверху и снизу пустой строкой. Над таблицей с выравниванием по правому краю, размер шрифта 10 пт, начертание наклонное пишется: «Таблица X» (где X – номер таблицы). Затем приводится наименование таблицы, без точки в конце (выравнивание по центру без абзацного отступа, шрифт 10 пт, начертание полужирное).

16. Рекомендуется в таблицах и рисунках указывать источник информации.

17. Формулы оформляются с использованием встроенного средства оформления формул программы текстового редактора.

18. Список литературы оформляется в конце статьи. Сначала оформляется его заголовочная часть (выравнивание по центру, без абзацного отступа, шрифт 11 пт, начертание обычное): пустая строка; слово «ЛИТЕРАТУРА»; пустая строка. Затем в виде нумерованного списка приводится сам список литературы (шрифт 10 пт), выравнивание абзаца – по ширине.

19. Сведения об авторах приводятся в обязательной сноске внизу первой страницы. Они оформляются шрифтом 10 пт, начертание обычное; выравнивание абзаца – по ширине, без абзацного отступа. Эти сведения содержат (каждая позиция с новой строки):

- код ГРНТИ статьи, который указывается без точки в конце. Например: «ГРНТИ 06.81.12»;
- авторский знак, затем через запятую фамилии и инициалы соавторов, затем год публикации. Например: «© Попович А.А., Янгелова Е.А., 2016»;
- сведения об авторах (каждый автор – с новой строки), включающие имя, фамилию, отчество и, после тире, ученую степень (при наличии), ученое звание (при наличии), наименование должности и организации (для высших учебных заведений и других организаций не рекомендуется использовать без крайней необходимости сокращенное обозначение организационно-правовой формы, например не рекомендуется использовать аббревиатуру «ФГБОУ ВО»), если из наименования организации неочевидно, в каком населенном пункте она находится, в скобках приводится название города. Например: «Николай Федорович Иванов – кандидат экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента Южно-Сибирского института стратегического анализа (г. Темиртау)»;
- контактные данные для связи с автором. Если авторов несколько – указываются данные только одного из них, при этом в скобках указывается его фамилия и инициалы. Они включают адрес с почтовым индексом на русском и английском языке, контактный телефон и адрес электронной почты. Например: «Контактные данные для связи с авторами (Плотников В.А.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел. 8 (812) 310-47-60. E-mail: plotnikov.v@unecon.ru».

Некомплектные статьи, статьи, оформленные не по установленным правилам и с неправильно оформленным списком литературы, НЕ ПРИНИМАЮТСЯ!

Более подробная информация представлена на сайте издания:

<http://unecon.ru/zhurnal-izvestiya/trebovaniya-k-predstavlyaemym-/trebovaniya> и

http://unecon.ru/sites/default/files/shablon_oformleniya_stati.docx.

УСЛОВИЯ ПОДПИСКИ НА ЖУРНАЛ

«ИЗВЕСТИЯ СПбГЭУ»

Периодичность выхода издания – 6 номеров в год.

Подписаться на журнал можно по каталогу агентства «Роспечать». Индексы 15395 и 37154.

Подписная цена журнала: 1950 руб. – на полугодие и 3900 руб. – на год.

Приобрести журнал за наличный расчет или оформить редакционную подписку можно по адресу:

**191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21,
редакция журнала «Известия СПбГЭУ»**

Зам. главного редактора

Плотников Владимир Александрович

Контактный телефон: +7 (911) 949-13-21 (редакция)

E-mail: plotnikov.v@unecon.ru

Редакторы:

С.С. Алмаметова, Ю.А. Безуглая
Обложка художника *А.А. Сивакова*
Оригинал-макет *Ю.К. Трубкиной*

Подписано в печать 02.11.2020 г. Формат 60 × 84 1/8. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 19,0. Уч.-изд. л. 19,0. Тираж 1000 экз. Заказ 873.

Адрес редакции журнала «Известия СПбГЭУ»: 191023, С.-Петербург, Садовая ул., д. 21.

Адрес издателя и типографии: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21

Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ.

Цена номера – 650 руб.