

2
том 6
2021

ВЕСТНИК

Кемеровского государственного университета

ISSN 2500-3372 (print) 2542-1190 (online)

ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Bulletin of Kemerovo State University. Political, Sociological and Economic Sciences. 2021, 6(2): 147–288

Учредитель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет».

Журнал «Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические, экономические науки» зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации: ПИ № ФС 77-67376.

Издается с 2016 года. Выходит 4 раза в год.

ISSN 2500-3372 (print); 2542-1190 (online).

Адрес учредителя, издателя: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6; 8(3842)58-12-26; rector@kemsu.ru

Адрес редакции: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6; 8(3842)58-13-01; vestnik@kemsu.ru; <http://vestnik-pses.kemsu.ru>

Подписной индекс в объединенном каталоге «Пресса России» – 94233.

Журнал представлен в открытом доступе на сайте Российской универсальной научной электронной библиотеки и включен в базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ).

Журнал включен в «Перечень ведущих рецензируемых журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук» Высшей аттестационной комиссии

Позиция редакции может не совпадать с мнением авторов.

Журнал не взимает платы за публикацию, издается за счет средств Кемеровского государственного университета.

Все научные статьи, поступившие в редакцию журнала, проходят двойное слепое рецензирование (Double-blind review).

Сведения о политике журнала, правилах для авторов, архив полнотекстовых выпусков размещены на сайте издания <http://vestnik-pses.kemsu.ru>

16+

Главный редактор: *Морозова Е. А.*, д-р экон. наук, проф., КемГУ (Кемерово, Россия)

Редакционная коллегия:

Баранова И. В., д-р экон. наук, проф., НГТУ (Новосибирск, Россия).

Бычкова С. М., д-р экон. наук, проф., СПбГАУ (Санкт-Петербург, Россия).

Глушакова О. В., д-р экон. наук, доцент, НГТИ (Новосибирск, Россия).

Желтов В. В., д-р филос. наук, проф., КемГУ (Кемерово, Россия).

Капогузов Е. А., д-р экон. наук, доцент, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского (Омск, Россия).

Кисляков М. М., д-р полит. наук, доцент, Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова (Кемерово, Россия).

Кравченко С. А., д-р филос. наук, проф., МГИМО МИД России (Москва, Россия).

Кремер Раймунд, д-р, проф. Потсдамского университета, главный редактор журнала WeltTrends (Потсдам, Германия).
Курбатова М. В., д-р экон. наук, проф., КемГУ (Кемерово, Россия).

Немировский В. Г., д-р социол. наук, проф., СФУ (Красноярск, Россия).

Нехода Е. В., д-р экон. наук, проф., ТГУ (Томск, Россия).

Озерникова Т. Г., д-р экон. наук, проф., НГТУ (Новосибирск, Россия).

Резник С. Д., д-р экон. наук, проф., ПГУАС (Пенза, Россия).

Силин А. Н., д-р социол. наук, проф., ТИУ (Тюмень, Россия).

Слинкова О. К., д-р экон. наук, проф., БелГУ (Белгород, Россия).

Солодова Г. С., д-р социол. наук, проф., ИФПР СО РАН (Новосибирск, Россия).

Сулов В. И., д-р экон. наук, проф., чл.-корр. РАН, ИЭОПП СО РАН (Новосибирск, Россия).

Удальцова М. В., д-р экон. наук, НГУЭУ (Новосибирск, Россия).

Чирун С. Н., д-р полит. наук, доцент, КемГУ (Кемерово, Россия).

Шабашев В. А., д-р экон. наук, проф., КемГУ (Кемерово, Россия).

Шашкова Я. Ю., д-р полит. наук, доцент, АлтГУ (Барнаул, Россия).

Founder: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Kemerovo State University".

The Journal "Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic Sciences" is registered in the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Communications. Certificate of registration: PI no. FS 77-67376.

Founded in 2016. Published 4 times a year.

ISSN 2500-3372 (print); 2542-1190 (online)

Address of the founder, publisher: 6, Krasnaya St., Kemerovo, Kemerovo region (Kuzbass), Russia, 650000; 8(3842)58-12-26; rector@kemsu.ru

Editorial Office Address: 6, Krasnaya St., Kemerovo, Kemerovo region (Kuzbass), Russia, 650000; 8(3842)58-13-01; vestnik@kemsu.ru; <http://vestnik-pses.kemsu.ru>

Subscription indices: 94233 – in the United catalogue "The Press of Russia".

Free access to the Journal is provided at the website of the Russian Universal Scientific Electronic Library. The Journal is included into the database of the "Russian Science Citation Index".

The Bulletin is included into the "List of leading peer-reviewed journals and issues" which should publish main research results of Doctor's and Candidate's theses by the Higher Attestation Commission.

Opinions expressed in the articles published in the Bulletin are those of their authors and may not reflect the opinion of the Editorial Board.

The Bulletin is funded by Kemerovo State University. Authors do not have to pay any article processing charge or open access publication fee.

All manuscripts undergo a double-blind review.

For more information about our publishing politics, instructions for authors, and archives of full-text issues, please visit our website: <http://vestnik-pses.kemsu.ru>

16+

Editor-in-Chief: *Morozova E. A.*, Dr. of Economics, Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

Editorial board:

Baranova I. V., Dr. of Economics, Prof., Novosibirsk State Technical University (Novosibirsk, Russia).

Bychkova S. M., Dr. of Economics, Prof., St. Petersburg State Agrarian University (St. Petersburg, Russia).

Glushakova O. V., Dr. of Economics, Assoc. Prof., Novosibirsk State Theater Institute (Novosibirsk, Russia).

Zhelto V. V., Dr. of Philosophy, Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

Kapoguzov E. A., Dr. of Economics, Assoc. Prof., Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia).

Kislyakov M. M., Dr. of Political Sci., Assoc. Prof., Kemerovo branch Plekhanov Russian University of Economics (Kemerovo, Russia).

Kravchenko S. A., Dr. of Philosophy, Prof., Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (Moscow, Russia).

Krämer Raimund, Dr., Prof. at Potsdam University, Editor-In-Chief of WeltTrends Journal (Potsdam, Germany).

Kurbatova M. V., Dr. of Economics, Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

Nemirovskiy V. G., Dr. of Sociology, Prof., Siberian Federal University (Krasnoyarsk, Russia).

Nekhoda E. V., Dr. of Economics, Prof., National Research Tomsk State doctor of economic sciences (Tomsk, Russia).

Ozernikova T. G., Dr. of Economics, Prof., doctor of economic sciences, Novosibirsk State Technical University (Novosibirsk, Russia).

Reznik S. D., Dr. of Economics, Prof., Penza State University of Architecture and Construction (Penza, Russia).

Silin A. N., Dr. of Sociology, Prof., Tyumen Industrial University (Tyumen, Russia).

Slinkova O. K., Dr. of Economics, Prof., Belgorod National Research University (Belgorod, Russia).

Solodova G. S., Dr. of Sociology, Prof., Institute of Philosophy and Law of SB RAS (Novosibirsk, Russia).

Suslov V. I., Dr. of Economics, Prof., Corresponding Member of the Russian Academy of Education, Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of the RAS (Novosibirsk, Russia).

Udaltsova M. V., Dr. of Economics, Novosibirsk State University of Economics and Management (Novosibirsk, Russia).

Chirun S. N., Dr. of Political Sci., Assoc. Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

Shashkova Ya. Yu., Dr. of Political Sci., Assoc. Prof., Altai State University (Barkaul, Russia).

Shabashev V. A., Dr. of Economics, Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

Политология

- Структура репрезентации имиджа региональной власти в нарративной конструкции пользователя социальной сети (на примере аккаунтов губернатора Кемеровской области – Кузбасса С. Е. Цивилёва)
Беленкова М. И. 147
- Исламская идентичность в светском обществе в концепции Т. Убру
Михалева А. В. 158

Социология

- Репрезентация социальной ответственности современной молодежи через практики благотворительной деятельности в Удмуртской Республике
Логунова Е. Г. 168

Экономика

- Рынок COVID-19-вакцин как новый сегмент мирового вакцинного рынка
Горошко Н. В., Пацала С. В., Емельянова Е. К. 178
- Диагностика состояния человеческого капитала предприятия и направления его развития
Грязнова Н. А., Плешкова Н. А., Подзорова Г. А., Мухачева А. В., Дранкина Г. С. 191
- Управление энергозатратами промышленных предприятий, присоединенных к электрическим сетям производителей электроэнергии
Дзюба А. П., Семиколенов А. В. 198
- Управление рабочим временем как способ повышения производительности труда
Емельянович А. А., Коваль С. В., Галимова А. Н. 208
- Цифровая трансформация государственных и муниципальных услуг
Завьялова Е. А., Погадаева Н. Ю. 219
- Управление трудовой мотивацией научного персонала
Лазуткин В. К. 229
- Векторы социально-экономического развития региона в условиях цифровой трансформации
Новикова Ж. С., Стеняшина Н. А., Назмутдинова А. Р. 238
- Гендерные различия предпринимателей, специализирующихся на торговле и информационных технологиях
Пиньковецкая Ю. С. 248
- Специфика PR-продвижения досуговой организации
Розова Н. К., Несмелова А. К. 256
- Как модель тройной спирали инноваций меняет борьбу с COVID-19 в Индии?
Рэй Самрат 266
- Управление конгрессно-выставочной деятельностью в вузе
Степанова А. Ю. 274
- Совершенствование финансового обеспечения пенсионного страхования в России
Черней Д. О. 280

Political Science

- Image Representation Structure of the Regional Government in Social Net Narrative based on the Accounts of S. E. Tsivilev, Governor of Kemerovo Region
Belenkova M. I. 156
- Tareq Oubrou's Concept of Islamic Identity in a Secular Society
Mikhaleva A. V. 166

Sociology

- Representation of Social Responsibility in Young People of Udmurtia via Charity-Related Activities
Logunova E. G. 176

Economic

- COVID-19-Vaccine Market as a New Segment of the Global Vaccine Market
Goroshko N. V., Patsala S. V., Emelyanova E. K. 189
- Human Capital: Diagnostics and Development Direction
Gryaznova N. L., Pleshkova N. A., Podzorova G. A., Mukhacheva A. V., Drapkina G. S. 196
- Management of Energy Costs of Industrial Enterprises Connected to Electric Grid of Electric Power Producers
Dzyuba A. P., Semikolenov A. V. 206
- Working Time Management as a Way to Increase Labor Productivity
Emelyanovich A. A., Koval S. V., Galimova A. N. 217
- Digital Transformation of State and Municipal Services
Zavyalova E. A., Pogadaeva N. Yu. 227
- Management of Labor Motivation of Scientific Personnel
Lazutkin V. K. 236
- Vectors of socio-economic development of the region in the context of digital transformation
Novikova Z. S., Stenyashina N. L., Nazmutdinova A. R. 246
- Gender Differences in Business Structures Operating in Trade, Information and Communication Services
Pinkovetskaia I. S. 254
- PR-Promotion of a Recreational Organization
Rozova N. K., Nesmelova A. K. 264
- How the Triple-Helix Model of Innovation is changing the Indian COVID-19 Fight?
Ray Samrat 266
- Management of Congress and Exhibition Activities at the University
Stepanova A. Yu. 277
- Improving the Financial Support of Pension Insurance in Russia
Cherney D. O. 287

оригинальная статья
УДК 32.019.5

Структура репрезентации имиджа региональной власти в нарративной конструкции пользователя социальной сети (на примере аккаунтов губернатора Кемеровской области – Кузбасса С. Е. Цивилёва)

Мария Игоревна Беленкова

Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово; mariya-belenkova@bk.ru

Поступила в редакцию 19.05.2021. Принята в печать 25.06.2021.

Аннотация: Статья рассматривает восприятие имиджа руководителя региона в социальных сетях ВКонтакте, Instagram, Facebook на примере комментариев к постам в аккаунтах губернатора Кемеровской области – Кузбасса С. Е. Цивилёва. При анализе используется метод нарративной семиотики. Указывается, что специфика политического режима в регионе задает формат обеспечения обратной связи между населением и властью, причем социальные сети становятся как формой обратной связи, так и индикатором восприятия транслируемого «сверху» имиджа власти. Обращается внимание на то, что аудитория в разных социальных сетях неодинакова, она может по-разному относиться к фигуре губернатора. При этом каждая социальная сеть обладает своим функционалом, что задает формат обеспечения обратной связи в зависимости от конкретного ресурса. Как гипотеза формулируется тезис о том, что разные социальные сети могут продуцировать разное отношение к фигуре, олицетворяющей исполнительную власть в регионе. Исследование, скорее, разрушает эту гипотезу и проявляет разницу в позиционировании исполнительной власти, моделировании восприятия губернатора региона. Исходя из полученной информации о разных способах восприятия имиджа главы региона, можно выстраивать медиастратегии, позволяющие улучшать имидж главы региона в глазах населения.

Ключевые слова: политика, регион, школьное образование, образ власти, медиapolитика

Цитирование: Беленкова М. И. Структура репрезентации имиджа региональной власти в нарративной конструкции пользователя социальной сети (на примере аккаунтов губернатора Кемеровской области – Кузбасса С. Е. Цивилёва) // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 147–157. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-147-157>

Введение

В России сложился довольно своеобразный неопатримониальный режим, опирающийся на практики обеспечения легитимности, несводимые к стандартным западным ориентирам [1]. Специфика этого режима позволяет фокусировать в одних руках большой объем власти и экономических активов, однако такой способ организации имеет ряд сложностей. Прежде всего, в гибридном неопатримониальном режиме существует необходимость постоянно обосновывать разрыв между формальной и публичной институциональной практикой и работой неформальных властных институтов, например института фальсификации выборов [2].

Этот режим имеет сложности с обеспечением обратной связи со стороны населения. В парламентской демократии она обеспечивается через гласный открытый механизм выборов и плебисцитов, а в современном обществе, властный порядок которого унаследован РФ, существовала представительская система в лице Советов и Центрального комитета КПСС. Сегодня формальные демократические институты постоянно дискредитируются, а обеспечение легитимности иными способами проблематично в осуществлении, в первую очередь в публичной и ценностной сферах [3].

Наконец, сама легитимация специфической формы властвования требует работы своеобразных публичных институтов, которые успешной властной практикой закрывают проблему спорной легитимности формальных демократических институтов [4].

Проблема легитимации власти вне традиционных идеологических и ценностных конструкций решается путем укрепления обратной связи в публичных медиа, репрезентирующих власть. Многие проблемы, чреватые конфликтом, через практики социальной коммуникации в социальных сетях могут своевременно определяться и получать правильную реакцию со стороны власти. Помимо этого, пространство социальной сети через действия субъектов воспроизводит нарратив восприятия власти, в рамках которого у субъектов властного действия можно увидеть предполагаемые «снизу» позиции, в свою очередь определяющие имидж региональной власти. Каждая социальная сеть через специфику своих функций и интерфейса рекрутирует людей разного социального портрета, устремленных к разным способам взаимодействия с властью.

Важно отметить, что в России традиционно очень сильна исполнительная власть¹. Концентрация власти в руках этой ветви распространяется и на регионы, вследствие чего фигура руководителя региона становится центром репрезентации власти как таковой. Через публичные медиа образ руководителя региона выстраивается как фигура «решающего проблемы», которая контрастирует с местными руководителями, чьи недочеты обнаруживаются в жалобах людей центральной властвующей фигуре [5]. Из этого складывается необходимость изучить специфику отражения образа руководителя региона в социальных медиа, его позицию в дискурсивных практиках комментаторов, субъектов обратной связи *власть – население*.

Представляется оправданным фокусироваться на специфике нарратива, который выстраивается через совокупность комментариев. Этот нарратив характеризует и специфика первичного воздействия (инфоповада), и последующая реакция на обратную связь. Для успешного осмысления проблематики построения имиджа главы региона видится важным вкратце описать теоретико-концептуальный контекст восприятия имиджа власти в социальных сетях. При этом важно опираться на философский бэкграунд, осмысляющий реальность сетей. Так, из теоретического наследия Б. Латура для нас наиболее интересна связка актанта и ризомы [6]. Представляя собой относительно изолированный феномен, актант становится силой, действующей через ризому, задающую функционал и место в мире этому актанту. Воспринимая актант как часть нарратива, мы можем представить себе властный нарратив региона как ризому, в которой функционализируются те или иные аспекты существования образа власти, открывающиеся через диалог с населением [6].

Б. Латура дополняет С. Г. Проскурин тезисом о том, что сетевое пространство центрировано через культурные ценности [7]. Это значит, что образ власти в сетевом восприятии определяется спецификой культурного бэкграунда реципиентов подачи имиджа. В этом плане важно понять, что такое образ власти как таковой. И. А. Атяшкин отмечает, что «образ власти есть амбивалентный по своей природе социальный, политический, психологический, ментальный устойчивый конструкт», который проявляется в жизни общества как спонтанно через «отражение в национальном архетипе сложившейся социально-политической культуры и сложившихся политических практик», так и целенаправленно через коммуникативные технологии [8, с. 175].

В России образ власти тяготеет к авторитарному. Ю. А. Бондаренко отмечает, что «"мягкий авторитаризм" во многом отвечает потребностям нынешнего российского общества, уставшего от анархии и беспорядка» [1, с. 46]. Это связано со спецификой становления в России нового буржуазного общества, которое под лозунгами

демократии способствовало становлению авторитарного, но не обеспечивающего безопасность и достаток граждан политического режима.

А. С. Ваторопин и М. С. Семина приводят список свойств, органичных для образа регионального руководителя в РФ:

- 1) активное взаимодействие с авторитетной общественно-политической фигурой;
- 2) собственная политическая деятельность;
- 3) личные качества;
- 4) общественная деятельность;
- 5) активная общественно-политическая позиция по социально-значимым вопросам;
- 6) информационная политика [9].

Ю. А. Тарасова отмечает, что образ государственного служащего, господствующий в массовом сознании, часто намного хуже реального образа жизни государственного чиновника [5]. Поэтому самостоятельная работа региональной власти в социальных сетях, связанная с построением имиджа, в том числе через прямую коммуникацию с населением, видится важным элементом выправления специфики восприятия власти населением. М. С. Халиуллина отмечает, что «сетевой ресурс представляет собой полилог» [10, с. 611].

Работа по выстраиванию имиджа власти в социальных сетях имеет свою специфику. В ведении российскими руководителями социальных сетей прослеживаются три закономерности. Во-первых, социальные сети часто воспринимаются не как основной канал коммуникации, а как канал, дополняющий привычные способы работы. Во-вторых, нередко социальные сети используются из-за тренда на них, вследствие чего многие страницы региональных руководителей не имеют обновляемого контента. В-третьих, как правило, аккаунт руководителя в социальной сети ведется не собственно политиком, что снижает уровень доверия к нему со стороны избирателей [11].

Учитывая специфику встраивания актантов в ризому, можно рассмотреть складывающиеся дискурсы социальных сетей как нарративы с ризомной основой. Тогда получится выявить структуру нарратива и, следовательно, перемещать определенный объект (например, фигуру руководителя региона) в необходимую для выполнения целей имиджевой стратегии составляющую властного нарратива. Согласно мнению Н. В. Евстигнеевой и О. А. Оберемко, «анализ нарративов может служить диагностическим целям при выявлении идеологической "подкладки" или ее смены в как будто бы нейтральном повествовании» [12, с. 104].

Большой бонус социальных сетей в сравнении с иными каналами политической мобилизации состоит в том, что коммуникация там происходит мгновенно, а благодаря сегментированию аудитории можно относительно

¹ Рогов К. Ю. Гипотеза третьего цикла // Полит.ру. 25.02.2011. Режим доступа: <http://polit.ru/article/2011/02/25/thirdcycle/> (дата обращения: 04.05.2021).

точно подбирать свою целевую аудиторию, воздействие на которую наиболее целесообразно для политика [13]. Наиболее популярно сегодня ведение социальных сетей от имени политика посредством блога. А. А. Керимов и Д. А. Попцов выделяют следующие функции политического блоггинга: политико-мобилизационную, политико-имиджевую, политико-рекламную, функцию политической социализации электората [14]. Грамотное использование блога позволит успешно осуществлять все эти функции, которые ранее концентрировались в рамках внесетевых СМИ и способов пропаганды.

А. В. Маковейчук утверждает, что «интернет-технологии можно рассматривать как значимый фактор регионального политического развития» [15, с. 14]. М. И. Рыхтик и А. В. Маковейчук отмечают рост влияния социальных медиа на реализацию информационной политики [16]. «Возникновение нового канала политической коммуникации может способствовать активизации участия граждан в обсуждении политических решений, усилению их влияния на региональную власть и увеличению возможностей политических партий и структур гражданского общества воздействовать на региональную интернет-аудиторию» [15, с. 14].

А. А. Попова выделяет семь функций социальных сетей как инструмента выстраивания политического имиджа: информационную, коммуникативную, психологическую, самопрезентационную, оценочную, воздействующую и функцию социализации [17].

Объектом исследования выступает репрезентация имиджа губернатора Кемеровской области – Кузбасса в социальных сетях, предметом – восприятие имиджа аудиторией социальных сетей. Цель – выявить основные закономерности восприятия имиджа губернатора в зависимости от социальной сети. Гипотеза: все социальные сети, в которых воспроизводится властный нарратив, производят одну его структуру со значимыми различиями, понимание которых позволяет идентифицировать позицию региона и имидж региональной власти. Исследовательский вопрос: как образ губернатора зависит от социальной сети, в которой он репрезентируется через новости и комментарии? Задачами выступили изучение реакции на пять инфоповодов, связанных с фигурой губернатора в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Instagram; формализация индикаторов отношения к губернатору; выявление преобладающей тематики, тональности и оценки фигуры губернатора в каждой из социальных сетей. Хронологический период проведенного исследования составил промежуток с 11 августа 2020 г. по 12 апреля 2021 г.

Методы и материалы

Анализ сложившегося из реплик комментаторов метанарратива проводится по методу нарративной семиотики. Метанарратив раскладывается на актанты (субъект, объект, адресант, адресат, помощник, противник), изотопы

места и времени. Каждый эпизод ставится в семиотический квадрат, и выявляются ценности респондента. Далее создается карта ценностей и ориентаций респондента.

Нарративная структура в анализе выделяет в каждом элементе интервью шесть актантов. Характеризуем их движения: приобретение, конфронтация, подавление, познание, увеличение и модификация. Реконструируются изотопы места и времени. Первое делится на внутреннее и внешнее (например, обстановка в отряде – внутреннее, внешние влияния – внешнее). Второе представляет собой ось времени, т. е. мы отмечаем, какие эпохи раскрывает респондент (например, реформа полиции 2012 г. как период смены эпох). От них выставляется важность целеполагания респондента / информанта. Кодировем каждый сюжет в интервью пятью функциями:

А – заключение договора (предписание *vs* согласие; А – не договор);

Б – борьба (противостояние *vs* победа);

С – коммуникация (передача и получение);

Р – присутствие;

Д – быстрое перемещение [18].

В маркерах выявляются знаки, через которые воспроизводится портрет губернатора. Для каждого выявленного знака дается описание обозначаемого объекта и собственно интерпретанта. Знаки выстраиваются в цепочки либо парную оппозицию (когда речь идет о противопоставлении). Значения выявляются из связи между знаками через картирование. Далее выявляется, как выражены в рассказе отношения зависимости и власти. На этапе категоризации участия фиксируются категории объектов, совокупности объектов разных категорий. При этом оценивается, является ли та или иная совокупность системой. Описывается деятельность и функционал каждого члена такой системы.

Результаты

Мы изучили примерно 400 комментариев, из которых выделили только те, в которых ясно проявляются черты властного нарратива. Через них реконструируются отношения власти в восприятии людей и характер включения образа губернатора в представления людей о власти. Ключая комментарии в универсальную конструкцию нарратива, мы установили, какая роль в конструкции власти отводится губернатору и как статус губернатора в рамках нарратива, реконструированного из каждой изученной социальной сети, влияет на характер властных отношений в представлении пользователей той или иной социальной сети. Эти комментарии приведены в приложении.

Основные темы касаются инфоповодов, связанных с «наведением порядка» в Кузбассе. Меняется содержание сюжетов, но не их структура: в каждой новости центральной фигурой выступает губернатор, успешно закрывший задачу / проблему. Основной силой, действующей в каждом сюжете, выступает губернатор. Тематическим сегментом выступает не тема новости, а социальная сеть, в которой ведется коммуникация.

Нами были составлены карты имиджа губернатора в зависимости от социальной сети, в которой он репрезентируется (рис. 1–4²). Карты построены по схеме нарратива, приведенной в работе С. Тичера и др. [18]. Опишем содержание вышеприведенных карт. Важно проследить, как меняется содержание актантов в зависимости от социальной сети. Это поможет понять сущность представления о власти как у аудитории каждой из рассмотренных социальных сетей, так и у аудитории социальных медиа Кузбасса в целом.

ВКонтакте. Субъект пассивен, даже когда речь идет о губернаторе, пишут «он должен», а не «он делает». Объект пассивен за исключением Vk5, где Жители угрожают превращением из объекта в субъект протеста. Улицы города также активны как нечто страдающее, приносящее проблемы. Активность объекта выступает как бы следствием пассивности субъекта.

Адресант активен уже фактом обращения / комментирования. Губернатор в качестве адресата пассивен, но важно понимать, что цель почти любого комментария –

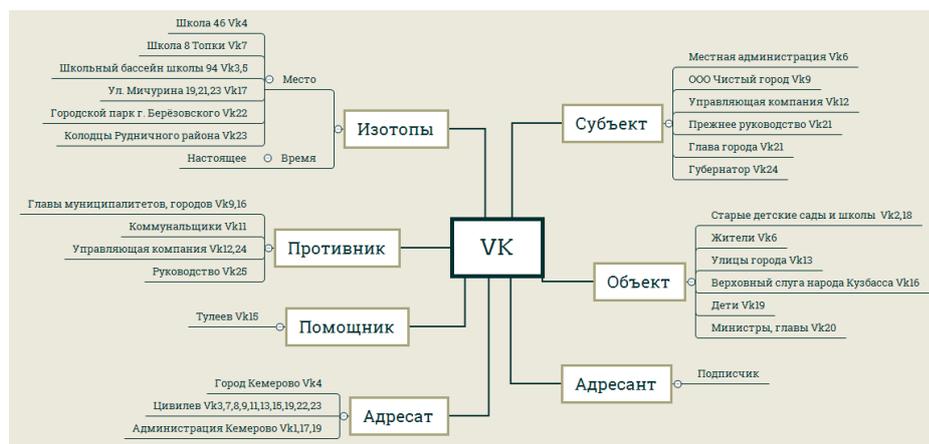


Рис. 1. Карта имиджа губернатора Кузбасса С. Е. Цивилёва в сети ВКонтакте
 Fig. 1. Image map of the governor of Kuzbass S. E. Tsivilev on VKontakte



Рис. 2. Карта имиджа губернатора Кузбасса С. Е. Цивилёва в сети Instagram
 Fig. 2. Image map of the governor of Kuzbass S. E. Tsivilev on Instagram



Рис. 3. Карта имиджа губернатора Кузбасса С. Е. Цивилёва в сети Facebook
 Fig. 3. Image map of the governor of Kuzbass S. E. Tsivilev on Facebook

² В рисунках используются сокращения названий социальных сетей: ВКонтакте (Vk), Instagram (In), Facebook (Fb). Цифровое обозначение указывает на порядковый номер комментария, приведенного в приложении к статье.



Рис. 4. Модальность актантов
Fig. 4. Modality of actants

побудить к действию, восстановить должный уровень работы любого адресата. Потому в этом актанте любой элемент будет пассивным. Важно отметить, что изучаемая страница выступает одним из центров обратной связи: страницы администрации города, области, иных локаций постоянно отвечают комментаторам, сообщают о проведенной работе либо поданных сигналах.

Помощник А. Г. Тулеев выступает активным актантом, но в прошлом. Характерно, что кроме него помощников не формулируется. Противниками выступают те участники жизни региона, которые заслужили отповеди и отрицательных оценок их деятельности либо бездействия. Главы городов описываются как «недолжные существовать в своем качестве», проявляются призывы к их смене. Коммунальщики как актант имеют активную модальность – они «бунтуют». Управляющая компания выступает активным актантом, она «собирает деньги» и «вредительствует». Руководство скорее пассивно.

Instagram. Субъект в лице губернатора выступает пассивным и дисфункциональным в комментарии 20. Его функционалом является при этом «тыкать носом» нижестоящих чиновников³. В 22 он все же активен, причем в 25 и 26 комментаторы стремятся ограничить эту субъектность посылом, сочетающимся с «натывать лицом».

Министр здравоохранения в качестве субъекта тоже дисфункционален, его запускает в работу губернатор через прямое указание на недостатки в работе⁴. В целом субъект пассивен / дисфункционален, губернатор в качестве субъекта видится «настраивающим систему». Объекты выступают «страдающими» от локаций до сибиряков, но исключая мэров: они воспринимаются как

объекты правильного руководства, которые должны подвергаться «правильному воздействию».

Адресант активен по умолчанию. Адресат пассивен в каждом случае. Помощник в качестве губернатора, скорее, активен. Противник активен в ипостаси директора. Изотопы пассивны.

Facebook. Субъект активен, объект, скорее, активен. Адресант и адресат активны. Помощник активен, противник активен в получении денег (зарплата, плата за коммунальные услуги). Изотопы пассивны⁵.

Движения актантов характеризуются конфронтацией, приобретением и модификацией⁶. Во ВКонтакте губернатор чаще выступает адресатом, в Instagram – субъектом, в Facebook он прописан адресатом. Адресатом для автора комментария является исполнительная власть, которую венчает губернатор. Если выстраивать оппозицию, то в ней адресат как власть, «решающий» будет противостоять проблеме – противнику⁷. Построим семиотические квадраты этой оппозиции по социальным сетям (табл.).

При том, что люди обращаются к губернатору, основным субъектом действия в их речевых практиках выступают структурные подразделения региональной власти. Во всех рассмотренных социальных сетях оппозицией, противниками для граждан оказываются руководители местного уровня, в том числе ответственные за социальную инфраструктуру той или иной локации. При этом Instagram (рис. 2) отличается от иных социальных сетей тем, что там намного чаще глава исполнительной власти региона обозначается как «Сергей Евгеньевич», т.е. люди чаще обращаются к губернатору как к личности.

³ С. Е. Цивилёв оценил новый детский сад на Притомском проспекте в Кемерове // Instagram. 19.03.2021. Режим доступа: <https://www.instagram.com/p/CMmB9elnrdN/> (дата обращения: 04.05.2021).

⁴ Ремонт школы в Анжеро-Судженске // Instagram. 26.03.2021. Режим доступа: <https://www.instagram.com/p/CM3-QM8HRPv/> (дата обращения: 04.05.2021).

⁵ С. Е. Цивилёв поручил главам муниципалитетов лично проверить качество очистки снега // Facebook. 24.03.2021. Режим доступа: <https://www.facebook.com/tsivilev42/posts/736300430402764> (дата обращения: 04.05.2021).

⁶ С. Е. Цивилёв дал поручения минздраву после визита в кузбасскую поликлинику // Facebook. 16.03.2021. Режим доступа: <https://www.facebook.com/tsivilev42/posts/732054870827320> (дата обращения: 04.05.2021).

⁷ С. Е. Цивилёв: «В Новокузнецке нашли 10 открытых колодцев, в Кемерове – 17» // Facebook. 15.03.2021. Режим доступа: <https://www.facebook.com/tsivilev42/posts/731553097544164> (дата обращения: 04.05.2021).

Табл. Семiotические квадраты репрезентации губернатора в социальных сетях

Tab. Semiotic squares of the governor's representation in social nets

<i>ВКонтакте</i>	
Цивилёв, г. Кемерово, администрация г. Кемерово	коммунальщики, управляющие компании (УК), руководство города
не коммунальщики, руководство	не Цивилёв, администрация
<i>Instagram</i>	
Сергей Евгеньевич, министр здравоохранения	руководители (мэр, директор), природа (сосульки и пр.)
не руководство, природа	не Сергей Евгеньевич, министр здравоохранения
<i>Facebook</i>	
губернатор	ответственные, УК
не ответственные, УК	не губернатор

В Instagram можно увидеть единичный случай, когда противником выступают природные условия.

Комплементарной в отношении губернатора силой во всех социальных сетях выступает совокупность людей, не относящихся к социальным субъектам, ответственным за решение проблем: прежде всего, «не руководство».

С. Е. Цивилёв как персона, олицетворяющая власть, выступает активным актантом только в Facebook (рис. 3). В иных социальных сетях он является пассивным субъектом, однако его пассивность – это неизбежная позиция для того, кто обращается: он стремится подвинуть главного субъекта к действию, для обоснования этой интенции адресат прописывается пассивным. Возможно, это тоже часть аргументации, призванной подтолкнуть власть к действию. В этом плане характерно, что помощник всегда активен. Вероятно, фигура помощника актуализируется как контрастная по отношению к адресату / субъекту. Противник же во всех изученных социальных сетях выступает активным, активно вредящим. Нередко противником оказывается местная власть либо управленцы, ответственные за социальную инфраструктуру в локации.

Примечательно, что объект воздействия региональной власти часто оказывается активным, активно воздействующим либо способным воздействовать на предмет сложившегося дискурсивного поля. Общая картина имиджа региональной власти в социальных сетях выглядит довольно цельной: отличия восприятия в зависимости от социальных сетей носят локальный характер. Так, аудитория Instagram видит региональную власть более персонализированной, аудитория Facebook считает губернатора более активной фигурой, а вот для аудитории ВКонтакте губернатор выглядит максимально деперсонализированным субъектом. Исходя из этого, можно выстраивать разные

стратегии работы с имиджем губернатора в социальных сетях. Однако все они должны иметь базовый подход, который опирается на знание общей картины восприятия фигуры губернатора в социальных сетях.

Заключение

Властный нарратив, воспроизводимый в изученных нами социальных сетях, носит в целом один и тот же характер. В его рамках губернатор выступает высоко стоящим медиатором, которому противостоят нерадивые местные руководители. Как правило, губернатору отводится ясная функциональность: он должен «бить по голове» ниже стоящих начальников, заставляя их работать, постоянно ездить по региону, обеспечивать равномерность его развития. Губернатор не должен заниматься массой локальных вещей: ими должны заниматься начальники, получившие своевременные указания.

Разница между социальными сетями есть, хотя и не принципиальная. В социальной сети ВКонтакте люди чаще пишут, обращаясь с проблемами. Там же они чаще выражают недовольство, обещая беспорядки либо поминная контрастно, добрым словом, прежнего губернатора области (рис. 1). Губернатор предстает там как лицо отстраненное, некоторое «пустое означающее», фигура, не очень сильно зависящая от личности, входящей в нее в конкретный момент.

Наоборот, в Instagram глава региона воспринимается более лично: его часто называют по имени и отчеству. Формулировки проблем и жалоб носят более конкретный и менее агрессивный характер. Роль губернатора здесь выглядит более пассивной: руководитель исполнительной власти региона предполагается человеком, настраивающим систему, а не занятым массой локальных дел (рис. 2). Интенсивность обратной связи в этих двух социальных сетях в целом одинакова.

В Facebook же люди на порядок менее активны: они пишут примерно в три раза реже, чем в иных рассмотренных социальных сетях. При этом основные субъекты складывающегося властного нарратива в этой социальной сети предстают более активными, чем в иных сетях. Здесь губернатор вызывает наиболее позитивное отношение со стороны людей (рис. 3).

Губернатор как адресат выглядит пассивным в социальных сетях ВКонтакте и Instagram (рис. 4).

Публичная страница губернатора выступает прямой инструментом решения проблем: на комментарии возмущенных жителей реагируют публичные страницы соответствующих местных администраций, объясняя, что уже сделано для решения проблемы и что будет сделано. Помимо инструментализации медиа как формы убыстренной обратной связи между властью и населением, такой подход к коммуникации выступает инструментом легитимации власти: защищая свое право быть авторитарной, власть показывает готовность чутко реагировать на запросы людей. При этом запросам людей через сами

информационные поводы отводятся ясно определенное место: это благоустройство локаций. Остальные вопросы, в том числе ценностные, уводятся за рамки публичного властного дискурса, что может привести к складыванию в региональном обществе устремлений и картин мира, на которые власть не сможет воздействовать привычными медиасредствами.

Приложение⁸

ВКонтакте

1. Пускай Администрация города Кемерово выделяет деньги! А то только и могут в инстаграмм, да в вк сториз публиковать о ремонтах школ, а по факту выполняют свои обязанности, которые на деле "капля в море"!
2. Старые садики и школы за счёт бюджета ремонтировали бы.. Хотя, о чём это Я.. Есть же родители и обязательно – добровольные взносы..
3. Пожалуйста 🙏🙏🙏, сделайте бассейн в нашей школе!!!!
4. Кемеровская область Новокузнецкий район село Сосновка
5. Город Кемерово, здравствуйте! А школу 46 когда сделаете как все красивые?
6. Город Кемерово, и школа №94 бассейн. Переписка уже много лет.
7. Во, школы ремонтируют, строят – это хорошо. А вот у нас, в п. Рассвет, Новокузнецкого района, местная администрация в очередной раз решила отремонтировать дом культуры!!!! <...> Или жителям нужно обязательно устраивать волнения, чтобы нас услышали?
8. Ой как мило... Вопрос вот в том, что допустим у нас в Топках школа №8, как показала практика абсолютно не готова была к дистанционному обучению. Нет компьютеров, нет нормального интернета. Вы хотя бы то, что есть до нормальных кондиций доведите.
9. Добрый день Сергей Евгеньевич. Пишу Вас обратиться внимание на работу Регионального оператора ООО Чистый город. Я проживаю по адресу пос. Новосикитимск, ул. Майская, 19-1. 27.03.2021г с-но графику должны вывезти мусорный бочок, ... оплату за этот месяц я тоже могу не вносить? – так как услуга мне не предоставлена на что мне ответили нет вы должны оплатить к вам ведь машина с водителем приехала. Ну она ведь была возле моего дома буквально в 10 метрах но мусор так и не забрала.
10. Сергей Евгеньевич, не мне конечно вам советы давать, но, таких глав, считаю, быть не должно как и любых подобных управляющих.
11. Александр, согласна в Кемерово ситуация дальше некуда, чистится только проезжая часть дороги. <...> пройти тоже проблема по такой дороге.

12. Почитайте уже наконец-то, ну. А то складывается ощущение, что у коммунальщиков бунт, пока сам снег не растает, никто ничего делать не собирается.
13. Почему уборка снега во дворах начинается только во время таяния снега? <...> Иначе не назовёшь, как вредительство.
14. Читать смешно! У нас губернатор из дома не выходит и на улицах не бывает? Как будто до таяния снега не было видно что не убирают!
15. При Тулееве снег убирали! А если нет то глав снимпди!
16. Вопрос... а сам губернатор читает эти смс... не одного ответа не нашла ни где((((
17. Что будет с теми, кто не выполнит ваше поручение? <...> Жду от вас, верховного слуги народа Кузбасса отчета о проведенной работе с главами городов на тему очистки улиц от снега
18. С понедельника делаем заявки на "почистить проезжую часть" в центре города, ул. Мичурина, дома 19, 21, 23... Классический лицей. Фото сделаны сегодня, в пятницу(((...
19. Когда старые садики будут ремонтировать за счёт бюджета, а не с кошелька родителей?!
20. Администрация-Города, спасибо, о проделанных работах и так понятно... Уважаемый Сергей Цивилев обратите внимание к проблеме, пожалуйста. Дети – наше будущее, будущее области!
21. А разве в обязанности министров, глав и т. д. не входило все эти 40 лет следить за состоянием объектов, ремонтировать их и обеспечивать достойный уровень медицины? ... Начните уже принимать кадровые решения!
22. Поликлиника, конечно, ужас. Тут не лечиться, тут заболеть только возможно. Куда смотрело прежнее руководство? Да и к нынешнему главе можно задать вопросы. Может, хоть сейчас откапывают!
23. Дай бог здоровья вам Сергей Евгеньевич!!!! В Берёзовском вообще хаус 90х за порядком толком ни кто не следит!!!! ... Было бы здорово улучшить, преобразить сам город!!!! Который является городом шахтёров!!!! Если это возможно большая просьба провести день шахтёра в городе
24. Уважаемый губернатор Сергей Евгеньевич два года назад по моим обращениям в Администрацию города Кемерово было закрыто 26 глубоких открытых колодцев, как правило в частном секторе Рудничного района, которые я случайно обнаруживал. <...> Но тогда по вашей команде Сергей Евгеньевич закрывали открытые колодцы не за три дня как прошили, а за три часа. Но один человек в поле не воин.

⁸ Сохранены орфография и пунктуация авторов.

25. Так у нас всегда: и об открытых колодца, и о сосульках должен думать губернатор. А УК только деньги собирать.
26. Андрей, на каждый колодец свой телефон – с них станется... Эффективнее было бы, конечно, гнать вашей руководство, по вине которого произошло то или иное ЧП, но когда такое было...

Instagram

1. 👍👍👍 Очень здорово, что в нашем городе появится такая замечательная школа!!!! <... > Успехов Вам!!!!
2. Добрый вечер! Расскажите пожалуйста о строительстве или ремонте(?) аэропорта. Очень хочется узнать, сможем ли мы летать прямыми рейсами из нашего города, а не ехать в Новосибирск?
3. Каждую неделю по новой школе. Это лучше, чем по три церкви в день.
4. Посмотрели бы на 16 школу г. Прокопьевск, фасад здания белили наверное пол века назад. Ещё 10 назад была 11летка, а сейчас девяти, район большой деток много. Посмотришь на родную школу, бомжатник.
5. Здравствуйте, а в посёлке Ясногорском Кемеровского района обещали начать полную реконструкцию тоже, а теперь директор сказал что нет будут делать несколько кабинетов и все. Почему?
6. Пожарную безопасность с секундомером проверять будете?
7. Инженерно-техническое направление – это то, что нужно Кузбассу. Пора поднимать производство.
8. Мэрами должны становиться супер ответственный люди. их бы еще на полиграфе проверять перед вступлением в должность, чтобы точно человек был с кристально чистой репутацией и высокой планкой ответственности.
9. Доброго дня Вам. Если дворник убирает закреплённый участок жилого дома (у подъездов) надеюсь по ПРАВИЛАМ, НОРМАМ... и т. д., почему же тогда у частных предпринимателей ЭТИ ОПЕРАЦИИ не выполняются... КУЛЬТУРЫ ПРОИЗВОДСТВА НИ СТАЛО!!!
10. Уважаемый Сергей Евгеньевич. На улице Пограничной находится детский сад но дорога к нему в ужасном состоянии, родители ломая ноги и машины с трудом добираются до ворот детсада, обратите пожалуйста на это внимание. <... > Прошу Вас помогите нам и нашим детям.
11. Здравствуйте, Сергей Евгеньевич! Хочу к Вам лично обратиться... Меня зовут Марина, проживаю в п. Боровой ул Загорская 7 кв 3. <... > Я просто возмущена, потому что не кто не чего не делает!!!!!! За то великие зарплаты получают... Не понятно за какую работу.
12. Хочу сказать, что мэр Кемерово даже не читает сообщения. Моя жалоба на чистку снега висит не прочитанной с января месяца. Вот так и живем, с лопатой в руках после работы.
13. Да не убирайте ничего, все равно 85 % проголосует как вам надо.
14. Очень здорово, что открываются новые детские сады, город растет, так и должно быть! Но старые детские сады действительно в плачевном состоянии, на них администрация совсем не выделяет денег, поэтому получается, что какие-то дети ходят в современные благоустроенные сады, а другие в старые, совершенно убитые 😞.
15. Поездки в районы – это правильно. Надо смотреть, чем люди живут.
16. Ваш министр вообще стационары посещает? Смотрит в каких условиях находятся пациенты? Что вы мне отписки высылаете? Туалет когда будет отремонтирован, чтобы в него вообще зайти можно было? Человек вернулся из стационара в разодранной одежде, т. к. штырь из кровати торчал. И тараканы там есть. Вы из кабинета почаще выходите и на благо народа работайте
17. Показуха ...
18. Полностью с вами согласна.
19. Показуха – это когда сделают на пять копеек, а разговоров на сто рублей. а здесь только дела и дела.
20. Согласна она) только вам наивным не понять одно, не решает он ничего когда действительно обращаются. А здесь настоящий распил денег.
21. Мне вот не понятно, а министр здравоохранения Кузбасса работает только когда его натывает носом губернатор? А в районах люди, которые должны заниматься такими вопросами, чем занимаются? Просто получают зарплату...
22. Уважаю Губернатора за то, что не сидит в своем уютном кабинете, а мотается по всей области, во все вникает!
23. Почему администрация города не занимается благоустройством поселка??? <... > ПРИВЕДИТЕ ХОТЬ ОДИН ПРИМЕР, ЧТО ВЫ СДЕЛАЛИ НА ПОСЕЛКЕ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ???
24. К сожалению, пока не пнешь чиновников на местах, спустя рукава будут работать и будут дети падать в колодцы(((
25. У сибиряков три напасти сейчас: снег, гололед и сосульки. Губернатору конечно больше нечем заниматься, только этим.
26. А губернатору не нужно этим заниматься у него есть замы а он должен с них спрашивать а если не справился рублём наказать.

Facebook

1. Программа выполняется, это самое главное. Строители молодцы, строят быстро. Надеемся, что качественно.
2. Современная цифровая школа это новое качество образования. Кузбасс должен стать Первым во всем.
3. Проект интересен. Посмотрим, как будет в реалии.

4. Частный сектор строился в 40–50-е годы. Всё давно обветшало. Ясно, строения подгнили, вот и рушатся. Бедным людям оттуда никогда не выбраться. Помогите им.
5. Дома в частном секторе старые, остались одни старики. Помочь некому. Век доживают. Неудивительно, что обрушиваются.
6. Точно, дороги никто никогда не чистят. так было во веки веков. Так и сейчас. Хорошо, что помогаете.
7. Когда же садики в Новокузнецке, наконец, начнут открываться?! Все Кемерово, да Кемерово... Безобразия!
8. Почему на шахте Владимирской не хотите построить детский сад?! На весь посёлок он один, детей возят в Кедровку.
9. Вот и правильно, что лично убедились в каком состоянии находится больница. Будем ждать реального результата.
10. Начните уже наказывать, штрафовать ответственных. <...> Яму в г. Кемерово между домами по ул. Базовой № 4 и № 6 ещё с октября месяца не заделали. Сейчас весна и туда кто-то провалится...!
11. УК сегодня это просто ужас. Крыши текут, колодцы открыты, подъезды не ремонтируются, зато квартплату вносим регулярно.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Литература

1. Бондаренко Ю. А. Авторитарные тенденции в российской демократии как историческая традиция // Вестник КГПУ им. В. П. Астафьева. 2009. № 2. С. 44–47.
2. Мельвиль А. Ю., Стукал Д. К., Миронюк М. Г. «Царь горы», или почему в посткоммунистических автократиях плохие институты // Полис. Политические исследования. 2013. № 2. С. 125–142.
3. Меркель В., Круассан А. Формальные и неформальные институты в дефектных демократиях (I) // Полис. Политические исследования. 2002. № 1. С. 6–17.
4. Голосов Г. В. Электоральный авторитаризм в России // Pro et Contra. 2008. Т. 12. № 1. С. 22–35.
5. Тарасова Ю. А. Технологии связей с общественностью в формировании имиджа государственной службы // Управленческое консультирование. 2015. № 5. С. 29–37.
6. Федорова С. А. Актанто-ризомная онтология Б. Латура // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2017. № 37. С. 89–103. DOI: 10.17223/1998863X/37/25
7. Проскурин С. Г. Типология сетевых структур в языке и культуре // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2010. Т. 8. № 2. С. 58–64.
8. Атяшкин И. А. PR как механизм формирования общественного мнения о деятельности органов государственной власти // Наука. Общество. Государство. 2017. Т. 5. № 4. С. 172–178.
9. Ваторопин А. С., Семина М. С. Управление формированием имиджа губернатора как лидера общественного мнения // Вопросы управления. 2016. № 1. С. 24–27.
10. Хаалиулина М. С. Блог как средство коммуникации региональных политических деятелей с электоратом // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 4. С. 603–614. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(4).603-614
11. Фатыхова Д. Р. Роль социальных медиа в формировании имиджа политика // Вестник экономики, права и социологии. 2014. № 4. С. 263–265.
12. Евстигнеева Н. В., Оберемко О. А. Модели анализа нарратива // Человек. Сообщество. Управление. 2007. № 4. С. 95–107.
13. Ефимова И. Н., Маковейчук А. В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности // Известия АлтГУ. 2012. № 4-1. С. 245–248.
14. Керимов А. А., Попцов Д. А. Имидж политического лидера в эпоху цифровых медиа-технологий: особенности формирования // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2020. Т. 20. № 3. С. 366–370. DOI: 10.18500/1818-9601-2020-20-3-366-370
15. Маковейчук А. В. Перспективы цифровизации политической сферы на региональном уровне в современной России // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2018. Т. 8. № 4. С. 10–15. DOI: 10.26794/2226-7867-2018-8-4-10-15
16. Рыхтик М. И., Маковейчук А. В. Роль социальных медиа в реализации имиджевых стратегий политических деятелей в контексте формирования информационного общества на региональном уровне // Вопросы управления. 2015. № 6. С. 76–82.
17. Попова А. А. Социальные сети как инструмент формирования политического имиджа // PRO NUNC. Современные политические процессы. 2018. № 2. С. 82–87.
18. Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса / пер. и науч. ред. А. А. Киселевой. Харьков: Гуманитарный Центр, 2016. 356 с.

original article

Image Representation Structure of the Regional Government in Social Net Narrative based on the Accounts of S. E. Tsivilev, Governor of Kemerovo Region

Mariya I. Belenkova

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo; mariya-belenkova@bk.ru

Received 19 May 2021. Accepted 25 Jun 2021.

Abstract: The present research featured the way social net users perceive the image of the head of a region. The study involved comments to posts made by the governor of Kuzbass S. E. Tsivilev in VKontakte, Instagram, and Facebook. The analysis employed the method of narrative semiotics. The feedback between the population and the government appeared to depend on the specifics of the political regime in the region. Social nets became both a form of feedback and an indicator of the perception of the imposed image. Different social networks have different audiences, hence the different perception of the governor. Moreover, each social net has its own functionality, which sets the format of feedback. The initial hypothesis was that different social networks produce different attitudes towards the main figure of local executive power. The research results contradicted with this hypothesis and revealed a difference in the positioning of the executive branch and modeling of the governor's image perception. Based on the data about different perception models, the local authorities can build new media strategies in order to improve the image of the governor in the eyes of the population.

Keywords: politics, region, school-transformation, image of power, media policy

Citation: Belenkova M. I. Image Representation Structure of the Regional Government in Social Net Narrative based on the Accounts of S. E. Tsivilev, Governor of Kemerovo Region. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 147–157. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-147-157>

Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Bondarenko Yu. A. Authoritarian tendencies in Russian democracy as a historical tradition. *Vestnik KGPU im. V. P. Astafeva*, 2009, (2): 44–47. (In Russ.)
2. Melville A. Yu., Stukal D. K., Mironyuk M. G. "King of the hill", or Why the institutions of post-communist autocracies are bad. *Polis. Political Studies*, 2013, (2): 125–142. (In Russ.)
3. Merkel V., Croissant A. Formal and informal institutions in defective democracies. *Polis. Political Studies*, 2002, (1): 6–17. (In Russ.)
4. Golosov G. V. Electoral authoritarianism in Russia. *Pro et Contra*, 2008, 12(1): 22–35. (In Russ.)
5. Tarasova Yu. A. Technologies of public relations in formation of image of public service. *Administrative consulting*, 2015, (5): 29–37. (In Russ.)
6. Fedorova S. A. Actant-rhizome ontology of B. Latour. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya*, 2017, (37): 249–261. (In Russ.) DOI: 10.17223/1998863X/37/25
7. Proskurin S. G. The typology of network structures in language and culture. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2010, 8(2): 58–64. (In Russ.)
8. Atyashkin I. A. PR as the mechanism for the formation of public opinion about activity of bodies of state power. *Elektronnyi nauchnyi zhurnal "Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo"*, 2017, 5(4): 172–178. (In Russ.)
9. Vatoropin A. S., Semina M. S. Monitoring the governor's image development as a leader of public opinion. *Voprosy upravleniia*, 2016, (1): 24–27. (In Russ.)
10. Khaliullina M. S. The blog as a means of communication of regional politicians with the electorate. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 2017, 6(4): 603–614. (In Russ.) DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(4).603-614
11. Fatykhova D. R. The role of social media in shaping of an image of a politician. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii*, 2014, (4): 263–265. (In Russ.)
12. Evstigneeva N. V., Oberemko O. A. Narrative analysis models. *Chelovek. Soobshhestvo. Upravlenie*, 2007, (4): 95–107. (In Russ.)

13. Efimova I. N., Makoveychuk A. V. Social networks as a new mechanism for forming the image of the subjects of political activity. *Izvestiia AltGU*, 2012, (4-1): 245–248. (In Russ.)
14. Kerimov A. A., Poptsov D. A. Image of a political leader in the era of digital media technologies: features of formation. *Izvestiia Saratovskogo universiteta. Novaia seriia. Seriia: Sotsiologiya. Politologiya*, 2020, 20(3): 366–370. (In Russ.) DOI: 10.18500/1818-9601-2020-20-3-366-370
15. Makoveychuk A. V. The prospects for digitalization the political sphere at the regional level in contemporary Russia. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finasovogo Universiteta*, 2018, 8(4): 10–15. (In Russ.) DOI: 10.26794/2226-7867-2018-8-4-10-15
16. Rykhtik M. I., Makoveychuk A. V. The role of social media in implementation of image strategies of the politicians in the context of information society development at regional level. *Voprosy upravleniia*, 2015, (6): 76–82. (In Russ.)
17. Popova A. A. Social networks as a tool of political image formation. *PRO NUNC. Sovremennye politicheskie protsessy*, 2018, (2): 82–87. (In Russ.)
18. Titscher S., Meyer M., Vodak R., Vetter E. *Methods of text and discourse analysis*, tr. and ed. Kiseleva A. A. Kharkiv: Gumanitarnyi Tsentr, 2016, 356. (In Russ.)

оригинальная статья
УДК 323.1(297.1)

Исламская идентичность в светском обществе в концепции Т. Убру

Альбина Викторовна Михалева

Пермский федеральный исследовательский центр Уральского отделения Российской академии наук, Россия, г. Пермь;
<https://orcid.org/0000-0003-0075-9714>; mialba@yandex.ru

Поступила в редакцию 29.04.2021. Принята в печать 03.06.2021.

Аннотация: Миграция и проблема сохранения национальной идентичности остаются центральными вопросами политической повестки дня и общественных дебатов многих современных стран. Рассмотрены взгляды французского имама Тарека Убру – автора концепции «шариата меньшинства» – по вопросам мусульманской идентичности и интеграции мигрантов во Франции. Т. Убру символизирует собой фигуру на стыке двух цивилизаций – теоретика и посредника по реорганизации ислама во Франции. Источниковую базу исследования составили монографии, отдельные статьи и тексты выступлений французского имама за последние двадцать лет. В качестве методов использовались когнитивный и концептуальный анализ текста, позволяющие реконструировать структуру политического сообщения и его отдельных компонентов. Результаты исследования свидетельствуют о том, что Т. Убру перефокусирует исламскую идентичность на ее внутреннее измерение за счет пересмотра определяющих маркеров. Минимизация исламской идентичности призвана сработать на сохранение и поддержание мусульманского присутствия на Западе. Вместе с тем он национализирует исламскую идентичность, подчиняя ее гражданским и политическим нормам Франции. Несмотря на то, что предложенная идентификационная модель вызывает неоднозначные реакции в мусульманской среде и большие сомнения в принимающем обществе, отдельные ее положения востребованы на государственном уровне.

Ключевые слова: ислам в Европе, интеграция, либеральный реформизм, исламская мысль, религиозное меньшинство, теология аккультурации, адаптация, секуляризация

Цитирование: Михалева А. В. Исламская идентичность в светском обществе в концепции Т. Убру // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 158–167. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-158-167>

Введение

Миграция остается центральным вопросом политической повестки дня и общественных дебатов многих современных стран. В этом отношении показательно высказывание председателя Христианско-социального союза и министра внутренних дел ФРГ Х. Зеехофера, который назвал проблему миграции «матерью всех политических проблем» Германии¹. Миграция из стран с преимущественно мусульманским населением активно влияет на принимающие общества и меняет их. Ее нельзя рассматривать как единожды случившийся акт, она обуславливает дальнейшие серьезные демографические, социальные, политические изменения в принимающих обществах, в том числе пересмотр национальной идентичности. Последнее мы активно наблюдаем в странах Западной Европы, где принимающие общества оказались перед дилеммой – невозможностью сохранения прежнего социального порядка и неготовностью к существенным изменениям. Эта противоречивость особенно заметна в ситуации демократической системы, когда гражданские

и политические права реализуются не по принципу автохтонности или давности проживания, а по принципу равноправия для всех граждан. Сложившаяся ситуация бросает вызов внутренним политическим и общественным силам отдельных стран в поиске адекватных и объективных ответов на требования современности. В свете данных социальных изменений особый интерес представляют наработки мусульманских интеллектуалов принимающих обществ и их осмысление проблем идентичности и интеграции. Исламские акторы оказались перед двойной ответственностью: перед мигрантами в целом и перед исламом – популярным объектом культурной стигматизации.

В статье предлагается рассмотреть позицию французского имама Тарека Убру – автора концепции «шариата меньшинства» – в отношении мусульманской идентичности, национальной идентичности и интеграции мигрантов во Франции. За последние годы Т. Убру стал авторитетной и признанной фигурой общественно-политического

¹ Seehofer nennt Migration "Mutter aller politischen Probleme" // Der Tagesspiegel. 06.09.2018. Режим доступа: <https://www.tagesspiegel.de/politik/innenminister-nach-chemnitz-seehofer-nennt-migration-mutter-aller-politischen-probleme/23002186.html> (дата обращения: 30.01.2021).

дискурса во Франции, где снискал славу «великого имама Бордо»², «локального лидера Бордо»³, «уважаемого голоса ислама Франции»⁴, «одного из самых влиятельных имамов Франции, теоретика интеграционного ислама»⁵, «открытого для нового размышления об исламе»⁶, «воплощающего мысль в движении» [1]. Т. Убру позиционирует себя как фигуру на стыке двух цивилизаций, готовую взять на себя роль теоретика и посредника по реорганизации ислама во Франции. Он видит свою цель в «содействии мирной интеграции ислама во французское общество» [2, р. 144] и «примирении между мусульманами и Республикой» [2, р. 28].

Т. Убру активно вошел в общественно-политический дискурс Франции на волне событий 11 сентября 2001 г. и активизировавшихся дискуссий о терактах, межрелигиозных конфликтах и иудейско-мусульманском диалоге. Несмотря на это, деятельность и общественно-политические установки имама Бордо не так часто попадают в фокус академической науки. В работах российских и зарубежных исследователей, посвященных межэтнической и межконфессиональной напряженности во французском обществе, чаще всего можно встретить лишь упоминание его имени [3–16]. На этом фоне редким исключением являются статьи португальского исламоведа А. Сaeiro [17; 18] и итальянского политолога М. Nashes [19], затрагивающие правовую и религиозную реформы в интерпретации французского имама. Общественно-политические воззрения Т. Убру, в том числе в вопросах исламской идентичности и интеграции, ранее не выступали предметом самостоятельного научного исследования. Следует признать, что наработки современных представителей исламского обновления по общественно-политической проблематике до сих пор слабо изучены в мировой науке. Данная работа призвана расширить имеющиеся теоретические знания по проблематике исламского реформизма в Европе.

Источниковую базу составили монографии, отдельные статьи и тексты выступлений французского имама за последние двадцать лет. Методологически осмысление взятого для анализа кейса соотносится с моделью постмиграционного общества – «идеей совместной жизни, которую мы вместе будем формировать после миграции»⁷. Сторонники данной теории (К. Espahangizi⁸ [20], N. Foroutan⁹ [21], E. Yildiz [22], M. Hill [23]) критикуют прежний подход в академической науке к вопросу миграции и выступают против закрепления бинарных категорий разделения, которые создают «других мигрантов». Разрывая бинарные атрибуции по миграционной линии, «постмигрантская перспектива» расширяет рамки исследования за счет смещения рассматриваемого объекта от этнического и национального на общество в целом.

В работе использованы методы когнитивного и концептуального анализа текста, которые позволили реконструировать структуру политического сообщения и ее отдельных компонентов.

Т. Убру о собственной идентичности

Т. Убру родился 31 октября 1959 г. в Таруданте (Марокко) в семье учителей, религиозность которой он называл «сдержанной», и сам долгое время уклонялся от исполнения религиозных обрядов. Весной 1979 г. во время очередной молитвы он пережил «пробуждение», которое ознаменовало «начало решительного пути к Богу»¹⁰. В течение следующего года он переехал в Бордо (Франция) для обучения на медицинском факультете в высшем учебном заведении, которое он так и не закончил, оставившись на дипломе начального уровня специалиста по промышленной фармации [1, р. 228]. В последующие годы он занялся активной религиозной деятельностью в качестве имама, оставшись самоучкой в сфере религиозных наук.

² Schwartzbrod A. Cette affaire va laisser des séquelles // Libération. 23.03.2012. Режим доступа: https://www.liberation.fr/societe/2012/03/23/cette-affaire-va-laisser-des-séquelles_805134 (дата обращения: 02.02.2021); Forum de Rennes vendredi 11 avril samedi 12 avril // Libération. 10.04.2014. Режим доступа: https://www.liberation.fr/futurs/2014/04/10/forum-de-rennes-vendredi-11-avril-samedi-12-avril-forum-de-rennes-vendredi-11-avril-samedi-12-avril-_994737 (дата обращения: 02.02.2021). Здесь и далее по тексту перевод выполнен автором статьи.

³ Sauvaget B. Aux sources du salafisme de France // Libération. 21.09.2012. Режим доступа: https://www.liberation.fr/societe/2012/09/21/aux-sources-du-salafisme-de-france_848074 (дата обращения: 31.01.2021).

⁴ Sauvaget B. Pour le droit à l'indifférence à l'égard du Ramadan // Libération. 16.05.2018. Режим доступа: https://www.liberation.fr/france/2018/05/16/pour-le-droit-a-l-indifference-a-l-egard-du-ramadan_1650455 (дата обращения: 11.02.2021).

⁵ L'imam de Bordeaux: «Notre religion a été confisquée par des fous» // Le Parisien. 09.01.2015. Режим доступа: <http://www.leparisien.fr/faits-divers/l-imam-de-bordeaux-notre-religion-a-ete-confisquee-par-des-fous-09-01-2015-4432867.php> (дата обращения: 03.02.2021).

⁶ Gaulmy I. Revenir au message du Prophète // La Croix. 30.05.2002. Режим доступа: https://www.la-croix.com/Archives/2002-05-30/Revenir-au-message-du-Prophete-_NP_-2002-05-30-158586 (дата обращения: 12.02.2021).

⁷ Berg A., Hartwig G. Naika Foroutan: «Ohne Migration sinkt unser Wohlstand» // Moz.de. 22.02.2020. Режим доступа: https://www.moz.de/nachrichten/politik/migrationsforschung-naika-foroutan_-_ohne-migration-sinkt-unser-wohlstand_-49331092.html (дата обращения: 12.02.2021).

⁸ Espahangizi K. Das #Postmigrantisches ist kein Kind der Akademie // Geschichte der Gegenwart. 12.06.2016. Режим доступа: <https://geschichtedergegenwart.ch/das-postmigrantisches-kein-kind-der-akademie/> (дата обращения: 17.02.2021).

⁹ Widmann A. Naika Foroutan: Was heißt postmigrantisch? // Berliner Zeitung. 12.12.2014. Режим доступа: <https://www.berliner-zeitung.de/naika-foroutan-was-heisst-postmigrantisch-li.27572> (дата обращения: 17.02.2021).

¹⁰ Carte d'identité // Tareq Oubrou. Режим доступа: <https://tareqoubrou.com/biographie/> (дата обращения: 17.03.2021).

Т. Убру считает себя продуктом смешанной культуры (арабской / магрибской, с одной стороны, и франкоязычной / западной, с другой)¹¹, а потому называет себя мусульманином-суннитом [1, р. 1916], «в некотором смысле салафитом» [1, р. 1575] и одновременно поклонником западной культуры: «Но все равно я принадлежу к западному поколению! <...> Понимаю, что меня с детства привлекала американская модель» [1, р. 2995]; «Для меня будущее мира было за Западом...» [1, р. 3004]; «Короче говоря, большая часть моей идентичности уже была западной. В какой-то момент я собирался поехать в Хьюстон для учебы в аспирантуре» [1, р. 3004].

Французский имам открыто говорит об эволюции своих взглядов в религиозной и общественно-политической сфере, оставляя за собой право на ошибку [1, р. 1271]. Он не любит, когда его называют мусульманским священнослужителем или улемом, т. к. видит свое предназначение в борьбе с предрассудками, отдавая предпочтение «интеллектуальному трению» [1, р. 840]. После получения французского гражданства в порядке натурализации в 1991 г. имам мечети Аль-Худа (Бордо) с особым удовольствием подчеркивает, что он – француз [1, р. 1965].

Исламская идентичность

Религиозную идентичность Т. Убру рассматривает в рамках конструктивистского подхода, когда речевой акт становится одним из первостепенных механизмов конструирования реальности: «назвать человека – значит отнести его к бытию. Рассказывать – это значит создавать. Когда речь идет о людях, описательный язык становится перформативным. В связи с этим говорить о мусульманине, значит делать мусульманином» [24, р. 9].

Прежний подход к пониманию идентичности, тяготеющий к примордиализму, французский имам называет «отсталой или ностальгической идентичностью», а тяготение ее к корням он считает ошибочной стратегией, поскольку «утопленные без света и фотосинтеза корни дерева не могут обеспечить рост и процветание» [2, р. 174].

Т. Убру отвергает все прежние основания для формирования религиозной идентичности: культура, происхождение, нация, семья, история, территория утратили свое прежнее значение. По его утверждению, ислам не соотносится с этническим происхождением и семьей: «ислам как религия, а не этническая или политическая идентичность не передается исключительно от отца или, как в иудаизме, от матери, потому что он не является этнической принадлежностью» [2, р. 1344–1356]. Исламская идентичность не обуславливается единообразными культурными кодами: «Изначально ислам не был ни культурой, ни цивилизацией. Это религия, ставшая

цивилизацией, и разнообразная культурная идентичность на протяжении всей своей истории» [2, р. 1443–1458].

Аналогичным образом пример Пророка Мухаммеда не может выступать в качестве смыслообразующей формы исламского поведения, а служит только ориентиром или моделью поведения. Копировать образ жизни и действий Пророка не имеет смысла, поскольку его человеческая природа не была лишена ошибок, а глупая имитация его поведенческих особенностей даушает личность мусульманина, подвергая последнего насилию и продуцированию ненужного чувства вины [24, р. 44]. Т. Убру настаивает на разумном подходе современного мусульманина, который предполагает четкое осознание условий жизни времен Пророка и современного контекста, а также умения разграничивать разные проявления идентичности.

По мнению имама Бордо, в сегодняшнем мире соблюдение / игнорирование пяти столпов ислама не определяет исламскую идентичность. Показная молитва, пост, милостыня или паломничество не гарантируют спасение [2]. Относительно намаза и пищевых запретов он высказывается следующим образом: «Я всегда говорил своей мусульманской общине, что тот, кто делает свои пять молитв и ест свинину, пьет вино, имеет внебрачные связи и все другие виды пренебрежения, если это не вредит другим, ближе канонически, чем целомудренный мусульманин, который не пьет вино, не ест свинину, но не произносит своих пяти молитв» [2, р. 1418]. Продолжая пищевую тему, он добавляет, что «мусульманин из вежливости может есть даже "нехаляльное" мясо по приглашению немусульман. То же самое и со школьными столовыми. Помимо свинины, дети могут есть и другое мясо»¹². При этом Т. Убру говорит, скорее, о разрешенном перечне продуктов и разновидности мяса, а не о религиозных предписаниях заклания животных.

По Т. Убру, обрезание также не рассматривается в качестве идентификационного маркера в исламе: это не крещение и не каноническое обязательство, а «простой гигиенический акт, такой как стрижка ногтей и другие элементарные правила чистоты, как подчеркивается в хадисе Пророка» [2, р. 1356].

Таким же образом предписания в одежде и головной платок не являются обязательными в исламе, а потому платок не делает женщину мусульманкой [2]. Затрагивая проблему визуальности в исламе и опираясь на свой опыт пребывания во Франции в качестве мусульманина-мигранта, Т. Убру предлагает типологию видимости / визуальности ислама у мигрантов разных поколений. Первым был «невидимый мусульманин»: безграмотный, послушный, не владеющий французским языком, из нижних слоев общества, с перспективой возвращения в родную деревню [2]. В его

¹¹ Там же.

¹² Golliau C. Tareq Oubrou: «Le musulman ne doit pas s'exposer» // Le Point. 13.06.2019. Режим доступа: https://www.lepoint.fr/societe/tareq-oubrou-le-musulman-ne-doit-pas-s-exposer-13-06-2019-2318668_23.php# (дата обращения: 02.02.2021).

присутствии ислам оставался незаметным для принимающего общества. Затем незаметное присутствие родителей уступило «место молодой, беспристрастной, мстительной, показной, а иногда провокационной видимости, претендующей на права во имя полного гражданства» [2, р. 4779]. Несмотря на опыт социализации во французском обществе, большая часть этого поколения с соответствующим образованием сохранила тот же менталитет, что и их родители, и испытывает двойное чувство отчуждения и серьезные религиозные проблемы. В более поздних работах Т. Убру можно встретить ссылку на пять поколений мусульман-мигрантов, однако он не раскрывает особенности поведения и менталитета последних трех групп [2].

Для Т. Убру главным и основополагающим критерием исламской идентичности является вера в Бога и в Его великую милость: «верить в свое моральное поведение и соответствующим образом адаптировать его – вот что значит быть мусульманином»¹³. О себе в этом ключе Т. Убру говорит так: «моя идентичность религиозна не потому, что я вырос в мусульманской культуре, а потому, что я придерживаюсь исламских принципов в вопросах обрядов и морали»¹⁴. Таким образом, в его концепции не все столпы ислама имеют равнозначное идентификационное значение, а рассуждения о значении свидетельствования (шахада) опускаются в тексте.

Применительно к сегодняшнему дню, когда главными факторами становятся Интернет и виртуальное пространство, Т. Убру подчеркивает формирование нового типа религиозности: «Мы находимся в присутствии религиозности искоренения, антикультуры, детерриториализации и вне истории. Она особенно развивается в центрах неструктурированной идентичности и строится на разрыве связей с семьей, обществом, нацией и даже с традиционными религиями в поисках "чистой религии" и виртуального сообщества, которое им предлагают коммуникационные интернет-сети» [1, р. 2922]. Провозглашается эпоха декультурации и десекуляризации религии, которая проявляется через возрождение религии и реинтерпретацию веры [24]. Причем религиозность этого времени приобретает специфические черты и трансформируется не всегда в соответствии с богословским пониманием: «религиозность, которую мы видим как якобы усиливающуюся, – это лишь фасад, особенно среди молодежи. Сегодня она быстро переключается с сайта салафитов на порносайт»¹⁵.

Типология мусульманской идентичности

Размышляя о религиозности сегодняшнего дня, имам Бордо выделяет три типа мусульманской идентичности:

позитивный мусульманин – полностью секуляризованный; социологический мусульманин / культурный мусульманин без веры в сердце, своего рода этнический мусульманин по происхождению без активной веры; религиозный мусульманин с соблюдением всех религиозных предписаний.

Особый интерес представляет первая категория, которая подразумевает радикально секуляризованного человека, порывающего с верой, унаследованной от родителей. Т. Убру использует применительно к этому типу термины *культурный* и *этнический мусульманин* и поднимает вопрос о правоспособности привязки данного типа к «мусульманину» в богословском ключе. Он оставляет за этой категорией свободу религиозного выбора вплоть до отречения, однако подчеркивает, что многие культурные мусульмане наследуют искаженную версию ислама от своих родителей [2]. В такой трактовке позитивного мусульманина отличает от светского человека или атеиста исключительно бэкграунд – религиозный опыт семьи. При этом граница между первым и вторым типами в рассуждениях французского имама несколько смазана.

В основу представленной типологии положена совокупность критериев категоризации: идентификационный принцип, богословские нормы, культурно-исторические факты происхождения, степень секуляризации. Помимо вышесказанного, Т. Убру считает некорректным термин *непрактикующий мусульманин*, потому что данная разновидность не существует в реальности, в которой каждый человек периодически практикует добро [2]. Таким образом, он расширяет рамки исламской идентичности, выводит религиозную практику за рамки идентификационных критериев, отдавая предпочтение субъективному намерению и моральным ценностям.

Структура идентичностей

Т. Убру разделяет идею множественной идентичности каждого человека в зависимости от идеологических, культурных, религиозных, гендерных и психологических различий¹⁶ [24, р. 10], которые могут отличаться в зависимости от приобретенного опыта [2].

При множественной модели религиозная составляющая не обязательно будет совпадать с национально-политической идентичностью, на чем обычно настаивают исламские традиционалисты. Поэтому Т. Убру призывает к реформе в этой сфере, а именно к деполитизации и деидентификации ислама за счет избавления от средневековой теолого-политической парадигмы, которая смешала теологический статус верующего и гражданина [2]. Т. Убру разводит религиозную и гражданскую

¹³ Там же.

¹⁴ Gannac A.-L. Ma religion fait-elle mon identité? // Psychologies. 09.02.2015. Режим доступа: <https://www.psychologies.com/Culture/Spiritualites/Religions/Articles-et-dossiers/Ma-religion-fait-elle-mon-identite> (дата обращения: 02.02.2021).

¹⁵ Golliau C. Tareq Oubrou: «Le musulman ne doit pas s'exposer» ...

¹⁶ Gannac A.-L. Ma religion fait-elle mon identité...

идентичности. Эта реформа в вопросах идентичности и ее составляющих должна стать залогом успешной интеграции мусульман в принимающем обществе: «необходимо срочно извлечь душу ислама как духовности из тела цивилизации, которая стала трупом, чтобы облегчить ее интеграцию в современную историю, особенно западную» [2, р. 4489]. Эту реформу в вопросах идентичности Т. Убру планирует осуществить с опорой на классические исламские источники, отдельные тезисы которых были искажены во времени и пространстве [2].

Отстаивая тезис о множественной идентичности индивида, Т. Убру выделяет как минимум две ее составляющие на религиозном и национальном уровне: «следует признать, что мусульманин принадлежит к "духовному сообществу", но он остается гражданином, связанным с "национальным сообществом" как общей судьбой, так и политическим проектом» [2, р. 4538]. Четкое разграничение религиозной и гражданской идентичности позволяет решить вопрос с вероотступничеством в исламе. Впредь отрицание религиозной общности неравносильно отрицанию национально-политической общности и, следовательно, не считается предательством. Таким образом, отказ от ислама (вероотступничество) не может порицаться и тем более караться смертной казнью. Обращаясь к Корану, Т. Убру указывает на то, что сам Пророк позволил мусульманину покинуть ислам и Медину и присоединиться к его языческому племени [2].

Вспоминая историю Запада, Т. Убру отмечает разность в идентификационных стратегиях американской и французской моделей идентичности. Если в американской модели иммигрант является субъектом и творит историю государства, то во Франции преобладает ассимиляционная модель, которая не признает специфических черт идентичности: «Каждый должен полностью раствориться в этой руссоистской универсалистской абстрактной модели» [1, р. 3268]. Т. Убру отмечает смену современной обстановки и активизацию борьбы за права человека, однако его идентификационная стратегия подразумевает безоговорочную политическую ассимиляцию в стране пребывания. Это своеобразный вызов для классического ислама, который предлагает мусульманам переосмыслить их веру с точки зрения доминирования на ракурс меньшинства.

В то же время исламская и национальная составляющие идентичности во Франции не противостоят друг другу и могут достойно уживаться. «В данном случае любить свою религию и свою страну, Францию, не только возможно, но и вполне естественно, чело-вечно, законно и религиозно оправданно» [1, р. 525]. Т. Убру снимает вопрос о достижении двойного гражданства – небесного и земного: «я просто скажу вам, что одна из моих целей состоит в том, чтобы мусульманин

не имел или больше не мог выбирать между исповеданием его мусульманской религии и французским гражданством» [1, р. 525].

Далее в своих рассуждениях французский имам устанавливает четкое соотношение в иерархии множественных идентичностей в пользу национальной идентичности: «когда существует противоречие между религиозной и политической лояльностью, последняя преобладает в случае конфликта. Мусульманин не должен предавать свою национальную общину, чтобы сплотиться перед своим врагом, даже мусульманином. Договор о гражданстве, а также политические и правовые соглашения являются договорами, превосходящими членство в религиозной общине» [2, р. 4524].

Непонимание этого соотношения в идентификационной модели со стороны традиционалистов угрожает, по мнению имама Бордо, исламу во Франции и его религиозной институциональной репрезентативности [2] и дестабилизирует национальную идентичность во Франции¹⁷. Т. Убру критично высказывается в адрес современных исламских сил из тех стран происхождения, которые используют религию для собственных политических интересов в качестве двигателя протеста за счет провоцирования крайних идентичностей [1].

Терминологическое разнообразие: интеграция, ассимиляция, аккультурация

Размышляя об адаптации ислама и мусульман на Западе, Т. Убру использует в своих текстах понятия *интеграция*, *ассимиляция* и *аккультурация*. Однако он старается их развести по сферам применения: об ассимиляции он говорит на гражданско-политическом уровне, об интеграции – в культурном измерении. Он отмечает одинаковую природу этих понятий и видит их отличие исключительно в степени и форме. Если ассимиляция затрагивает ценности республики, ее Конституцию и законы и ориентируется на реализацию статуса полноправного гражданина, то интеграция фокусируется на меняющейся культурной реальности, которая в свою очередь обуславливает трансформацию законодательной базы [2].

На теологическом уровне Т. Убру разрабатывает концепцию «теологии аккультурации», которая призвана выступить основным инструментом успешной интеграции мусульман. Согласно этой концепции, ислам выдержал несколько этапов аккультурации, которая представляет собой закономерный процесс, нашедший закрепление в Коране. Первое ее проявление – передача божественного слова на арабском языке, второе – мекканский и мединский контексты откровений, третий – перевод универсальных принципов в контекстуальные законы [2]. Следовательно, аккультурация знакома исламу, и Т. Убру призывает вновь воспользоваться этим

¹⁷ Chambraud C. Tareq Oubrou: «Il faut adapter l'islam à la mentalité française» // Le Monde. 11.02.2015. Режим доступа: https://www.lemonde.fr/religions/article/2015/02/12/tareq-oubrou-il-faut-adapter-l-islam-a-la-mentalite-francaise_4575089_1653130.html (дата обращения: 30.01.2021).

методом и устранить накопившиеся в исламской среде проблемы и aberrации за счет реинтерпретации религиозных текстов [2].

С помощью богословско-этической концепции «сдержанности» Т. Убру призывает французских мусульман «адаптироваться к большинству немусульман» [2, р. 5017]. Ссылаясь на пример Пророка и высказывания Ибн Таймии, Т. Убру разделяет тезис о сходстве мусульман с немусульманами на уровне внешних признаков и необходимости соблюдения канонического правила вежливости в немусульманском окружении [2]. Просвещенного мусульманина, по его мнению, отличает корректное антимиссионерское поведение и уважение к религиозным традициям остальных сограждан, которые, например, при посещении мечети не обязаны снимать обувь, а могут воспользоваться бахилами [2]. Т. Убру активно выступает против средневекового понимания ислама и законсервированной исламской идентичности прошлых лет, а потому призывает положить конец «бедукнизации ислама» – идентичности, которая себя внутренне исчерпала, не отвечает актуальным запросам меньшинства и цепляется за внешнее проявление¹⁸.

Критика французской политики идентичности

Пройдя длительный путь социализации во французском обществе, Т. Убру со знанием дела указывает на недостатки интеграционной политики французских властей. Во-первых, в медийном и общественном пространстве Франции применительно к мусульманам часто использовали такой маркер, как лица «с иммигрантским происхождением», что, по мнению Т. Убру, противоречит ценностям республики с акцентом на равенство граждан независимо от их происхождения. Этот классификатор психологически сдерживал их интеграцию: «ссылка на происхождение представляет собой символическое насилие, которое добавляет дискомфорт тому, что чувствуют эти новые поколения» [2, р. 4734].

Во-вторых, политические шаги по территориальной сегрегации мигрантов и их переход в периферийные зоны и пригороды еще более осложнили ситуацию: «все это создает риск сделать их вечными "незнакомцами изнутри"» [2, р. 4734]. По мнению Т. Убру, эти предубеждения до сих пор не изжиты. Так, несмотря на принятие Закона о равенстве и гражданстве от 27 января 2017 г., включая раздел о социальном жилье, некоторые политики не уважают ценности республиканской интеграции.

Помимо этого, целый комплекс недоработок в образовательной сфере, дефицит психологического здоровья и наркомания, неблагополучные социальные условия,

развитие теневых секторов экономики активизировали, по мнению Т. Убру, личные ресурсы мигрантов на выживание в заданных условиях [2]. Именно совокупностью социальных и политических причин, а не спецификой исламской идентичности мигрантов имам Бордо объясняет провал интеграционной политики Франции в предыдущие годы.

Современная умма Франции

Отвергая обвинения относительно агрессивности французского ислама и его представителей, Т. Убру обращается к характеристикам современной уммы Франции. Во-первых, он указывает на размывание мусульманской среды в стране за счет секуляризации, ослабления внутренней религиозности в пользу ее внешнего проявления [2]. Далее он отмечает смену политических предпочтений среди мусульман, которые перешли от традиционной поддержки левых партий к голосованию по всему политическому спектру, чем продемонстрировали типичность своих политических настроений во французском обществе [2].

Ориентируясь на французскую модель интеграции, т. е. полную ассимиляцию мигрантов, Т. Убру подчеркивает процессуальную активность в этом направлении: «на самом деле ассимиляция внутри республики никогда не прекращалась. Это вопрос времени: времени, которое в итоге сделает свое дело и которое также позволит мусульманам найти баланс» [2, р. 5493–5503].

Т. Убру критикует принимающее общество за стигматизацию ислама и исламофобию по отношению к мусульманам, когда любая борода считается провокацией¹⁹. Он призывает не стигматизировать молодых людей, большинство из которых не прибегают к насилию [1]. Да и французские мусульмане не ответственны за весь ислам: «французские мусульмане не являются политическими представителями мусульманского мира» [1, р. 1955].

Усилия по дерадикализации молодежи Т. Убру воспринимает особенно серьезно и большую ответственность в этой сфере возлагает на локальных имамов. С этой целью он активно содействовал открытию в своем городе одного из первых в стране Центра противодействия и предотвращения радикализации отдельных лиц (*Capri*). В то же время Т. Убру выступает против религии буквализма и «упрощенной или агрессивной религиозности» [1, р. 2866]. А потому он предлагает и мусульманской стороне ряд рекомендаций для гармонизации общественных отношений: осмотрительное поведение в общественном пространстве (подобно поведению осторожного животного в неизвестной среде), отказ

¹⁸ Meynadier P. Tareq Oubrou: «Tout n'est pas absolu dans le Coran» // Paris Match. 24.11.2015. Режим доступа: <https://www.parismatch.com/Actu/Societe/Il-faut-en-finir-avec-la-bedouinisation-de-l-islam-Tarek-Oubrou-870465> (дата обращения: 02.03.2021).

¹⁹ Mongaillard V. Attentats du 13 novembre: la religion cristallise les passions // Le Parisien. 13.11.2016. Режим доступа: <http://www.leparisien.fr/societe/la-religion-cristallise-les-passions-13-11-2016-6321492.php> (дата обращения: 19.02.2021).

от визуализации и демонстрации своей веры и сосредоточение на внутреннем ее содержании²⁰.

Подобные утверждения французского имама, касающиеся вопроса статуса ислама и мусульман на Западе, не находят понимания у традиционных мусульман и тем более у таких экстремистских организаций, как ДАИШ (запрещенная в РФ организация), боевики которой неоднократно призывали к убийству «имама разврата».

В свою очередь именно за гражданские заслуги перед Республикой в 2013 г. Т. Убру был удостоен высшей награды Франции – звания кавалера Почетного легиона, а в январе 2015 г. избран министром внутренних дел Франции Б. Казнёвым в качестве специального советника для практической реализации проекта МВД по вопросам безопасности и подготовки имамов. В то же время Т. Убру не всегда разделяет логику политической элиты по вопросам интеграции ислама во Франции. Например, он негативно отреагировал на принятие Хартии принципов ислама Франции (январь 2021 г.) через Французский совет мусульманской веры (СФСМ), указав на нелогичность процесса разработки теологических принципов французского ислама не имамами и богословами, а функционерами ислама.

Заключение

Несмотря на громкие политические события последних лет, взгляды Т. Убру на мусульманскую идентичность и интеграцию за последние годы не претерпели каких-либо существенных изменений: он последовательно отстаивает и развивает свои первоначальные установки, обладает достаточным потенциалом и ресурсами для дальнейшей популяризации своих идей. Концепция исламской идентичности представлена исламским интеллектуалом лаконично, схематично и не всегда детализирована в освещении отдельных тематических аспектов. Т. Убру перефокусирует исламскую идентичность на ее внутреннее измерение за счет пересмотра определяющих маркеров (вера в Бога, мораль и пр.). При этом социальная ориентация исламской идентичности, ее визуализация утрачивают прежнее значение. Таким образом, ставка делается на ее невидимую сущность, которая при такой смыслообразующей структуре не конструируется за счет дифференцированного отношения к окружающему миру и подчеркивания культурных различий,

Литература

1. Oubrou T., Baylocq C., Privot M. Profession imâm: entretiens avec Michaël Privot et Cédric Baylocq. Paris: A. Michel, 2009. 3647 p. (Kindle File Format).
2. Oubrou T. Appel à la réconciliation! Foi musulmane et valeurs de la République française. Paris: Plon, 2019. 5789 p. (Kindle File Format).
3. Долгов Б. В. «Мягкая» и «жесткая» сила Европы на Ближнем и Среднем Востоке // Актуальные проблемы Европы. 2014. № 3. С. 14–37.

а ориентируется на беспрепятственную интеграцию в принимающее общество.

Т. Убру не только релятивизирует религиозные нормы, национализировать религиозный дискурс и локализовать религиозный авторитет [19, р. 366], но и национализировать исламскую идентичность, подчиняя ее гражданским и политическим нормам Франции. Однако вопрос о пограничных точках такого соотношения в авторском изложении остается открытым. Концепт «позитивного мусульманина» нивелирует границы между мусульманином и атеистом, что облегчает закрепление «исламского» во французском поле. Очевидно, что минимизация исламской идентичности призвана сработать на сохранение и поддержание мусульманского присутствия на Западе.

В построении идентификационной модели Т. Убру следует за сторонниками множественной идентичности, однако настаивает на жестком структурном соподчинении разных уровней идентичности, в его случае – безоговорочном приоритете национальной идентичности над религиозной. Он фактически отстаивает тезис о лояльности применительно к правовой культуре принимающей страны, в данном случае Франции, которая требует безусловного принятия со стороны мигрантов. Реализация предложенной идентификационной модели наталкивается на ряд неблагоприятных факторов: ограниченность внутриисламского ресурса, сильное давление исламского радикализма, смена общественных настроений в принимающем обществе, внутривнутриполитическая напряженность в стране и пр. На этом фоне все рассуждения Т. Убру о принадлежности ислама Франции воспринимаются особенно болезненно. Несмотря на отдельные разногласия с властью по вопросам интеграции ислама во французское общество, Т. Убру обладает достаточным кредитом доверия со стороны политической элиты Франции для воплощения отдельных своих убеждений. Однако предвыборные дебаты грядущей президентской кампании не только активизируют религиозную проблематику и вопрос о будущей модели французского общества, но и продемонстрируют настроения последнего.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

²⁰ Golliau C. Tareq Oubrou: «Le musulman ne doit pas s'exposer» ...

4. Шевченко П. Е. Интервью как форма осуществления межкультурной коммуникации в массмедиа на примере статей интернет-версии газеты *Le Monde* (2015–2016 гг.) // Изв. ЮФУ. Филол. науки. 2020. № 1. С. 218–226. DOI: 10.18522/1995-0640-2020-1-218-226
5. Ахинова Л. Г. Особенности этнического расселения в современном Париже // Научная мысль Кавказа. 2016. № 2. С. 49–54. DOI: 10.18522/2072-0181-2016-86-2-49-54
6. Amghar S. L'Europe, terre d'influence des Frères musulmans // *Politique étrangère*. 2009. Vol. 74. № 2. P. 377–388. DOI: 10.3917/pe.092.0377
7. Bindner L. Jihadists' grievance narratives against France // *The International Centre for Counter-Terrorism – The Hague* 8, 2018. № 7. P. 1–24. DOI: 10.19165/2018.2.01
8. Bowen J. R. Shari'a as discourse: legal traditions and the encounter with Europe edited by Jorgen S. Nielsen and Lisbet Christoffersen // *Political and Legal Anthropology Review*. 2011. Vol. 34. № 1. P. 182–185. DOI: 10.1111/j.1555-2934.2011.01148.x
9. Caeiro A. The power of European fatwas: the minority fiqh project and the making of an Islamic counterpublic // *International Journal of Middle East Studies*. 2010. Vol. 42, № 3. P. 435–449. DOI: 10.1017/S0020743810000437
10. Caeiro A. The social construction of Shari'a: bank interest, home purchase, and Islamic norms in the West // *Die Welt des Islams*. 2004. Vol. 44. № 3. P. 351–375.
11. Dargent C. La population musulmane de France: de l'ombre à la lumière? // *Revue française de sociologie*, 2010. Vol. 51. № 2. P. 219–246. DOI: 10.3917/rfs.512.0219
12. Lathion S. Lecciones de la islamofobia en Europa: las responsabilidades mutuas // *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*. 2017. № 115. P. 61–80. DOI: 10.24241/rcai.2017.115.1.61
13. Kaltenbach J.-H., Tribalat M. "Islam, les yeux grands fermés" // *Revue des Deux Mondes*. May 2003. P. 177–184.
14. Guessoum N. Religious literalism and science-related issues in contemporary Islam // *Zygon: Journal of Religion and Science*. 2010. Vol. 45. № 4. P. 817–840. DOI: 10.1111/j.1467-9744.2010.01135.x
15. Godard B. L'imamat en France: magistère religieux et formation // *Revue des Deux Mondes*. jun 2015. P. 85–93.
16. Coolsaet R. Anticipating the post-Daesh landscape. Brussels: Egmont – Royal Institute for International Relations, 2017. 52 p.
17. Caeiro A. An Imam in France Tareq Oubrou // *ISIM Review*. 2005. Vol. 15. № 1. P. 48–49.
18. Caeiro A. The shifting moral universes of the Islamic tradition of Iftā': a diachronic study of four adab al-fatwā manuals // *The Muslim World*. 2006. Vol. 96. № 4. P. 661–685. DOI: 10.1111/j.1478-1913.2006.00152.x
19. Hashas M. Tareq Oubrou's geotheology: shari'ah of the minority and the secularization of Islamic theology in the European context // *Journal of Muslim Minority Affairs*. 2014. Vol. 34. № 4. P. 365–385. DOI: 10.1080/13602004.2014.965973
20. Espahangizi K. Ab wann sind Gesellschaften postmigrantisch? Wissenshistorische Überlegungen ausgehend von der Schweiz // *Postmigrantisches Perspektiven. Ordnungssysteme, Repräsentationen, Kritik* / Hgs. N. Foroutan, J. Karakayali, R. Spielhaus. N. Y.-Frankfurt: Campus, 2018. S. 35–55.
21. Foroutan N. Die postmigrantische gesellschaft: ein versprechen der pluralen demokratie. Bielefeld: Transcript Verlag, 2019. 280 p. DOI: 10.14361/9783839442630
22. Yildiz E. Vom methodologischen Nationalismus zu postmigrantischen Visionen // *Postmigrantisches Visionen. Erfahrungen – Ideen – Reflexionen* / eds. M. Hill, E. Yildiz. Bielefeld: Transcript Verlag, 2018. S. 43–62. DOI: 10.14361/9783839439166-006
23. Hill M. Eine Vision von Vielfalt: das Stadtleben aus postmigrantischer Perspektive // *Postmigrantisches Visionen. Erfahrungen – Ideen – Reflexionen* / eds. M. Hill, E. Yildiz. Bielefeld: Transcript Verlag, 2018. S. 97–120. DOI: 10.14361/9783839439166-010
24. Oubrou T. Ce que vous ne savez pas sur l'islam. Répondre aux préjugés des musulmans et des non-musulmans. Paris: Fayard, 2016. 3363 p. (Kindle File Format).

original article

Tareq Oubrou's Concept of Islamic Identity in a Secular Society

Albina V. Mikhaleva

Perm Federal Research Center Ural Branch Russian Academy of Sciences, Russia, Perm; <https://orcid.org/0000-0003-0075-9714>;
mialba@yandex.ru

Received 29 Apr 2021. Accepted 3 Jun 2021.

Abstract: The migration and the problem of preserving national identity remain the central issues of the political agenda and public debate in many modern countries. The article discusses the views of the French imam Tareq Oubrou – the author of the concept of "sharia of the minority" – on the issues of Muslim identity, as well as the integration of migrants in France. T. Oubrou symbolizes a figure at the junction of two civilizations: a kind of theorist and mediator for the reorganization of Islam in France. The research was based on monographs, individual articles, and texts of speeches of the French imam over the past twenty years. The work involved the methods of cognitive and conceptual text analysis, which made it possible to reconstruct the structure of the political message and its individual components. The research results suggest that T. Oubrou refocuses Islamic identity to its inner dimension by revising its defining markers. Minimizing Islamic identity is designed to preserve and maintain the Muslim presence in the West. At the same time, he nationalizes Islamic identity, subordinating it to the civil and political norms of France. Despite the fact that the proposed identification model evokes ambiguous emotions in the Muslim environment and great doubts in the host society, some of its provisions are in demand at the state level.

Keywords: Islam in Europe, integration, liberal reformism, Islamic thought, religious minority, theology of acculturation, adaptation, secularization

Citation: Mikhaleva A. V. Tareq Oubrou's Concept of Islamic Identity in a Secular Society. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 158–167. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-158-167>

Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Oubrou T., Baylocq C., Privot M. *Profession imâm: entretiens avec Michaël Privot et Cédric Baylocq*. Paris: A. Michel, 2009, 3647. (Kindle File Format).
2. Oubrou T. *Appel à la réconciliation! Foi musulmane et valeurs de la République française*. Paris: Plon, 2019, 5789. (Kindle File Format).
3. Dolgov B. V. "Soft" and "hard" power of Europe in the Middle East. *Current problems of Europe*, 2014, (3): 14–37. (In Russ.)
4. Shevchenko P. E. Interview as a form of cross-cultural communication in mass media (illustrated on the example of Le Monde in 2015–2016). *Bulletin of the Southern Federal University. Philological Sciences*, 2020, (1): 218–226. (In Russ.) DOI: 10.18522/1995-0640-2020-1-218-226
5. Akhinoval L. G. The speciality of urban segregation in contemporary Paris. *Nauchnaia mysl Kavkaza*, 2016, (2): 49–54. (In Russ.) DOI: 10.18522/2072-0181-2016-86-2-49-54
6. Amghar S. L'Europe, terre d'influence des Frères musulmans. *Politique étrangère*, 2009, 74(2): 377–388. DOI: 10.3917/pe.092.0377
7. Bindner L. Jihadists' Grievance Narratives against France. *The International Centre for Counter-Terrorism – The Hague* 8, 2018, (7): 1–24. DOI: 10.19165/2018.2.01
8. Bowen J. R. Shari'a as discourse: legal traditions and the encounter with Europe edited by Jorgen S. Nielsen and Lisbet Christoffersen. *Political and Legal Anthropology Review*, 2011, 34(1): 182–185. DOI: 10.1111/j.1555-2934.2011.01148.x
9. Caeiro A. The power of European fatwas: the minority fiqh project and the making of an Islamic counterpublic. *International Journal of Middle East Studies*, 2010, 42(3): 435–449. DOI: 10.1017/S0020743810000437
10. Caeiro A. The social construction of Shari'a: bank interest, home purchase, and Islamic norms in the West. *Die Welt des Islams*, 2004, 44(3): 351–375.
11. Dargent C. La population musulmane de France: de l'ombre à la lumière? *Revue française de sociologie*, 2010, 51(2): 219–246. DOI: 10.3917/rfs.512.0219

12. Lathion S. Lecciones de la islamofobia en Europa: las responsabilidades mutuas. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 2017, (115): 61–80. DOI: 10.24241/rcai.2017.115.1.61
13. Kaltenbach J-H., Tribalat M. "Islam, les yeux grands fermés". *Revue des Deux Mondes*, May 2003, 177–184.
14. Guessoum N. Religious literalism and science-related issues in contemporary Islam. *Zygon: Journal of Religion and Science*, 2010, 45(4): 817–840. DOI: 10.1111/j.1467-9744.2010.01135.x
15. Godard B. L'imamat en France: magistère religieux et formation. *Revue des Deux Mondes*, Jun 2015, 85–93.
16. Coolsaet R. Anticipating the post-Daesh landscape. *Brussels: Egmont – Royal Institute for International Relations*, 2017, 52.
17. Caeiro A. An Imam in France Tareq Oubrou. *ISIM Review*, 2005, 15(1): 48–49.
18. Caeiro A. The shifting moral universes of the Islamic tradition of Iftā': a diachronic study of four adab al-fatwa manuals. *The Muslim World*, 2006, 96(4): 661–685. DOI: 10.1111/j.1478-1913.2006.00152.x
19. Hashas M. Tareq Oubrou's geotheology: shari'ah of the minority and the secularization of Islamic theology in the European context. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 2014, 34(4): 365–385. DOI: 10.1080/13602004.2014.965973
20. Espahangizi K. Ab wann sind Gesellschaften postmigrantisch? Wissenshistorische Überlegungen ausgehend von der Schweiz. *Postmigrantische Perspektiven. Ordnungssysteme, Repräsentationen, Kritik*, Hgs. Foroutan N., Karakayali J., Spielhaus R. N. Y.-Frankfurt: Campus, 2018, 35–55.
21. Foroutan N. *Die postmigrantische gesellschaft: ein versprechen der pluralen demokratie*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2019, 280. DOI: 10.14361/9783839442630
22. Yildiz E. Vom methodologischen Nationalismus zu postmigrantischen Visionen. *Postmigrantische Visionen. Erfahrungen – Ideen – Reflexionen*, eds. Hill M., Yildiz E. Bielefeld: Transcript Verlag, 2018, 43–62. DOI: 10.14361/9783839439166-006
23. Hill M. Eine Vision von Vielfalt: das Stadtleben aus postmigrantischer Perspektive. *Postmigrantische Visionen. Erfahrungen – Ideen – Reflexionen*, eds. Hill M., Yildiz E. Bielefeld: Transcript Verlag, 2018, 97–120. DOI: 10.14361/9783839439166-010
24. Oubrou T. *Ce que vous ne savez pas sur l'islam. Répondre aux préjugés des musulmans et des non-musulmans*. Paris: Fayard, 2016, 3363. (Kindle File Format).

оригинальная статья

УДК 316.653

Репрезентация социальной ответственности современной молодежи через практики благотворительной деятельности в Удмуртской Республике

Елена Германовна Логунова

Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова, Россия, г. Ижевск; <https://orcid.org/0000-0003-4309-3940>; gerrusskih@gmail.com

Поступила в редакцию 23.03.2021. Принята в печать 30.04.2021.

Аннотация: Предмет исследования – благотворительность как один из факторов эффективной социализации современной молодежи Удмуртской Республики. Цель – определение роли благотворительности в управлении социализацией современной молодежи. Методологической основой стал функциональный подход Э. Дюркгейма, Р. К. Мертона и Т. Парсонса, позволивший рассмотреть благотворительность как социокультурный феномен, необходимый для удовлетворения важнейших социальных потребностей и способствующий становлению социальной солидарности. Количественное исследование причастности молодого поколения к благотворительности проводилось с использованием Google-опроса. Многие респонденты отметили, что основная причина неудач благотворительной деятельности – отсутствие общедоступной информации об актах ее проявления. Молодежь нацелена на получение образования, карьерный рост, осознание своего места в мире, что позитивно сказывается на социальной активности. Выявлена склонность к включению данной возрастной группы в благотворительную деятельность бизнес-структур. Опрошенные молодые люди, с одной стороны, не обладают должным опытом и умением участия в такого рода деятельности, а с другой – стремятся к самостоятельному и независимому мышлению. Рынок диктует идеи материального благополучия, личной выгоды, состязательности. Задача государства, предпринимательства и семьи как социальных институтов заключается в том, чтобы научить молодежь сочетать материальные ориентиры и духовные ценности: предпринимательскую деятельность и благотворительность, коммерческую ориентацию и социальную ответственность. Путь, способствующий разрешению возникших противоречий, – это социальная ответственность бизнеса, осуществляемая в виде благотворительности.

Ключевые слова: социализация современной молодежи, институционализация, структурный функционализм, нормативный фактор, информационный фактор, организационный фактор, ценностный фактор, институциональный фактор, имиджевый фактор

Цитирование: Логунова Е. Г. Репрезентация социальной ответственности современной молодежи через практики благотворительной деятельности в Удмуртской Республике // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 168–177. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-168-177>

Введение

С позиции гражданского долга человек является социально-экономическим субъектом, который несет ответственность перед обществом. В последние годы вопрос о том, обладает ли индивид социальной ответственностью, стал предметом серьезных обсуждений в социологической литературе.

Молодые предприниматели социально ответственны за институционализацию благотворительности как наиболее активная часть общества [1, с. 777, 778]. Репрезентация социальной ответственности молодежи может быть представлена в разных областях: поиск пропавших людей, помощь детским домам, работа в хосписах и домах престарелых, решение экологических проблем, защита прав животных, развитие инфраструктуры [2, с. 45]. Таким образом, репрезентация социальной ответственности имеет место как в благотворительных мероприятиях (например, сбор денежных средств для социально

незащищенных слоев населения), так и в непосредственном участии в жизнедеятельности отдельных социальных групп [3, с. 225; 4, с. 8, 9]. Социализирующее влияние благотворительности реализуется в интеграции молодежи в социальную и профессиональную жизнь, привитии молодому поколению культурных ценностей и норм общества, содействии укреплению социальной стабильности и повышению взаимосвязи различных структур участия молодежи в решении социально-экономических проблем других групп населения, формировании социально ответственных граждан [5].

Исследование направлено на прояснение ресурсов управления процессами институционализации благотворительности. Это позволит усовершенствовать законодательство и сформировать позитивный взгляд на благотворительность как на образец социального поведения [6, с. 104]. Управление социализацией с помощью

благотворительности необходимо, потому что каждый человек должен осознавать свой гражданский долг, давать оценку социально-политическим и экономическим процессам действительности, уметь сострадать и помогать ближнему [7, с. 86].

В социологическом дискурсе существуют разногласия относительно природы благотворительности. Актуальным видится обращение к западным социологам-функционалистам Э. Дюркгейму, Р. К. Мертону, Т. Парсонсу, которые исследовали структуру общества и механизмы взаимодействия различных социальных элементов в рамках функционирования социальных институтов, норм и правил. Методологической основой определен функциональный подход названных ученых, позволивший рассмотреть благотворительность как социокультурный феномен, необходимый для удовлетворения важнейших социальных потребностей и способствующий становлению социальной солидарности. С точки зрения структурного функционализма благотворительность является одним из важнейших элементов общества, обеспечивающим его целостность и монолитность¹ [8]. Благотворительная деятельность выполняет социализирующую функцию, удовлетворяя потребности членов общества в укоренении ценностей заботы и взаимопомощи. Данная функция направлена на поддержание устойчивости социума. Институциональный подход позволяет рассматривать благотворительность как социальный институт, поддерживающий идентичность общности благотворителей, социальные связи между ними и внутригрупповую сплоченность [9].

Теоретические основы

Социализация – одно из важнейших социологических понятий. Оно переосмысливается современными социологами, вновь и вновь обращаясь к процессу усвоения социальных ценностей и норм в быстро меняющемся обществе. Следует проанализировать основы, причины, обстоятельства и последствия социализации. Необходимо разработать концепцию управляемой социализации в рамках развития социальной ответственности молодежного бизнеса [10, с. 179].

Под социальным институтом, как правило, понимают устойчивые формы социальной практики людей. Основными элементами социальных институтов являются социальные группы, учреждения и организации, а также санкции [11, с. 186]. Функции социальных институтов разнообразны. Согласно представлению Г. Спенсера, самая важная функция социального института – регулирующая [12, с. 46]. Представитель институционализма С. М. Липсет выделил 4 функции социальных институтов [13]:

- воспроизводство членов общества (семья, государство);
- социализация (семья, образование, религия);

- производство и распределение товаров и услуг (социально-экономические институты);
- контроль социальных процессов (мораль, право).

Согласно мнению Т. Парсонса, в процессе социализации человек усваивает ценности и нормы, традиции и обычаи, следствием этого является формирование его личности [14, с. 203]. С точки зрения социолога, в социуме отношения строятся по линии *социальный актор – ситуация*. На актора постоянно действуют мотивационные и ценностные ориентации. Мотивация зависит от целей, поставленных индивидом, его потребностей и тех альтернатив, которые открываются перед ним [15, с. 233]. Ценностная ориентация опирается на нормы морали, усвоенные в процессе социализации, и личную оценку значимости того или иного события. Именно поэтому Т. Парсонс выделял различные типы социального действия, среди которых особое место занимало моральное действие, приводящее индивида к ориентации на интересы и потребности других членов социальной группы, а не на собственные.

Наиболее интересную интерпретацию понятия *социальный институт* можно найти в работах французского социолога Э. Дюркгейма, который понимал его как рационально организованную группу индивидов, опирающуюся на стандартизированные образцы и модели поведения. Ученый рассматривал эту категорию как социокультурный феномен, поскольку в его основе лежит социальная солидарность. Последняя находилась в центре его исследовательских интересов [16]. Солидарность редка в современных сложных обществах, а растущая дифференциация ролей создает много групп с частичной солидарностью. В основе социальной ответственности бизнеса лежит предотвращение появления новых социальных барьеров, препятствующих сплочению и объединению общества, и уменьшение уже имеющихся [17].

Немецкий социолог, автор теории социального действия М. Вебер был убежден в необходимости понимания поступков и мотивов действий других людей. Социальный институт он определил как совокупность социальных действий, особенность которых заключается в поступках каждого индивида. Признаки института, по М. Веберу, – зачисление вне зависимости от усилий и заслуг личности и регламентирование поведения его членов социальными нормами и правилами [18, с. 279]. Самыми важными институтами, по мнению ученого, являются право, государство и религия, а главный признак социального действия – ориентация на другого индивида [19, с. 196]. Благотворительность же как социальный институт способствует пониманию нужд различных социальных групп и их последующей интеграции, позволяет государству поддерживать общественный порядок, опираясь на единство и согласие.

¹ Яницкий О. Н. ИНИОН: первые размышления о гуманитарной катастрофе // Официальный сайт ИС РАН. 17.02.2015. Режим доступа: https://www.isras.ru/files/File/publ/Yanitsky_INION.pdf (дата обращения: 15.03.2021).

Р. К. Мертон выделил два вида функций социальных институтов: явные, которые являются необходимыми и свойственны всем институтам, и латентные, реализующиеся в скрытых результатах деятельности [20]. Исходя из идей Р. К. Мертона, обратимся к явным и латентным функциям благотворительности. В современном молодежном бизнесе к первым можно отнести **интегративную** (репрезентация социальной ответственности молодых бизнесменов посредством удовлетворения их потребности в оказании помощи и поддержания социальной солидаризации и внутреннего единства общности), **контролирующую** (регулирование поступков индивидов в социальных отношениях благотворительности, стимулирующее желательное и не допускающее нежелательное поведение, реализация процесса социализации путем передачи индивидам установленных норм), **экономическую** (производство и распределение социальных благ и услуг для незащищенных социальных групп: молодежи, инвалидов, пенсионеров), **социальную** (устранение социальной напряженности благодаря улучшению качества и уровня жизни малообеспеченных групп), **политическую** (координация взаимодействия бизнеса и социума, улучшение репутации первого в российском обществе и региональных структурах) [21, с. 101].

К латентным функциям относятся формирование альтруистических корпоративных ценностей в бизнес-структурах, удовлетворение нравственных потребностей благотворителей, создание осведомленного и открытого общества, опирающегося на этические нормы и устойчивого к ксенофобии [22, с. 57], трансляция социальных ценностей и норм следующим поколениям, развитие налогового законодательства в отношении благотворителей (налоговый вычет и послабление). Р. К. Мертон отмечал, что явные функции социального института могут превращаться в латентные и наоборот [23, с. 265].

В условиях современного российского общества и рыночной экономики необходимо развитие социальной функции в производственном процессе [24, с. 11, 12]. Следует развить систему социального предпринимательства, в основе которого лежит не получение прибыли, а решение важнейших социальных проблем и благотворительность. В современные бизнес-структуры России постепенно включаются молодые предприниматели, которые руководствуются новой системой ценностей, осознают накопившиеся социальные проблемы и важность их решения [25, с. 40, 41]. Тем не менее современному российскому обществу присущи такие проблемы, как наличие теневого сектора экономики и примитивность гражданских институтов [26, с. 64–66]. Нужны условия, в которых молодой предприниматель сможет получать всю необходимую информацию, свободно действовать в рамках социальной и налоговой политики, знать свои права

и обязанности. Развитие молодежного предпринимательства и возможность влияния на этот процесс связаны с позитивными моментами: увеличением доли малого бизнеса, социализацией и трудоустройством молодежи, приобщением к решению социальных проблем.

Современное российское общество претерпевает быстрые социальные изменения. Характерная неоднородность повышает их сложность. Человек не может полагаться на модели поведения родителей, поскольку они неактуальны в новом историческом контексте [27, с. 10]. Между моделями личности, полученными от родителей, и социальными условиями возникает противоречие. Таким образом, молодежь ищет новые идентичности, которые соответствовали бы настоящему историческому контексту. Сомнение в будущем – нормальное явление для ситуации быстрых социальных изменений, именно поэтому функциональный подход видится весьма актуальным.

Подводя итог, отметим, что нами понятие социального института рассматривается, с одной стороны, с позиции структурного функционализма как система ценностей и норм, обуславливающая формирование социальных ролей и статусов, а с другой – с позиции институционализма как элемент, обеспечивающий удовлетворение важнейших потребностей социума. Это помогло исследовать социальную ответственность бизнеса и вывести определение благотворительности как социального института, основанного на взаимопомощи и альтруизме, установленном в противовес эгоистическому индивидуализму и возможной вертикальной авторитарной власти, развивающей современное государство.

Методы и материалы

Количественное исследование проводилось методом интернет-опроса, анкета была составлена и распространялась на базе платформы *Google Forms*. При разработке инструментария работы некоторые вопросы и варианты ответов были сформулированы по примеру исследования корпоративной благотворительности в России Всероссийского центра изучения общественного мнения². Выборка формировалась целевым и стихийным методами с использованием социальной сети ВКонтакте. В частности, ссылка на анкету была размещена в популярных среди молодежи группах. Для соблюдения пропорций по полу, возрасту и району проживания ссылка также рассылалась адресно [28, с. 620].

Для определения отношения молодежи к благотворительной деятельности бизнеса следует:

- 1) выявить степень информированности о проявлениях благотворительной деятельности предпринимательства;
- 2) установить факторы включенности молодежи в благотворительную деятельность бизнеса;

² От милостыни – к волонтерству: как меняется благотворительность в России // ВЦИОМ. 04.09.2021. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ot-milostyni-k-volonterstvu-kak-menyetsya-blagotvoritelnost-v-rossii> (дата обращения: 21.02.2021).

- 3) обозначить основные направления участия в благотворительной деятельности бизнес-структур;
- 4) определить уровень одобрения благотворительной деятельности бизнеса³.

Опросный лист включал 27 вопросов. Цель количественного исследования – выявление отношения молодежи Ижевска к благотворительной деятельности бизнеса. Выборку составили молодые люди в возрасте 18–35 лет: от 18 до 20 лет – 23,3 %, от 21 до 24 лет – 25,3 %, от 25 до 29 лет – 26,3 %, от 30 до 35 лет – 25,1 %. В период с 12 октября 2020 г. по 11 декабря 2020 г. было опрошено 389 человек, из них 175 мужчин (45 %) и 214 женщин (55 %). Молодежь характеризуется высокой социальной активностью, на которую влияет и сфера деятельности индивида. Среди испытуемых 53 % заняты в сфере предпринимательства, 16 % – студенты, 11 % – руководители, 9 % – специалисты, 7 % – рабочие, 4 % – безработные.

Результаты

В ходе исследования было выявлено представление респондентов о решении задач социализации молодежи посредством вовлечения в благотворительную деятельность, а также оценено несколько факторов социализирующего влияния благотворительности на молодых предпринимателей: нормативный, информационный, организационный, ценностный, институциональный и имиджевый.

Нормативный фактор оценивался с точки зрения определяемых государством законодательных норм, способствующих вовлечению в благотворительность и регламентирующих границы участия в ней через назначение социальных ролей. Задача государства – социализировать молодое поколение путем разработки социальных норм благотворительности, привлечения молодежи к филантропическому движению⁴. Следует усовершенствовать нормативно-правовую базу, включая налоговое законодательство [29, с. 143, 144]. Потенциальные благотворители должны быть ознакомлены с такими налоговыми льготами, как налоговый вычет в размере 13 % от уплаченной суммы, освобождение от удержания НДС с оказываемой финансовой поддержки. По мнению респондентов, в современном российском обществе существуют проблемы в реализации законодательных норм. Многие фирмы и организации, занимающиеся благотворительной деятельностью или планирующие это делать, не знакомы со специальными законодательными нормами.

Респонденты указали на незнание законодательных норм, способствующих вовлечению предпринимателей в благотворительность, нехватку возможностей для осуществления благотворительности у малого и среднего бизнеса и отсутствие социальных норм и обычаев благотворительной деятельности в предпринимательской среде.

Большинство опрошенных (88,9 %) отмечают, что в основном проблемы решаются полностью, 3,7 % – считают, что проблемы совсем не решаются, 7,4 % – полагают, что проблемы решаются частично. В качестве причин неудач респонденты выделили несистемный, хаотичный, беспорядочный характер благотворительной деятельности (74,1 %) и недостаточное финансирование (40,7 %). Исследование показало, что требуется, во-первых, совершенствование правовых норм, регламентирующих благотворительную деятельность бизнеса, во-вторых, проявление лояльности налогового законодательства в отношении благотворителей, в-третьих, упрощение процедуры предоставления благотворительной помощи. По мнению респондентов, разрешить эти проблемы помогут информационная поддержка благотворительной деятельности (63 %), совершенствование законодательства (59,3 %) и предоставление фирмам конкурентных преимуществ (51,9 %).

Хотя респонденты не рассматривают государство как главного благотворителя, именно оно способно развивать законодательную базу, улучшать налоговую систему и осуществлять информационную и организационную поддержку бизнеса. Таким образом, благотворительные практики должны пройти весь цикл институционализации, чтобы стать социальной нормой [30].

Информационный фактор оценивался на основании ответов респондентов о формировании общедоступной среды осведомления о нормативно-правовой базе, регулирующей благотворительную деятельность. Этот фактор, предоставляя всю полноту данных, способствует социализации благотворителей. В его реализации в российском социуме существуют недостатки. Бизнес-структуры лишены информационной поддержки со стороны государственных организаций, поэтому создание медиа-поля является важным условием социализации молодых предпринимателей.

Большая часть молодежи узнала о благотворительной деятельности бизнеса через Интернет (70,4 %). Это обусловлено особенно высокой актуальностью и распространенностью интернет-источников в данной возрастной группе. Менее популярно получение информации от знакомых, коллег и родственников (44,4 %), через телевидение и радио (33,3 %), из печатных изданий, газет и журналов (14,8 %).

Осведомленность о благотворительности бизнеса крайне низкая. Респонденты смогли назвать лишь 10 организаций, занимающихся благотворительной деятельностью. Наиболее известна организация АО «Белкамнефть» им. А. А. Волкова. Часто упоминались ООО «КОМОС ГРУПП», Корпорация «Центр», ИТ-компания DIREC-TUM. Компании играют значительную роль в институционализации благотворительной деятельности в Ижевске,

³ Развитие социального партнерства в Удмуртии // Бизнес-Стандарт. Режим доступа: <http://бизнес-стандарт.рф/info/articles/razvitie-sotsialnogo-partnerstva-v-udmurtii/> (дата обращения: 26.02.2021).

⁴ Благотворительный фонд развития филантропии «КАФ». Режим доступа: <http://www.cafussia.ru/> (дата обращения: 19.02.2021).

поддерживая волонтерское движение, экологические акции и другие инициативы. Это крупные игроки на рынке Удмуртии. Исходя из полученных ответов, можно сделать вывод, что о благотворительной деятельности малого бизнеса участники опроса слабо осведомлены. Тем не менее малое предпринимательство также занято решением проблем: обустройством дворов, помощью в борьбе с экологическими трудностями, работой с детскими домами. Это их осознанный выбор, который реализуется через особый вид социализации – собственную социализацию. Задача государства – через СМИ и некоммерческие организации (НКО) знакомить общество с такими предпринимателями, пропагандируя благотворительную деятельность, вовлекая в нее новых талантливых и энергичных молодых людей. Следует создать единое информационное поле в Интернете, в котором молодые предприниматели могли бы найти ответы на часто возникающие вопросы по проблемам оказания благотворительной помощи благотворительным фондам и НКО, узнать о преимуществах благотворительной деятельности для себя и для социума, познакомиться с опытом других компаний и фирм.

Организационный фактор выявлен на основании оценки совместных проектов бизнеса с НКО и благотворительными фондами, которые способствуют социализации молодых предпринимателей, обеспечивая их необходимой информацией, помогая осуществлять адресную помощь, таким образом формируя их социальную активность [31, с. 598]. Респонденты считают, что организационный фактор играет очень важную роль в социализации молодежи. НКО, знакомя молодых предпринимателей с проблемами социально незащищенных слоев населения, трудностями в области здравоохранения, образования и ЖКХ, стимулируют рост гражданской активности и социальной ответственности молодого поколения. Государству следует добиваться совершенствования данного фактора через развитие условий взаимодействия бизнеса и НКО, предоставление информации о достоинствах подобного взаимодействия для каждого участника. Для бизнеса это реклама своей фирмы и продукции, формирование позитивного образа компании, повышение лояльности со стороны клиентов, государственных структур, надзорных органов и бизнес-партнеров; для НКО – реализация целей и задач, увеличение числа благотворительных акций и компаний [32, с. 387]; для общества – снижение социальной напряженности, решение проблем экологии, здравоохранения, образования, ЖКХ, развитие инфраструктуры, один из путей борьбы с безработицей и увеличения занятости.

Респонденты проанализировали взаимодействие бизнес-структур с НКО и благотворительными фондами. Из них 55,6 % отметили, что в их окружении есть несколько человек, занимающихся благотворительной

деятельностью, 7,4 % опрошенных сообщили, что имеют много знакомых-благотворителей, 14,8 % таковых не имеют. Затруднились с ответом 22,2 % человек.

В том, что благотворительностью занимаются частные лица, уверены 92,6 % испытуемых, коммерческая сфера – 70,4 %, НКО – 40,7 %. Такие результаты связаны с тем, что в современных социально-экономических условиях население ощущает, что частные лица и бизнес-структуры значительно опережают НКО и государственные учреждения по оказанию помощи в рассматриваемом сегменте. Инициатором взаимодействия НКО и бизнеса, по мнению 51,9 % респондентов, являются НКО, и только 33,3 % считают, что это коммерческие структуры, 14,8 % – правительственные структуры. В целом респонденты оценивают взаимодействие бизнеса и НКО положительно (25,9 %) и скорее положительно (29,6 %), 44,4 % – нейтрально.

Взаимодействие бизнес-структур с НКО является необходимым условием социализации молодого поколения через вовлечение в благотворительную деятельность. НКО рассматриваются как буфер между бизнесом и благополучателями, осуществляющий информационную и координационную поддержку. Благотворительные фонды предоставляют бизнесу информацию о нуждающихся, знакомят с их трудностями и проблемами, добиваются, чтобы поддержка была адресной.

При оценке **ценностного фактора** внимание уделялось причинам оказания благотворительной помощи, индикаторам духовно-нравственных ориентиров молодого поколения. Государство через привлечение молодежи к участию в социальных проблемах региона развивает качества доброты, сочувствия, милосердия. За счет этого молодой человек осознает свое место в мире, формируются его жизненные цели и ценности, осуществляется процесс социализации [33, с. 492]. Большая часть опрошенных полагают, что бизнес занимается благотворительной деятельностью исключительно в собственных интересах, а не по причине ценностных ориентаций и устремлений⁵.

У 4,1 % респондентов открытый вопрос определения благотворительности бизнеса вызвал затруднения. В условиях рыночной экономики в обществе формируются в основном материальные ценности и идеалы консюмеризма, а духовные ориентиры, идеи благотворительности отступают на второй план [34, с. 50, 51]. Тем не менее респонденты ответили, что предпринимательскими структурами движут не только эгоистические и корыстные мотивы, но и «моральное удовлетворение» (63 %).

Ценностный фактор проявляется и в том, насколько успешно бизнес привлекает молодежь к своим благотворительным проектам и предпринимательской активности. Опыт участия в благотворительных проектах предпринимателей имеют 33,3 % представителей молодежи.

⁵ Яницкий О. Н. ИНИОН: первые размышления...

Чаще других возрастных групп занимались благотворительностью 21–24-летние (47,3 %). Это может быть связано с расстановкой приоритетов в разные жизненные периоды. Указанная возрастная группа нацелена на продолжение образования в магистратуре, получение опыта в профессиональной сфере, осознание своего места в мире и проявление социальной активности. Меньше остальных возрастных групп оказались вовлеченными в благотворительную деятельность бизнеса 30–35-летние (21,2 %). Скорее всего, это связано с тем, что человек уже имеет постоянную работу, семью и детей, что влияет на снижение социальной активности. Доля участвовавших в благотворительной деятельности бизнеса 18–20-летних составила 39,3 %, 25–29-летних – 27,5 %.

Основное мероприятие, в котором принимали участие молодые люди, – помощь социально уязвимым слоям населения (инвалидам, сиротам), работа в хосписах, патронат над детскими домами (60 %). Кроме того, респонденты участвовали в улучшении городской среды: ремонт дорог, решение проблем экологии, озеленение, обустройство автостоянок и детских площадок (40 %). Главная причина неучастия в благотворительных проектах – нехватка общедоступной информации о них, поэтому основным условием развития активности в этой сфере является информационная поддержка (о мероприятиях, социальных проблемах города, нуждающихся).

Для успешной социализации молодежи государство должно проводить целостную и ясную молодежную политику, отвечающую требованиям духовно-нравственного развития человека и гражданина [35, с. 577]. Одним из возможных решений может стать организация слетов и форумов, где молодых предпринимателей будут обучать основам бизнеса и знакомить с социальными проблемами, где им разъяснят, как их бизнес поможет в решении проблем региона [36, с. 164, 165]. Должна сложиться традиция, особая специфическая культура, в соответствии с которой отказ бизнеса от участия в благотворительных акциях и компаниями считался бы чем-то безнравственным и недостойным.

Институциональный фактор предусматривает помощь бизнеса таким социальным институтам, как семья, образование и наука, способствующим формированию комфортной социальной среды. Государственным структурам следует поощрять участие молодежи в решении проблем социальных институтов – это один из вариантов социализации. Для одних молодых предпринимателей на первом месте будет стоять решение проблем здравоохранения: покупка медицинского оборудования и лекарств, финансирование больниц и хосписов; для других – решение проблем образования: помощь в трудоустройстве выпускников вузов, финансирование научных конференций, инновационных выставок [37, с. 87], организация мастер-классов [38, с. 29–31]; для третьих – решение проблем семьи: финансирование детских домов, школ, домов творчества, социализация подрастающего поколения.

По мнению большинства, бизнес в Ижевске должен сосредоточиться на помощи социально уязвимым слоям населения (74,1 %). Среди популярных ответов названы решение проблем здравоохранения: создание и содержание хосписов, помощь больным детям (51,9 %); повышение квалификации, трудоустройство выпускников вузов (48,1 %); помощь городу: ремонт дорог, решение проблем экологии, озеленение, обустройство автостоянок и детских площадок (44,4 %); решение проблем образования: стипендии, стажировки для наиболее талантливых студентов (44,4 %). Подобные ответы говорят о том, что в городе особенно остро стоят вопросы здравоохранения и образования, проблемы ЖКХ и экологии. По мнению участников опроса, бизнес структуры помогают в основном детским домам и приютам (96,3 %), молодежным и детским объединениям (59,3 %), т. к. молодежь – это будущее государства, его опора и надежда. Предприниматели инвестируют в социализацию и воспитание молодого поколения, развивают социальную инфраструктуру, школы, организации и детские дома. Университеты, дома престарелых, общества инвалидов могут устраивать дни открытых дверей, чтобы познакомить молодых бизнесменов с проблемами своей организации, найти формы взаимовыгодного сотрудничества.

Имиджевый фактор базируется на мотивах и причинах оказания благотворительной помощи, связанных с формированием позитивного образа компании. Фактор играет одну из решающих ролей в социализации молодых предпринимателей, способствуя узнаваемости их бренда [39, с. 34]. Как следствие, происходит развитие организации, привлекаются новые инвесторы и сотрудники, появляются новые рынки сбыта. Основными мотивами оказания помощи бизнесменами респонденты посчитали проведение PR-кампаний (70,4 %) и получение налоговых льгот (51,9 %). Таким образом, молодежь считает, что бизнес оказывает благотворительную помощь в основном ради прагматических целей – пользы и выгоды. Однако проведенное количественное исследование показало, что для многих предпринимателей благотворительность – не только инструмент раскрутки своей компании, но и способ самореализации, нравственный ориентир. Возникает проблема расхождения общественного мнения о благотворительности бизнеса с реальным положением дел. Таким образом, задача государственных структур – с помощью СМИ распространять информацию о благотворительной деятельности предпринимателей для формирования позитивного образа молодого социально активного бизнесмена.

Заключение

В Ижевске происходит становление института благотворительности. Благотворительная помощь оказывается в основном коммерческими структурами, а не НКО и государством. Лидером по оказанию помощи является крупный бизнес (АО «Белкамнефть» им. А. А. Волкова,

ООО «КОМОС ГРУПП», Корпорация «Центр», ИТ-компания DIRECTUM и структуры сферы торговли продуктами питания). Опрошенная молодежь г. Ижевска слабо осведомлена о благотворительной деятельности бизнеса. Многие респонденты отмечали, что основная причина неудач благотворительной деятельности кроется в отсутствии общедоступной информации об актах благотворительности. Именно поэтому необходимо, с одной стороны, транслировать информацию о социальных проблемах города в предпринимательских слоях, а с другой стороны, информировать молодежь об актах благотворительности для дальнейшего привлечения и социализации.

В Ижевске молодое поколение наиболее осведомлено о благотворительности в социальной сфере. По мнению опрошенных, бизнес оказывает поддержку, прежде всего, детским домам и приютам, а также молодежным и детским объединениям. Представители этой возрастной группы осознают, что являются надеждой государства. Этим обусловлена нужда в инвестировании в социализацию и воспитание молодого поколения, развитие социальной инфраструктуры, школ, организаций и детских домов. Респонденты убеждены, что помощь должна оказываться инвалидам и престарелым.

Литература

1. Свекровкина Е. А., Панфилова Т. М. Развитие системы благотворительной деятельности в России // Экономика и социум. 2012. № 5. С. 776–778.
2. Широкалова Г. С., Кузонков П. И., Саралиева З. М. Экологическая культура: социальная ответственность и личный интерес студентов // Социология образования. 2017. № 5. С. 43–56.
3. Технологии эффективной социализации детей 3–7 лет: система реализации, формы, сценарии / сост. Н. П. Гришаева. М.: Вентана-Граф, 2017. 319 с.
4. Чирикова А. Е. Социальная ответственность бизнеса: должник, благодетель, партнер? // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2016. № 4. С. 8–12.
5. Садыкова Х. Н. Молодежь и общество // Социологические исследования. 2020. № 12. С. 156–157. DOI: 10.31857/S013216250012676-6
6. Чирикова А. Е., Ледяев В. Г., Сельцер Д. Г. Власть в малом российском городе: конфигурация и взаимодействие основных акторов // Полис. Политические исследования. 2014. № 2. С. 88–105.
7. Макушина Л. В. Партиципативное управление как инструмент развития персонала (опыт ФРГ) // Социальная ответственность как фактор устойчивого развития экономики / отв. ред. О. Н. Кондрашина. М.: ИД «АТиСО», 2014. С. 84–88.
8. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиозоведения. Антология / пер. с англ., нем., фр., сост. и общ. ред. А. Н. Красникова. М.: Канон+, 1998. С. 174–231.
9. Шаповалов Д. В. Институциональный и функциональный подходы в социологическом анализе благотворительности бизнеса // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2011. № 4. С. 201–209.
10. Шмерлина И. А. Молодость forever, или особенности возрастной самоидентификации в старшем возрасте // Старикам тут место: социальное осмысление старения / отв. ред. Д. М. Рогозин, А. А. Ипатова. М.: Институт социологии РАН, 2016. С. 156–182.
11. Муртазина Л. Р. Социальный институт как предмет социологического анализа // Вестник Чувашского университета. 2011. № 1. С. 185–190.
12. Спенсер Г. Основные начала / пер. Л. Алексеева. К.: Ф. Иогансон, 1886. Ч. 2. 375 с.
13. Липсет С. М. Размышления о капитализме, социализме и демократии // Пределы власти. 1994. № 1. Режим доступа: <http://old.russ.ru/antolog/predely/1/dem2-1.htm> (дата обращения: 20.11.2020).
14. Парсонс Т. Система современных обществ / пер. с англ. Л. А. Седова, А. Д. Ковалева; под ред. М. С. Ковалевой. М.: Аспект Пресс, 1998. 270 с.

Молодежь склонна включаться в благотворительность бизнес-структур, поскольку нацелена на получение образования, карьерный рост, осознание своего места в мире и проявление социальной активности [40]. На активность в этой сфере влияет возраст индивида. В большей степени ее проявляют молодые люди 21–24 лет. Включенность в благотворительную деятельность невозможна без личной мотивации, потребностей и социального опыта.

Таким образом, эмпирический анализ благотворительности бизнеса позволил выявить степень информированности о проявлениях благотворительной деятельности предпринимательства, раскрыть факторы включенности молодежи в нее, показать основные направления участия, а также определить уровень общественного одобрения. Главной задачей государства в этом процессе является осуществление институционализации благотворительной деятельности.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

15. Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Акад. проект, 2018. 434 с.
16. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда; Метод социологии / пер. с фр. А. Б. Гофмана. М.: Наука, 1991. 572 с.
17. Кашкаров А. С., Бакирова Р. Р. Анализ социальной ответственности бизнеса // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. № 11-3. С. 149–152. DOI: 10.24411/2500-1000-2020-11313
18. Вебер М. Избранное. Образ общества. М.: Юрист, 1994. 702 с.
19. Вебер М. Политика как призвание и профессия / пер. с нем. А. Ф. Филиппова. М.: Рипол-классик, 2018. 288 с.
20. Мертон Р. К. Социальная структура и аномия // Социология преступности / пер. с англ. А. С. Никифорова, А. М. Яковлева. М.: Прогресс, 1966. С. 299–313.
21. Мерсиянова И. В., Иванова Н. В., Малахов Д. И. Взаимосвязь между участием в волонтерстве и благотворительными пожертвованиями: межпоколенческий контекст // Социологические исследования. 2019. № 10. С. 94–106. DOI: 10.31857/S013216250007103-6
22. Логунова Е. Г., Логунова О. А. К вопросу о социальном предпринимательстве в Удмуртской Республике // Общество: социология, психология, педагогика. 2018. № 2. С. 56–60. DOI: 10.24158/spp.2018.2.10
23. Мертон Р. К. Эффект Матфея в науке, II. Накопление преимуществ и символизм интеллектуальной собственности // THESIS. 1993. Вып. 3. С. 256–276.
24. Маркин В. В., Роговая А. В. Региональное законодательство и социальные конфликты // Мониторинг правоприменения. 2016. № 2. С. 4–12.
25. Гришаев С. В., Немировский В. Г. Социальный портрет молодого предпринимателя // Социологические исследования. 1999. № 5. С. 40–43.
26. Алямкин С. Н. Социальная ответственность бизнеса: философско-правовой анализ. Саранск: Изд-во Мордовского университета, 2012. 97 с.
27. Горшков М. К., Седова Н. Н. «Самодостаточные» россияне и их жизненные приоритеты // Социологические исследования. 2015. № 12. С. 4–16.
28. Петрова А. Е. Качественные и количественные исследовательские подходы в изучении благотворительности: основания выбора // Благотворительность в России. 2002: Исторические и социально-экономические исследования / под общ. ред. О. Л. Лейкинда. СПб.: Лики России, 2003. С. 617–622.
29. Сакаева М. М. Бизнесмены в законодательных собраниях регионов – статус как защита и преференция // Социологические исследования. 2016. № 4. С. 142–146.
30. Калина Н. М. Благотворительность в современном российском обществе: вопросы теории и практики // Вестник экономики, права и социологии. 2019. № 2. С. 132–139.
31. Модель И. М., Модель Б. С. Специфика ценностно-мотивационной сферы лидеров благотворительных НКО // Благотворительность в России. 2001: Социальные и исторические исследования / под общ. ред. О. Л. Лейкинда. СПб.: Лики России, 2001. Т. 1. С. 595–601.
32. Модель И. М., Модель Б. С. Благотворительные общественные организации как институт гражданского общества // Благотворительность в России. 2002: Исторические и социально-экономические исследования / под общ. ред. О. Л. Лейкинда. СПб.: Лики России, 2003. С. 385–396.
33. Петрова А. В. Социально-ролевое партнерство в современной российской благотворительности // Благотворительность в России. 2002: Исторические и социально-экономические исследования / под общ. ред. О. Л. Лейкинда. СПб.: Лики России, 2003. С. 491–502.
34. Тихонова Н. Е. Особенности статусной идентичности и потребление среднего класса // Социологические исследования. 2015. № 1. С. 44–54.
35. Петрова А. Е. Индивидуальная жизненная ситуация как объект благотворительности // Благотворительность в России. 2001: Социальные и исторические исследования / под общ. ред. О. Л. Лейкинда. СПб.: Лики России, 2001. Т. 1. С. 574–581.
36. Зотова Е. С. Неравенство доходов и экономический рост: стратегии выхода из кризиса / под ред. А. Бугалина, Р. Трауб-Мерца, М. Воейкова. М.: Культурная революция, 2014. 406 с. // Социологические исследования. 2016. № 7. С. 161–165.
37. Ильиных С. А., Михайлова Е. В. Инновации в организациях: внедрение и сопротивление // Социологические исследования. 2015. № 6. С. 86–90.
38. Люблинский В. В. Социальное государство и развитие современного мира // Социальное государство и политика / под ред. О. М. Михайленка, В. В. Люблинского. М.: ФНИСЦ РАН, 2017. С. 23–36.
39. Тихонова Н. Е. Факторы стратификации в современной России: динамика сравнительной значимости // Социологические исследования. 2014. № 10. С. 23–35.
40. Зубок Ю. А. Молодежь: жизненные стратегии в новой реальности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 3. С. 4–12. DOI: 10.14515/monitoring.2020.3.1688

original article

Representation of Social Responsibility in Young People of Udmurtia via Charity-Related Activities

Elena G. Logunova

Kalashnikov Izhevsk State Technical University, Russia, Izhevsk; <https://orcid.org/0000-0003-4309-3940>; gerrusskih@gmail.com

Received 23 Mar 2021. Accepted 30 Apr 2021.

Abstract: The research featured the role of charity as a youth socialization factor. It was based on the functional approach developed by E. Durkheim, R. K. Merton and T. Parsons, which made it possible to consider charity as a socio-cultural phenomenon that meets important social needs and develops social solidarity. The research involved a quantitative online study. The respondents believe that charity events often fail due to the lack of publicity. Young people tend to be involved in charity activities organized by business structures. Their social activity is fuelled by their focus on getting good education, choosing career path, understanding their place in the world, etc. On the one hand, young people do not have the necessary experience and skills. On the other hand, they strive for independence of mind and action. The market society promotes the ideas of material well-being, personal gain, and competition. The task of the state, business, and family is to teach young people to combine material orientations and spiritual values. Charity as a form of social responsibility is a good way to resolve this contradiction.

Keywords: socialization of modern youth, institutionalization, structural functionalism, normative factor, information factor, organizational factor, value factor, institutional factor, image factor

Citation: Logunova E. G. Representation of Social Responsibility in Young People of Udmurtia via Charity-Related Activities. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 168–177. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-168-177>

Conflicting interests: The author declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Svekrovkina E. A., Panfilova T. M. Development of the system of charitable activities in Russia. *Ekonomika i sotsium*, 2012, (5): 776–778. (In Russ.)
2. Shirokalova G. S., Kukonkov P. I., Saraliev Z. M. Ecological culture: social responsibility and the personal interest of the students. *Sotsiologiya obrazovaniia*, 2017, (5): 43–56. (In Russ.)
3. *Technologies for effective socialization of 3–7 year-old children: implementation system, forms, and scenarios*, comp. Grishaeva N. P. Moscow: Ventana-Graf, 2017, 319. (In Russ.)
4. Chirikova A. E. Social responsibility of business: debtor, benefactor, partner? *Nauka i obrazovanie: khoziaistvo i ekonomika; predprinimatelstvo; pravo i upravlenie*, 2016, (4): 8–12. (In Russ.)
5. Sadykova Kh. N. Youth and society. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2020, (12): 156. (In Russ.) DOI: 10.31857/S013216250012676-6
6. Chirikova A. E., Ledyayev V. G., Seltser D. G. Power in a small Russian city: configuration and interaction of the main actors. *Polis. Political Studies*, 2014, (2): 88–105. (In Russ.)
7. Makushina L. V. Participatory management as a tool for personnel development (experience of the Federal Republic of Germany). *Social responsibility as a factor of sustainable economic development*, ed. Kondrashina O. N. Moscow: ID "ATiSO", 2014, 84–88. (In Russ.)
8. Durkheim E. Les Formes élémentaires de la vie religieuse. Mysticism. Religion. The science. *Classics of world religious studies. Anthology*, tr., comp. and ed. Krasnikov A. N. Moscow: Kanon+, 1998, 174–231. (In Russ.)
9. Shapovalov D. V. Institutional and functional approaches in the sociological analysis of business charity. *Bulletin of the Adyge State University. Ser.: Area studies: Philosophy, History, Sociology, Jurisprudence, Political Sciences and Cultural Studies*, 2011, (4): 201–209. (In Russ.)
10. Shmerlina I. A. Youth forever, or peculiarities of age self-identification in older age. *For old men there is a place: social understanding of aging*, eds. Rogozin D. M., Ipatova A. A. Moscow: Institut sotsiologii RAN, 2016, 156–182. (In Russ.)
11. Murtazina L. R. Social institute as a subject of the sociological analysis. *Vestnik Chuvashskogo universiteta*, 2011, (1): 185–190. (In Russ.)
12. Spencer H. *First principles*, tr. Alekseev L. Kiev: F. Ioganson, 1886, pt. 2, 375. (In Russ.)

13. Lipset S. M. Reflections on capitalism, socialism and democracy. *Predely vlasti*, 1994, (1). Available at: <http://old.russ.ru/antolog/predely/1/dem2-1.htm> (accessed 20 Nov 2020). (In Russ.)
14. Parsons T. *The system of modern societies*, trs. Sedov L. A., Kovalev A. D.; ed. Kovaleva M. S. Moscow: Aspekt Press, 1998, 270. (In Russ.)
15. Parsons T. *The structure of social action*. Moscow: Akad. proekt, 2018, 434. (In Russ.)
16. Durkheim E. *De la division du travail social*, tr. Gofman A. B. Moscow: Nauka, 1991, 572. (In Russ.)
17. Kashkarov A. S., Bakirova R. R. An analysis of the social responsibility of business. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, 2020, (11-3): 149–152. (In Russ.) DOI: 10.24411/2500-1000-2020-11313
18. Weber M. *Favorites. The image of society*. Moscow: Iurist, 1994, 702. (In Russ.)
19. Weber M. *Politics as a vocation and profession*, tr. Filippov A. F. Moscow: Ripol-klassik, 2018, 288. (In Russ.)
20. Merton R. K. Social structure and anomie. *The sociology of crime and delinquency*, trs. Nikiforov A. S., Iakovlev A. M.. Moscow: Progress, 1966, 299–313. (In Russ.)
21. Mersianova I. V., Ivanova N. V., Malakhov D. I. The relationship between volunteerism and charitable giving: inter-generational context. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2019, (10): 94–106. (In Russ.) DOI: 10.31857/S013216250007103-6
22. Logunova E. G., Logunova O. A. Concerning social entrepreneurship in the Udmurt Republic. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika*, 2018, (2): 56–60. (In Russ.) DOI: 10.24158/spp.2018.2.10
23. Merton R. K. The Matthew effect in science, II: cumulative advantage and the symbolism of intellectual property. *THESIS*, 1993, iss. 3, 256–276. (In Russ.)
24. Markin V. V., Rogovaia A. V. Regional laws and social conflicts. *Monitoring pravoprimeneniia*, 2016, (2): 4–12. (In Russ.)
25. Grishaev S. V., Nemirovskii V. G. Social portrait of a young entrepreneur. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 1999, (5): 40–43. (In Russ.)
26. Aliamkin S. N. *Social responsibility of business: philosophical and legal analysis*. Saransk: Izd-vo Mordovskogo universiteta, 2012, 97. (In Russ.)
27. Gorshkov M. K., Sedova N. N. "Self-sufficient" Russians and their life priorities. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2015, (12): 4–16. (In Russ.)
28. Petrova L. E. Qualitative and quantitative research approaches in the study of philanthropy: grounds for choice. *Charity in Russia. 2002: Social and Historical Research*, ed. Leikind O. L. St. Petersburg: Liki Rossii, 2003, 617–622. (In Russ.)
29. Sakaeva M. M. Businessmen in representatives state bodies of Russian regions: numbers and incomes for entrepreneurial activity. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2016, (4): 142–146. (In Russ.)
30. Kalina N. M. Charity in modern Russian society: questions of theory and practice. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii*, 2019, (2): 132–139. (In Russ.)
31. Model I. M., Model B. S. Specificity of the value-motivational sphere of the leaders of charitable NGOs. *Charity in Russia. 2001: Social and Historical Research*, ed. Leikind O. L. St. Petersburg: Liki Rossii, 2001, vol. 1, 595–601. (In Russ.)
32. Model I. M., Model B. S. Charitable public organizations as an institution of civil society. *Charity in Russia. 2002: Social and Historical Research*, ed. Leikind O. L. St. Petersburg: Liki Rossii, 2003, 385–396. (In Russ.)
33. Petrova A. V. Social-role partnership in modern Russian charity. *Charity in Russia. 2002: Social and Historical Research*, ed. Leikind O. L. St. Petersburg: Liki Rossii, 2003, 491–502. (In Russ.)
34. Tikhonova N. E. Middle class identity and consumption specifics. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2015, (1): 44–54. (In Russ.)
35. Petrova L. E. Individual life situation as an object of charity. *Charity in Russia. 2001: Social and Historical Research*, ed. Leikind O. L. St. Petersburg: Liki Rossii, 2001, vol. 1, 574–581. (In Russ.)
36. Zotova E. S. Income inequalities and economic growth: a strategy to escape crisis, eds. Buzgalin A., Traub-Merz R., Voeykov M. Moscow: Kulturnaia revoliutsia, 2014, 406. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2016, (7): 161–165. (In Russ.)
37. Ilynykh S. A., Mikhailova E. V. Innovations in organizations: introduction and resistance. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2015, (6): 86–90. (In Russ.)
38. Lyublinsky V. V. Social state and development of the modern world. *Social state and politics*, eds. Mikhailenok O. M., Lyublinsky V. V. Moscow: FNISTS RAN, 2017, 23–36. (In Russ.)
39. Tikhonova N. E. Stratification factors in contemporary Russia: dynamics of comparative significance. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2014, (10): 23–35. (In Russ.)
40. Zubok Yu. A. Youth: life strategies in a new reality. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2020, (3): 4–12. (In Russ.) DOI: 10.14515/monitoring.2020.3.1688

оригинальная статья

УДК 338.45+339.13

Рынок COVID-19-вакцин как новый сегмент мирового вакцинного рынка

Надежда Владимировна Горошко

Новосибирский государственный педагогический университет; Новосибирский государственный медицинский университет Минздрава России, Россия, г. Новосибирск; goroshko1@mail.ru

Сергей Викторович Пацала

Новосибирский государственный педагогический университет, Россия, г. Новосибирск

Елена Константиновна Емельянова

Новосибирский государственный медицинский университет Минздрава России, Россия, г. Новосибирск

Поступила в редакцию 31.05.2021. Принята в печать 17.06.2021.

Аннотация: Рынок вакцин является одним из самых привлекательных и быстроразвивающихся сегментов мирового фармацевтического рынка. Рост интереса к разработке и созданию новых вакцин вызвал существенный приток инвестиций в научно-исследовательскую деятельность, что незамедлительно сказалось на дальнейшем развитии рынка. Предмет – глобальный рынок вакцин от коронавируса COVID-19. Цель – оценка состояния рынка вакцин от вируса SARS-CoV-2 как нового сегмента мирового вакцинного рынка. В работе использованы статистические материалы Всемирной организации здравоохранения, Международной федерации фармацевтических производителей и ассоциаций, Statista, Росстата, Роспотребнадзора и общелогические, аналитические методы, статистический анализ и эмпирическое исследование. Запросы мирового рынка вакцин от COVID-19 на данный момент колоссальны, глобальный спрос на них может колебаться в пределах 10–14 млрд доз в год в зависимости от желаемого уровня охвата и необходимости повторной вакцинации. Ведущими производителями вакцин против COVID-19 в мире в данный момент являются Pfizer (США) / BioNTech (Германия), Sinovac Biotech (Китай), AstraZeneca (Великобритания), Moderna (США), Sinopharm (Китай). По объемам производства им существенно уступает Национальный исследовательский центр эпидемиологии и микробиологии имени почетного академика Н. Ф. Гамалеи (Россия). При этом распространенность вакцин, одобренных Всемирной организацией здравоохранения, по странам отличается: на первом месте находится вакцина Vaxzevria производства AstraZeneca, одобренная 101 страной, на втором месте – препарат Pfizer / BioNTech, который разрешен в 85 государствах мира, на третьем – Moderna, разрешенная в 46 странах. Далее следуют вакцины Sinopharm – 42 страны, Janssen (Johnson & Johnson) – 41 страна, Covishield (Serum Institute of India) – 40 стран. Российский Спутник V на 20 мая 2021 г. зарегистрирован в 68 государствах. Расширение производства для всех производителей провоцирует проблемы с поставками компонентов питательных сред для клеточных культур, фильтров и других одноразовых расходных материалов и оборудования, необходимых для производства, так как наблюдается пиковый спрос.

Ключевые слова: вакцина, здравоохранение, фармацевтический рынок, рынок иммунобиологических препаратов, инфекционное заболевание, коронавирусная инфекция, пандемия COVID-19, инвестиции

Цитирование: Горошко Н. В., Пацала С. В., Емельянова Е. К. Рынок COVID-19-вакцин как новый сегмент мирового вакцинного рынка // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 178–190. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-178-190>

Введение

Предупреждение инфекций становится важной задачей системы здравоохранения. В современном мире важность вакцинации неоспорима, а ее эффективность хорошо известна. Долгое время к вакцинам относились как к необходимой, но малоперспективной с точки зрения прибыли продукции. Это отношение изменилось с появлением целого ряда успешных продуктов (вакцины против вируса папилломы человека, противогриппозных вакцин), а также с перспективами разработки новых профилактических препаратов против таких заболеваний, как ВИЧ, малярия, онкологические болезни, коронавирусная инфекция. Вакцинация – значимый инструмент борьбы с инфекциями,

оправданный как социально, так и экономически. Так, затраты на иммунизацию одного человека против гриппа составляют около 12 долларов, в то время как расходы, связанные с возникновением болезни, обходятся в 730 долларов [1].

Наличие в стране собственной вакцинной индустрии – неотъемлемый элемент национальной безопасности. Вакцины против жизнеугрожающих инфекций можно рассматривать как стратегические препараты. Потери России от инфекционных заболеваний составляют миллиарды рублей. По оценкам Роспотребнадзора, в 2019 г. экономический ущерб только от 36 инфекционных болезней

составил 646 млрд руб.¹ Инвестиции в вакцинопрофилактику, как показывает мировой опыт, способны окупиться в 18-кратном размере. Это должно способствовать активному привлечению инвестиций в вакцинную отрасль. Однако развитие этого бизнеса сдерживает множество факторов, выступающих барьерами для входа на рынок. Цель исследования – оценить состояние рынка вакцин от вируса SARS-CoV-2 как нового сегмента мирового вакцинного рынка.

Материалы и методы. Информационной базой исследования послужили публикации в периодической печати и сети Интернет, статистические материалы Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), Международной федерации фармацевтических производителей и ассоциаций (*International Federation of Pharmaceutical Manufacturers & Associations*), Statista, Росстата, Роспотребнадзора и методы общелогические, аналитические, статистического анализа и эмпирического исследования. В основу статьи вошли публикации, посвященные вакцинам и заболеваемости COVID-19 за период 2020–2021 гг.

Результаты

Вакцинную индустрию отличают высокая научно- и трудоемкость, капиталоемкость разработки и производства. Для выпуска вакцины на рынок требуются значительные инвестиции, необходимые для проведения исследований и разработок, организации сложного технологического процесса и закупки дорогостоящего оборудования, привлечения высококвалифицированного персонала. Весо­мого объема инвестиционных ресурсов требуют процедуры сертификации, регистрации и логистики (высокая стоимость транспортировки и хранения) препаратов. Производство вакцин может занимать от 12 до 36 месяцев, требует инновационных технологий для системного и безошибочного повторения процессов производства и соблюдения всех условий. Поэтому во многих странах, в том числе и в России, новые предприятия по выпуску вакцин создаются при активной поддержке со стороны государства².

По данным исследования *Global Vaccine Market Report 2020*, мировой рынок вакцин в 2019 г. оценивался в 33 млрд долларов (2 % глобального фармрынка) или 5,5 млрд доз. К 2022 г. его объем достигнет 43,79 млрд долларов (в 2018 г. – 29,64 млрд долларов). В 56 странах ощущается дефицит одной или нескольких вакцин³. Программы иммунизации и инициативы, предпринимаемые государственными органами для улучшения результатов

здравоохранения, приведут к росту рыночного спроса. Пандемия значительно ускорит рост спроса на вакцины на рынке: в настоящее время биофармацевтические и биотехнологические компании при поддержке правительств сосредоточены на расширении исследований и разработок вакцин против вируса SARS-CoV-2.

До пандемии на исследования в области коронавирусов направлялось лишь 0,5 % всех глобальных расходов на работы по вирусной тематике, т.е. порядка 550 млн долларов. В то же время объем затрат только на исследования, связанные с лихорадкой Эбола, составил 1,2 млрд долларов. Естественным образом в 2020 г. ситуация изменилась кардинально – глобальные расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) в области COVID-19 составили 7,36 млрд долларов⁴.

На июль 2020 г. из общего объема финансирования со стороны государств, бизнеса и филантропов на разработку вакцины было направлено 52,1 % средств, на терапию – 15,5 %, диагностику – 10,1 %, базовые исследования – 2,4 %, технологические платформы – 0,4 %, на прочие нужды – 19,6 %. К этому же времени определился топ-5 стран-спонсоров НИОКР COVID-19. Наибольший вклад в разработки внесен США – 36 %, Германией – 14 %, Канадой – 11 %, Великобританией – 10 %, странами ЕС – 7 %, другими странами – 22 %⁵.

Расширение производственных мощностей, удовлетворяющих огромный спрос, еще больше укрепит потенциал роста отрасли. Вирусные инфекции являются одной из основных угроз, затрагивающих большинство населения как в развивающихся, так и в развитых странах.

Несмотря на то, что торговля медикаментами для профилактики заболеваний традиционно характеризуется низкой маржой прибыли в сравнении с продажами терапевтических препаратов, рынок вакцин является надежным источником роста. До пандемии COVID-19 крупным игрокам на рынке не стоило опасаться сильной конкуренции, слишком высок барьер входа на вакцинный рынок. Четыре ведущих производителя вакцин – GlaxoSmithKline (GSK, Великобритания), Pfizer (США), Merck (Германия) и Sanofi (Франция) – контролируют 90 % мирового рынка по стоимости (рис.). В натуральном выражении 60 % продукции производят пять корпораций-лидеров: Serum Institute of India (SII, Индия), GSK, Sanofi, Bharat Biotech International Limited (BBIL, Индия) и Haffkine (Индия). В число крупнейших компаний также входят американские Novavax, Emergent

¹ О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Российской Федерации в 2019 году. М.: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2020. 299 с.

² Kaddar M. *Global Vaccine Market Features and Trends*. Geneva: WHO, 2012. 31 p.

³ *Global Vaccine Market Report*. Geneva: WHO; MI4A Vaccines, 2020. 12 p.

⁴ Чеберко И., Розенберг И. Почему торопятся разработчики вакцин от COVID-19 // Вестник. 26.07.2020. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/07/26/835361-vaktsin-covid-19> (дата обращения: 27.05.2021).

⁵ Там же.

BioSolutions и Dynavax Technologies, австралийская CSL, японские Mitsubishi Tanabe Pharma и Astellas Pharma. У 19 вакцин, продающихся на глобальном рынке, есть только три или менее поставщика, а у 36 – два или менее⁶.

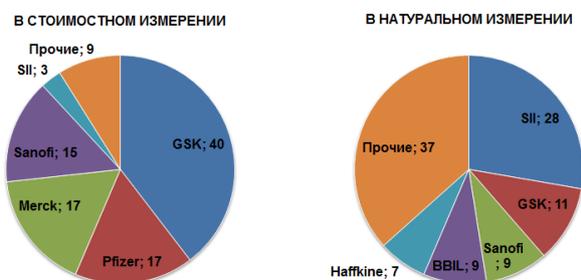


Рис. Top-5 компаний на мировом рынке производства вакцин в 2019 г., %

Fig. Top 5 companies in the global vaccine market in 2019, %

На глобальном вакцинном рынке доминирует продукция для детей, но сложившаяся ситуация изменится в ближайшей перспективе и главенствовать будут вакцины, предназначенные для взрослого населения. Например, стремительно растет ставший чрезвычайно привлекательным для инвесторов рынок противоопухолевых вакцин, где лидирующие позиции занимают препараты, предназначенные для борьбы с раком шейки матки.

Пятерка топовых вакцин включает 13-валентную пневмококковую вакцину Prevenar 13 от Pfizer (самая продаваемая до пандемии COVID-19 вакцина в мире, приносящая доход около 5,7 млрд долларов⁷); Gardasil от Merck против вируса папилломы человека; противогриппозную вакцину Fluzone и комбинированную Pentacel (от АКДС, полиомиелита и гемофильной инфекции) от Sanofi; Pediarix (от АКДС, полиомиелита и гепатита В) от GSK. GSK в 2015 г. усилила свое присутствие на мировом вакцинном рынке, закрыв сделку с Novartis, которой отдала набор противораковых медикаментов, взамен получив вакцинный портфель. Таким образом, компания показала, что фокус на безрецептурные препараты и вакцины, даже с низкой маржинальностью, перспективен. Причем GSK сделала ставку на максимальный спектр производства вакцин: число заболеваний, на которые нацелена компания, приближается к двум десяткам⁸.

На североамериканский рынок вакцин в 2019 г. пришлось более 38 % выручки. Благоприятные правительственные инициативы и широкий охват вакцинацией в дальнейшем будут способствовать увеличению доли рынка.

Кроме того, повышение осведомленности о лекарствах, их доступности и присутствие крупных игроков будут стимулировать рост регионального рынка. В 2019 г. США доминировали в североамериканской индустрии вакцин (30 % мирового рынка)⁹. Увеличение числа пациентов с инфекцией COVID-19 предоставило новые возможности отраслевым игрокам, работающим в стране: правительство США подписало соглашение о поставках вакцины против вируса SARS-CoV-2 с компанией Moderna¹⁰. Довольно высоко эксперты оценивают и европейский рынок вакцин.

Значимую роль на мировом вакцинном рынке стали играть развивающиеся государства. В первую очередь речь идет о странах БРИКС, особенно Индии и Китае. В стремлении расширить доступность вакцинных препаратов внутри своих стран они значительно продвинулись в разработке технологии их производства, усовершенствовании национальных систем регулирования отрасли. Теперь они предпринимают активные попытки завоевания своего места и на мировом рынке вакцин и иммунопрепаратов. Значительный объем предложений со стороны производителей из числа государств БРИКС уже провоцирует рост спроса на их не менее эффективные, но при этом значительно более дешевые продукты. Складывающаяся конкуренция создает возможности для изменения ситуации доминирования на глобальном рынке фармацевтических корпораций развитых стран [2].

Доля России на мировом рынке вакцин в «доковидный» период составляла лишь 1 % от общемирового объема реализации [3]. Отечественный вакцинный рынок крайне зависим от государства, поскольку его объем во многом определяется Национальным календарем профилактических прививок (НКПП), закупаемых за счет бюджетных средств.

НКПП в нашей стране имеет ряд значимых отличий от аналогичных календарей, существующих в большинстве высокоразвитых государств, и календаря, рекомендованного ВОЗ для всех без исключения стран мира. Так, в отличие от российского календаря, ВОЗ рекомендует профилактику ротавирусной инфекции и гемофильной инфекции типа В (НВ) для всех детей первого года жизни, а для подростков – вируса папилломы человека. Количество инфекционных заболеваний, от которых необходимо прививаться, в развивающихся странах достигает 15–18. НКПП в РФ включает иммунизацию населения от 12 инфекций: кори, краснухи, паротита, коклюша, гриппа, туберкулеза, вирусного гепатита В,

⁶ Global Vaccine Market Report...

⁷ Mikulic M. Global vaccine market revenues from 2014 to 2020 (in billion U.S. dollars) // Statista. Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/265102/revenues-in-the-global-vaccine-market/> (дата обращения: 27.05.2021).

⁸ Дмитриев Р., Ройсс Т. фон, Стрельцова Ю., Губарев А. Будущее рынка вакцин: прогноз на 2022 год // Мосмедпрепараты.RU. 30.12.2016. Режим доступа: <https://mosmedpreparaty.ru/news/research/3012> (дата обращения: 27.05.2021).

⁹ Renken C., McColl C., Manalo J., Harb M., Lowder D., Zhu C., Prabhakar R. COVID-19 Vaccines. Houston: Eventure, 2020. 37 p.

¹⁰ Ugalmugle S., Swain R. Vaccines market size. Selbyville: Global Market Insights Inc., 2020. 210 p.

дифтерии, столбняка, полиомиелита, гемофильной инфекции типа В и пневмококковой инфекции. Список по эпидемическим показаниям постоянно расширяется¹¹.

Включение современных комбинированных вакцин даст возможность добавить в НКПП вакцины и против других управляемых инфекций, которые сегодня в календаре отсутствуют. Использование инновационных комбинированных вакцин необходимо для снижения инъекционной нагрузки и уменьшения трудозатрат медицинского персонала. В перспективе планы Минздрава предполагают включение в календарь прививок вакцинации от ротавирусной инфекции, ветряной оспы, вируса папилломы человека, менингококковой инфекции, что потребует, по оценке самого ведомства, дополнительных вложений в десятки миллиардов рублей. При этом сумма может быть уменьшена, если наладить российское производство вакцин – оригинальных отечественных или локализованных западных.

Российский рынок вакцин в последнее время развивается чрезвычайно динамично и становится крайне интересным для инвестирования (табл. 1¹²). Драйвером столь прогрессивного развития стала не только и, может быть, не столько пандемия COVID-19, сколько принятые еще в «доковидный» период правительственные планы по расширению охвата населения страны вакцинацией и доведения ее уровня до 95 %. Планы Правительства и Минздрава предполагают, что удельный вес используемых в НКПП отечественных вакцин к 2025 г. составит 100 %. Реализация данной стратегии будет сопровождаться переходом к концепции вакцинации в течение всей жизни, разработкой препаратов для борьбы с хроническими аутоиммунными заболеваниями, новых инструментов доставки вакцин в организм человека, модернизацией отечественной технико-технологической базы вакцинного производства и расширением его мощностей¹³.

Табл. 1. Динамика производства медицинских вакцин, анатоксинов и токсинов в России, млн

Tab. 1. Dynamics of production of medical vaccines, anatoxins, and toxins in Russia, mln

Показатель	2017	2018	2019
Дозы	3,8	6,3	43,4
Упаковки	28,5	29,5	43,5
Ампулы	2	3	2,3

Политика импортозамещения позволила существенно нарастить объемы производства в отечественной вакцинной индустрии. К тому же в целях массовой вакцинации, проводимой за счет государства, приобретаются только препараты отечественного производства. Если в 2013 г. 2/3 российского рынка занимали препараты импортного производства, то с 2015 г. инвестиции национальных производителей при финансовой поддержке государства позволили резко увеличить продажи российских препаратов. В 2018 г. удельный вес произведенных в России вакцин достиг 80 % в натуральном выражении и 55 % – в стоимостном (табл. 2) [4].

Табл. 2. Структура продаж вакцин в России по странам производства, %

Tab. 2. Structure of vaccine sales in Russia by country of production, %

Производство	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>в натуральном измерении</i>						
Импортное	66,4	73,6	31,1	24	21,3	20,9
Отечественное	33,6	26,4	68,9	76	76,9	79,1
<i>в стоимостном измерении</i>						
Импортное	63,6	80,8	71,3	52,2	51,2	45,5
Отечественное	36,7	19,2	28,7	47,8	48,8	54,5

В географической структуре продаваемых в России импортных вакцин абсолютно доминируют США (Pfizer) и Франция (Sanofi Pasteur), определяющие и основные характеристики глобального рынка лекарственных препаратов. Помимо этих двух стран в лидирующую пятерку государств входят Бельгия, Австрия и Нидерланды.

С целью создания интегрированной структуры в области разработки и производства иммунобиологической продукции в 2013 г. под управлением госкорпорации «Ростех» был создан холдинг «Национальная иммунобиологическая компания», объединивший производственные площадки, центры исследований и разработок для НКПП. В состав холдинга вошли ведущие фармакологические предприятия страны: АО НПО «Микроген» (ключевой производитель вакцин и иммунобиологических препаратов в России: 8 производственных площадок обеспечивают более 87 % потребности в вакцинах для программы всеобщей бесплатной иммунизации),

¹¹ Об утверждении национального календаря профилактических прививок и календаря профилактических прививок по эпидемическим показаниям. Приказ Минздрава России от 21.03.2014 № 125н // СПС КонсультантПлюс.

¹² Единая межведомственная информационно-статистическая система. Режим доступа: <https://fedstat.ru/> (дата обращения: 27.05.2021).

¹³ Эксперты здравоохранения определили векторы развития рынка иммунобиологических препаратов // Фармацевтический вестник. 09.10.2020. Режим доступа: <https://pharmvestnik.ru/content/articles/Eksperty-zdravoohraneniya-opredelili-vektory-razvitiya-rynka-immunobiologicheskikh-preparatov.html> (дата обращения: 27.05.2021).

¹⁴ Национальная иммунобиологическая компания // Фармацевтический вестник. Режим доступа: <https://pharmvestnik.ru/companies/Nacimbio.html> (дата обращения: 27.05.2021).

ООО «Форт» (лидер производства вакцин против гриппа в России), ОАО «Синтез» (одно из крупнейших фармацевтических предприятий страны).

К числу крупнейших игроков отечественного рынка вакцин можно отнести также АО «Биомед» им. И. И. Мечникова и филиал «Медгамал» Национального исследовательского центра эпидемиологии и микробиологии имени почетного академика Н. Ф. Гамалеи (НИЦЭМ им. Н. Ф. Гамалеи), ООО «НПО Петровакс Фарм», АО «Биннофарм», ЗАО «Биокад», АО «Фармстандарт», ООО «Нанолек», АО «Р-Фарм», группу компаний «Фармасинтез», ЗАО «Вектор-медика».

Несмотря на то, что в последние годы отечественный рынок вакцин стал одним из самых быстрорастущих сегментов фарминдустрии, что совпадает с мировыми трендами, развитие отрасли и расширение ее присутствия на мировом рынке ограничивает ряд проблем. К основным из них специалисты относят следующие:

- значительные объемы т. н. квазиимпорта – доля зарубежных компонентов, используемых в производстве российских вакцин, может достигать до 100 %;
- активное импортозамещение в отрасли, которое сдерживает ограниченность отечественных производственных мощностей;
- низкая фондовооруженность отечественных разработчиков (дефицит лабораторного автоматизированного оборудования, значительный вес используемого ручного труда, устаревшие методики);
- недостаточная квалификация специалистов в области работы с оборудованием;
- слабая интеграция в производственной триаде *наука – фирмы – государство*;
- недостаточная государственная поддержка отрасли (в том числе в области защиты прав интеллектуальной собственности) [2].

С целью решения отраслевых проблем необходимо, во-первых, активно использовать государственные инструменты, в том числе ресурсы госкорпораций, для создания и поддержки высокотехнологичных фармпредприятий. Во-вторых, требуется развитие госпрограммы выпуска отечественных препаратов, направленной на стратегию импортозамещения и расширения экспортных возможностей российской вакцинной индустрии. В-третьих, является необходимым внедрение в отечественную практику зарубежного опыта централизации лабораторных служб с целью увеличения эффективности производства вакцин в стране¹⁵.

Пандемия COVID-19, нанеся серьезный урон мировой экономике, заставила глобальных лидеров в области разработки и производства фармацевтической продукции вступить в острую конкурентную борьбу по разработке вакцины от вируса SARS-CoV-2. Обычно этот процесс занимает несколько лет и даже десятилетий, и лишь 10 % «кандидатов», как правило, проходят все этапы клинических испытаний и доходят до населения. Учитывая высокую контагиозность вируса и те чрезвычайные последствия, которые оказала его пандемия на мировое хозяйство, создатели противовирусных препаратов максимально ускорили процесс их разработки и внедрения в производство, а государственные регуляторы – процедуры их регистрации.

В настоящее время во всем мире ведутся разработки профилактических препаратов против COVID-19 на основе нескольких технологических платформ: субъединичные, векторные реплицирующиеся и векторные нереплицирующиеся, РНК- и ДНК-вакцины, инактивированные, живые аттенуированные (ослабленные) и вакцины на основе вирусоподобных частиц¹⁶ [5; 6].

Каждый тип вакцин имеет свои преимущества, особенности и ограничения. Некоторые типы вакцин используются давно и сравнительно хорошо отработаны, другие находятся на переднем крае развития биотехнологий и никогда не применялись массово [7]. 31 % вакцинных препаратов, разрабатываемых для профилактики COVID-19, составляют белковые субъединичные вакцины, поскольку данная технологическая платформа зарекомендовала себя как ареактогенная. Немаловажно, что субъединичные вакцины обладают технологической безопасностью, потому что ни на одной стадии их производства не используется живой вирус, а сама вакцина содержит только вирусные белки¹⁷. Как принципиально новый тип вакцин мРНК-вакцины не содержат ни белковых соединений, ни целых вирусных частиц, а состоят из цепей мРНК, упакованных в липидные наночастицы. Поразительна скорость, с которой эти новые препараты достигли фазы III клинических испытаний, особенно с учетом того, что они стали первыми средствами на основе мРНК, получившими одобрение FDA и EMA [8].

В целом в мире разработчики вакцин от COVID-19 получили около 10 млрд долларов в виде государственного и некоммерческого финансирования для своих вакцинных кандидатов, хотя эти сведения, вероятно, занижены, учитывая недостаточность данных по некоторым из проектов. Крупнейшие компании (Novavax, AstraZeneca / Oxford

¹⁵ Стратегия развития иммунопрофилактики инфекционных болезней на период до 2035 года. Утв. распоряжением Правительства РФ от 18.09.2020 № 2390-р. Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/Zz7brckXmkaQTZHTA6ixAxlY4lhYBEeM.pdf> (дата обращения: 27.05.2021).

¹⁶ О видах вакцин против новой коронавирусной инфекции (COVID-19) // Роспотребнадзор. 24.09.2020. Режим доступа: https://www.rosпотребнадзор.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=15468 (дата обращения: 27.05.2021).

¹⁷ Draft landscape and tracker of COVID-19 candidate vaccines // WHO. 14.05.2021. Режим доступа: <https://www.who.int/publications/m/item/draft-landscape-of-covid-19-candidate-vaccines> (дата обращения: 27.05.2021).

University, Johnson & Johnson, Moderna, Pfizer / BioNTech) получили каждая от 957 млн до 2,1 млрд долларов обязательств по финансированию, в основном от правительства США и Коалиции за инновации в области обеспечения готовности к эпидемиям (СЕРИ). Миссия СЕРИ заключается в стимулировании и ускорении разработки вакцин против новых инфекционных заболеваний и обеспечении доступа к этим вакцинам посредством партнерства между государственными, частными, благотворительными, гражданскими организациями. Правительства Китая и России инвестировали в несколько вакцин-кандидатов, разрабатываемых частными компаниями или государственными предприятиями. Поскольку многие механизмы финансирования являются конфиденциальными, детали, касающиеся конкретной разбивки расходов, не оглашаются [9].

Ожидается, что к 2022 г. мировой рынок вакцин против COVID-19 составит 2,3 млрд долларов (около 3 % от общего рынка вакцин)¹⁸. В апреле 2020 г. Еврокомиссия запустила сбор средств на разработку вакцины по программе *Coronavirus Global Response*¹⁹. Итоговая сумма составила 15,9 млрд евро благодаря усилиям Франции, Германии, Японии, Канады, Саудовской Аравии, Великобритании, Израиля и Греции. США параллельно организовали свою кампанию *Operation Warp Speed*, куда направили 2 млрд долларов. Россия, Китай и Индия самостоятельно финансировали собственные разработки и в программах других стран участия не принимали. К апрелю 2021 г. во всем мире уже было произведено около 413 млн доз вакцины от COVID-19, из которых 70,9 % пришлось на долю

трех вакцин – Pfizer (119 млн доз), Sinovac (91 млн доз) и Vaxzevria от AstraZeneca (83 млн доз). Высокие показатели производства имеют также вакцины Moderna (61 млн доз), Sinopharm (38 млн доз), Спутник V (10 млн доз), Bharat (5,5 млн доз), Johnson & Johnson (4 млн доз), CanSinoBIO (2 млн доз)²⁰. Прогноз по производству вакцин крупными компаниями предварителен и будет корректироваться с учетом текущей ситуации, однако основные игроки на современном этапе свое присутствие на мировом рынке вакцин уже обозначили (табл. 3²¹).

Прогнозные оценки по объемам продаж в большей степени определяют ведущих игроков в сложившихся условиях на 2020 г. Сегодня в разработке находятся 287 вакцин от COVID-19 по всему миру²², но какое их количество пройдет клиническое тестирование, которое должно окончательно выявить эффективность и возможные побочные эффекты препарата, покажет время. Возможно, состав ведущих компаний, занимающихся производством вакцин против вируса SARS-CoV-2 останется тем же, что сформировался на начальном этапе пандемии. Изменения могут коснуться лишь объемов производимых вакцин с учетом потребностей региональных рынков, на которые они ориентированы. Не исключается появление новых игроков на рынке вакцин против вируса SARS-CoV-2 при исключительных конкурентных преимуществах новых вакцин (однокомпонентных, высокого уровня иммуногенности, сравнительно длительного срока хранения, конкурентных преимуществ по технологичности производства, простоте и доступности в применении и пр.).

Табл. 3. Мировой объем продаж вакцин от COVID-19, млн долларов
Tab. 3. Global COVID-19 vaccine sales, million US dollars

Компания / тип вакцины	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<i>Vaxzevria Oxford / AstraZeneca</i> (включая совместное предприятие с SII)	10	5255	2638	1398	745	634
<i>Moderna</i> (включая совместное предприятие со швейцарской <i>Lonza</i>)	480	12087	5922	1898	1242	1049
<i>Johnson & Johnson</i>	0	5295	2676	2067	1543	1411
<i>Sanofi / GSK</i>	0	205	948	632	399	348
Прочие вакцины на базе матричной РНК (<i>Pfizer</i> и т. д.)	938	29797	6326	3430	2365	2027
Прочие вакцины антивирусных производителей	20	8697	5550	4173	2999	2410
Традиционные вакцины на базе вирусоподобных, инактивированных частиц	54	11187	4350	3061	1946	1681
Итого	1502	72423	28415	16659	11239	9560

¹⁸ COVID-19 impact on vaccines & drugs market – global forecast to 2025 // Research and Markets. Режим доступа: <https://www.researchandmarkets.com/reports/S026153/covid-19-impact-on-vaccines-and-drugs-market> (дата обращения: 27.05.2021).

¹⁹ Coronavirus Global Response. Режим доступа: https://global-response.europa.eu/index_en (дата обращения: 27.05.2021).

²⁰ COVID-19 Vaccine Production // IFPMA. Режим доступа: https://www.ifpma.org/wp-content/uploads/2021/03/Airfinity_global_summit_master_final.pdf (дата обращения: 27.05.2021).

²¹ Хвостик Е. Гонка за миллиардами // Коммерсантъ. Деньги. 25.02.2021. Приложение № 3. С. 20, 21.

²² Draft landscape and tracker of COVID-19 candidate vaccines...

Представленная в табл. 3 динамика производства вакцин указывает на то, что объемы производства к 2025 г. относительно 2021 г., предположительно, будут сокращаться. При этом пока отсутствуют основания полагать, что подобная динамика сведет на нет рынок вакцин против вируса SARS-CoV-2 как новый сегмент мирового вакцинного рынка. Статистику по вакцинированным от COVID-19 в мире можно привести лишь приблизительно, поскольку информация поступает из разных стран несвоевременно. На начало июня 2021 г. в мире хотя бы одним компонентом вакцины привито чуть более 12 % населения, а двумя – около 6 %. По разным оценкам на достижение коллективного иммунитета (при вакцинации 65–70 % взрослого населения планеты) может уйти от полугода до нескольких лет. При более растянутых сроках вакцинации, по мнению ряда экспертов, достижение коллективного иммунитета маловероятно. Такая картина является результатом того, что современный мир слишком разделен национальными и политическими барьерами. В большинстве стран нет достаточного количества вакцин.

Сегодня можно допустить, что рынок вакцин против вируса SARS-CoV-2 займет определенную нишу, объем которой определится со временем под влиянием ряда факторов: контагиозность вируса, его мутационная изменчивость, охват и темпы вакцинации регионов мира и т.п. При этом эксперты-иммунологи, эпидемиологи, представители здравоохранения и Роспотребнадзора высказали мнение, что COVID-19 станет сезонным заболеванием, наряду с ОРВИ и гриппом. Полностью вирус SARS-CoV-2 победить проблематично.

Запросы мирового рынка вакцин от COVID-19 на данный момент колоссальны, глобальный спрос на вакцины может колебаться в пределах 10–14 млрд доз в год в зависимости от желаемого уровня охвата, необходимости повторной вакцинации. Спрос на вакцину высок и незамедлителен. Проблема недостатка производственных мощностей вакцины от COVID-19 привела к расширению сотрудничества между компаниями для увеличения масштабов производства. Даже у опытных производителей успешное начало ввода линии новой вакцины с передачей технологий и запуском производства занимает несколько месяцев. В данный момент на 3–4 фазах исследования находятся 32 вакцины, из них 5 кандидатов имеют зарезервированные мощности для производства 1–3 млрд доз, что окажет влияние на общее предложение. Расширение производства провоцирует проблемы с поставками компонентов питательных сред для клеточных культур, фетальной бычьей сыворотки, реагентов для тестирования, фильтров и других одноразовых

расходных материалов и оборудования, необходимых для производства, мешков для культивирования, стерилизационных систем и гамма-облучателей, т. к. наблюдается пиковый спрос. Следует учитывать, что в случае мутационной изменчивости вируса существует риск потери эффективности платформы или вакцины, потребуется время для адаптации платформ к новым типам вируса для нового производства²³ [10].

Некоторые из ведущих вакцин требуют применения сверххолодовых цепей и имеют короткий срок хранения после извлечения из хранилища. Например, вакцину на основе мРНК от Pfizer / BioNTech необходимо вводить в течение 5 дней после выведения из условий сверхнизких температур (–70 °С). Аналогичные, хотя и менее жесткие требования применяются к вакцине на основе мРНК Moderna. В связи с этим многие «бедные» страны столкнутся с препятствиями в реализации программ вакцинации из-за неспособности обеспечить поддержание холодовой цепи.

На май 2021 г. структура основных игроков на мировом рынке вакцин от вируса SARS-CoV-2 уже сложилась (табл. 4²⁴). Наблюдаемые различия цен зависят от множества факторов. К ним относятся, например, различия в технологических платформах и связанные с ними затраты на разработку и производство; объем государственного финансирования, полученного разработчиками; подходы компаний к лицензированию и созданию производственных сетей; степень соответствия вакцин против COVID-19 общим стратегиям получения прибыли фармацевтическими компаниями; наличие прав интеллектуальной собственности; требования спонсоров (например, условия доступа CEPI); политическое давление на компании с целью удержания цен на низком уровне [9].

Стоимость предлагаемых для разных стран вакцин сильно различается, причем бедные небольшие страны и страны с низкой покупательной способностью платят больше всего. Например, Саудовская Аравия и ЮАР платят 5,25, Европейская комиссия – 3,50, а Уганда – 8,25 долларов за дозу вакцины *Oxford / AstraZeneca* [11].

Стоит отметить распространенность вакцин, одобренных ВОЗ, по странам. На 20 мая 2021 г. на первом месте находится вакцина *Vaxzevria* производства *AstraZeneca*, одобренная 101 страной, на втором месте – препарат *Pfizer / BioNTech*, который разрешен в 85 государствах мира, на третьем – *Moderna*, разрешенная в 46 странах, далее следуют вакцины *Sinopharm* – 42 страны, *Janssen (Johnson & Johnson)* – 41 страна, *Covishield (SII)* – 40 стран. Российский Спутник V на 20 мая 2021 г. зарегистрирован в 68 государствах. Вакцины имеют разный

²³ Towards vaccinating the world. Landscape of current COVID-19 supply chain and manufacturing capacity, potential challenges, initial responses, and possible "Solution space" // IFPMA. Режим доступа: https://www.ifpma.org/wp-content/uploads/2021/03/Summit_Landscape_Discussion_Document.pdf (дата обращения: 27.05.2021).

²⁴ Цветкова А. Б. Средства от коронакризиса: тренды мирового рынка вакцин // РЭУ Аналитика. 24.02.2021. Режим доступа: <https://analitica.rea.ru/article/rubrika-nedeli/sredstva-ot-koronakrizisa-trendy-mirovogo-rynka-vaktsin/> (дата обращения: 27.05.2021).

Табл. 4. Основные игроки на мировом рынке вакцин от вируса SARS-CoV-2

Tab. 4. Major players in the global SARS-CoV-2 vaccine market

Вакцина	Страна	Стоимость дозы	Клиническая протективная эффективность, %	Запланированный объем производства, доз в год
Vaxzevria (University of Oxford, AstraZeneca)	Великобритания	\$2,5	70 (62–90)	6 млрд
BNT162b2 (Pfizer / BioNTech)	Германия	\$18,34	95	50 млн (2020) 1,4 млрд (2021)
Спутник V (ГамКОВИДВак) (НИЦЭМ им. Н. Ф. Гамалеи)	Россия	\$10	95	1,5 млн (2020)
ЭпиВакКорона (ГНЦ ВБ «Вектор» Роспотребнадзора)	Россия	\$12	–	5 млн
Ad5-nCoV (CanSinoBIO)	Китай	\$2,5	92,5	300 млн
NVX-CoV2373 (Novavax)	США	\$2,5	90	100 млн (2020) 2 млрд (2021)
mRNA-1273 (Moderna)	США	\$15–37	94,1	20 млн (2020) около 500 млн (2021)
CoronaVac (Sinovac Biotech)	Китай	\$30	–	422 млн

срок и требуемую температуру хранения. Например, срок годности Спутник V составляет полгода при температуре -18°C , Moderna – полгода при температуре -20°C , а у Pfizer – 8 месяцев при температуре -70°C и затем до 35 дней при температуре $2-8^{\circ}\text{C}$. Эти аспекты также будут влиять на конкурентоспособность препаратов в дальнейшем²⁵.

Пандемия COVID-19 дала мощнейший импульс развитию производства вакцин в России, чьи фармацевтические мощности к началу XXI в. были изношены на 60 %. Только в 2020 г. были запущены 11 новых предприятий по выпуску лекарственных препаратов, за короткий срок построена новая инфраструктура вакциноотрасли. На май 2021 г. на российском рынке зарегистрировано четыре вакцины от коронавируса. У Спутник V имеется 7 производителей, у Спутника Лайт – 8, у ЭпиВакКороны – 3, КовиВак выпускается только на площадке ее создателя – Центра им. М. П. Чумакова²⁶. Первой в августе 2020 г. регистрацию прошла вакцина Спутник V, разработанная НИЦЭМ им. Н. Ф. Гамалеи. В настоящее время выпуск Спутника V в нашей стране организован на производственных площадках НИЦЭМ им. Гамалеи, АО «Биннофарм», ЗАО «Биокад», АО «Генериум», ЗАО «Лекко», АО «Р-Фарм» и АО «Фармстандарт». Для удовлетворения спроса на зарубежных рынках отечественная вакцина

будет выпускаться международными партнерами за пределами России. Сегодня существуют договоренности о выпуске Спутник V с двумя десятками компаний из десяти государств²⁷.

В октябре 2020 г. появилась ЭпиВакКорона от ГНЦ ВБ «Вектор» Роспотребнадзора. Центр им. М. П. Чумакова разработал традиционную вакцину КовиВак на основе инактивированных вирусных частиц, которая прошла регистрацию в феврале 2021 г. Зарегистрированная в мае 2021 г. четвертая вакцина, Спутник Лайт, в отличие от трех предыдущих, состоит только из одного компонента.

Ожидается, что стоимость российских вакцин будет в среднем 20 долларов, а объем отечественного рынка составит минимум 800 млн долларов. Озвучивается информация, что Россия рассчитывает занять четверть глобального рынка вакцин от COVID-19²⁸.

Несмотря на очевидный успех отечественной науки в разработке препаратов от COVID-19, остается актуальной проблема выхода их на мировой вакцинный рынок. Подавляющая часть регистраций вакцины Спутник V приходится на развивающиеся страны. Ведущие мировые экономики пытаются решить проблему пандемии своими силами: в США, большинстве стран ЕС (кроме Венгрии и Словакии), Канаде, Японии, Австралии применение Спутник V пока не разрешено.

²⁵ Vaccines candidates by trial phase // COVID-19 Vaccine Tracker. Режим доступа: <https://covid19.trackvaccines.org/vaccines/> (дата обращения: 27.05.2021).

²⁶ Производство вакцин от коронавируса обошлось бюджету в 60 млрд рублей // Фармацевтический вестник. 17.05.2021. Режим доступа: <https://pharmvestnik.ru/content/news/Proizvodstvo-vakcin-ot-koronavirusa-oboshlos-budjetu-v-60-mlrd-rublei.html> (дата обращения: 27.05.2021).

²⁷ Спутник V. Режим доступа: <https://sputnikvaccine.com/rus/> (дата обращения: 27.05.2021).

²⁸ Эксперты здравоохранения определили векторы развития рынка иммунобиологических препаратов ...

Разработка НИЦЭМ им. Н. Ф. Гамалеи подверглась критике со стороны иностранных специалистов за отсутствие на момент презентации вакцины научных публикаций о проведенных испытаниях и доказательств эффективности препарата.

Российскую вакцину с самого начала подвергают тщательной проверке из-за того, что промоутеры объявили ее успешной тогда, когда она еще не прошла полноценный трехфазовый процесс клинических испытаний и вместо него полагалась на значительно меньшее число добровольцев. Также Россия изначально не опубликовала полный набор данных об испытаниях для публичного и экспертного обзора, что является стандартной практикой.

Одобрение экспериментальных вакцин против COVID-19 китайскими, индийскими и российскими регулирующими органами до проведения испытаний третьей фазы вызвало повсеместное недовольство должностных лиц и ученых в других странах из-за недостатка данных об их безопасности и эффективности и опасения, что это может ослабить доверие к вакцинам. Европейское агентство по лекарственным средствам подверглось лоббированию со стороны нескольких правительств ЕС, которые призвали регулирующий орган как можно быстрее выдать разрешение на вакцину AstraZeneca, чтобы ускорить программы вакцинации. Поэтому разрешения, которые считаются некоторыми преждевременными, могут подорвать доверие к регулирующим органам, вакцинам и программам вакцинации [9]. В то же время считается, что ускоренное одобрение регулирующими органами некоторых стран вакцин для экстренного применения до окончания клинических испытаний позволяет выбрать успешную стратегию в борьбе с эпидемией [12].

Другая проблема, мешающая успеху Спутник V, – недостаточные объемы производства. В России нет необходимых мощностей для наращивания производства с тем, чтобы и удовлетворить национальные потребности в вакцинации, и выполнить зарубежные заказы, что привело к дефициту и перебоям. У всех разработчиков российских вакцин пока не нашлось внушительных госинвестиций и производственного партнера, который мог бы вывести объемы производства на миллиард, а не сотни миллионов доз. Проблемы с производством препятствуют использованию препарата в России и за ее пределами. Это вылилось в необычную ситуацию, когда России приходится импортировать собственную вакцину, произведенную за границей. Очевидно, что распространение препарата Спутник V страдает от маркетинговых

ошибок и производственных проблем. Вакцинация внутри России серьезно отстает от темпов в других крупных индустриальных странах.

Зарубежные оппоненты отечественной вакцины Спутник V тоже отмечают, что у России возникают проблемы с производством препарата, а граждане страны «с трудом получают доступ» к нему. Эту позицию озвучил еврокомиссар Т. Бретон²⁹.

Разработчики не исключают, что процесс вывода Спутник V на мировые рынки может затянуться и по политическим причинам. Но даже если разрешение будет получено, российской вакцине придется столкнуться с конкуренцией со стороны других производителей. ЕС уже заключил контракты на покупку 2,6 млрд доз вакцин от Pfizer, Moderna и AstraZeneca, и они принесут создателям миллиарды долларов в год. Еще осенью 2020 г. аналитики прогнозировали, что годовая выручка от поставок вакцин против коронавируса дойдет до 10 млрд долларов. Позже выручка только Pfizer / BioNTech оценивалась в 19 млрд долларов по итогам 2020 г. Помимо государственного регулирования выход российской фармацевтической отрасли на международные рынки затруднен еще и недостаточным финансированием. По мнению специалистов, вывод нового препарата в страны ЕС или США обойдется производителям в сотни миллионов долларов и займет 5–7 лет. Вряд ли российская компания способна инвестировать такие ресурсы в экспансию. Это предположение только подтверждается практикой – реальных случаев вывода российских лекарств на развитые рынки практически не было. Высокие затраты мешают привлекать инвестиции на российский фармрынок³⁰.

Серьезным шагом на пути мирового признания отечественной вакцины Спутник V станет положительное заключение ВОЗ на сертификацию и одобрение Европейского агентства лекарственных средств (EMA – European Medicines Agency). ВОЗ планирует оценить безопасность российской вакцины в июне-июле 2021 г. Процедура последовательной экспертизы EMA стартовала в марте 2021 г. Однако в отличие от продуктов западных производителей, процедура сертификации которых проходила в ускоренном порядке, российская вакцина проходит ее стандартно. В настоящий момент в вакцинный портфель ЕС включены шесть, но даже в случае одобрения Спутник V может быть доступен в ЕС только к концу 2021 г. Препарат поступит слишком поздно, и применение вакцины будет нецелесообразно, поскольку

²⁹ Лисицына М., Курносова А. Еврокомиссар заявил, что в ЕС не нужна российская вакцина // РБК. 22.03.2021. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/22/03/2021/6057cd4b9a79472bc5697e11> (дата обращения: 27.05.2021); Рейхарт Д. «Спутник V» не откроет российским лекарствам доступ на зарубежные рынки // VTimes. 18.03.2021. Режим доступа: <https://www.vtimes.io/2021/03/18/sputnik-v-ne-otkroet-rossiiskim-lekarstvam-dostup-na-zarubezhnie-rinki-a3830> (дата обращения: 27.05.2021); Эккель М. Хорошая наука, плохой маркетинг? Чем вызвано недоверие к «Спутнику V» // Радио Азаттык. 15.04.2021. Режим доступа: <https://rus.azattyq.org/a/31204638.html> (дата обращения: 27.05.2021).

³⁰ Рейхарт Д. «Спутник V» не откроет российским лекарствам доступ на зарубежные рынки...

к середине июля в Европе планируется вакцинировать 70 % взрослого населения³¹.

Существенное влияние на возможность или уровень закупок вакцин тех или иных производителей оказывает внутривластная обстановка и лояльность государственных лидеров стран-экспортеров. В Бразилии, например, наблюдаются критика в публичных выступлениях и предвзятость по отношению к производителям из России и Китая [13]. Кроме того, сами вакцинируемые могут негативно относиться к новым предлагаемым продуктам. Так, в США существует недоверие к фармацевтическим компаниям, что частично связано с их ролью в продолжающейся эпидемии опиоидов, заключающейся в первоначальном преувеличении их пользы, преуменьшении рисков, агрессивном маркетинге, неспособности предупредить общественность о зависимости от наркотиков [14; 15]. В связи с этим появляются негативный фон вокруг принципиально новых вакцин и фармацевтических производителей и вопросы к безопасности [16].

Глобальное исследование потенциального принятия решения о вакцинации от COVID-19, проведенное в июне 2020 г., показало, что страны с высоким уровнем признания важности вакцинирования обладают сильным доверием к центральным органам власти и правительству (например, Китай и Южная Корея) [17].

В распределении доступных объемов вакцинных препаратов между государствами сложились огромные географические диспропорции – 60 % вакцин приобрели высокоразвитые страны, где проживает лишь 16 % глобального населения. Порядка 96 % всех доз вакцины Pfizer / BioNTech и 100 % доз компании Moderna были куплены богатыми государствами. Канада заказала такое количество доз вакцины, которое достаточно для вакцинации в девять раз больше своего населения, а Великобритания – в шесть раз больше. Это позволило говорить о таком явлении на мировом рынке, как «вакцинный национализм» [11; 18].

В начале 2021 г. ВОЗ предупредила о возможном провале в борьбе с COVID-19 из-за неравного доступа к вакцине. Фактически мировой рынок вакцин сегодня разделен пополам. Сложные и дорогие вакцинные продукты приобретаются в основном на рынках государств Запада, в то время как развивающийся мир вынужден довольствоваться вакцинами более простыми и дешевыми.

Для равного доступа всех стран мира к вакцинным препаратам и предотвращения национализации вакцин под руководством ООН была создана международная благотворительная инициатива COVAX. Ее руководство совместно осуществляют Альянс по вакцинам GAVI, ВОЗ и CEPI

в партнерстве с ЮНИСЕФ и Всемирным банком. Данная инициатива должна обеспечить ранний доступ странам-участницам фонда к двенадцати различным вакцинам, когда они появятся на рынке. Фонд будет инвестировать в них свои средства, что позволит к концу 2021 г. распределить пропорционально численности населения 2 млрд доз вакцины между странами-участницами³². Сначала привьют медицинских работников, а после препаратом обеспечат до 20 % населения каждого из государств. Дополнительные дозы будут распределяться в зависимости от напряженности эпидемиологической ситуации в странах. Государства ЕС, Фонд Билла и Мелинды Гейтс и британский благотворительный фонд Wellcome Trust уже направили на нужды COVAX порядка 8 млрд долларов. Заинтересованность в деятельности фонда выразили более 170 государств, в том числе 90 стран с низким и средним уровнем дохода. Однако далеко не все верят в успех этой инициативы. Основными ограничивающими факторами являются недостаток финансирования и отсутствие четких полномочий.

Как бы то ни было, сегодня на страны с высокими доходами приходится около 53 % всех закупок вакцин в мире, на страны с доходами выше среднего – 17 %, на страны со средним достатком и достатком ниже среднего – 16 %. Оставшаяся доля (14 %) приходится на закупки через механизм COVAX.

Представители ВОЗ настойчиво озвучивают позицию, что вакцины от вируса SARS-CoV-2 должны стать мировым достоянием и быть честно распределены между странами, а не оставаться продукцией для частного пользования отдельных государств. В поддержку данной инициативы выступил международный альянс People's Vaccine, в который входят такие правозащитные и благотворительные организации, как Amnesty International, Frontline AIDS, Global Justice Now и Oxfam. Участники альянса призвали добиваться признания вакцины от COVID-19 общемировым общественным благом, справедливым и бесплатным доступом к которому должен обладать любой житель планеты. Для этого необходимо, чтобы ее разработчики, используя инструменты ВОЗ, поделились интеллектуальной собственностью и технологиями для расширения производства вакцины [19].

По мнению экспертов, в ближайшее время будет происходить два встречных процесса: нарастание иммунной прослойки и накопление доступных доз вакцины. На фоне растущего популяционного иммунитета при лучшей практике лечения COVID-19 и неблагоприятных для распространения коронавируса погодных условий эпидемия пойдет на спад, а предложение вакцины вполне может превысить спрос.

³¹ Юшков М. В Евросоюзе описали поставки «Спутник V» словами «придет слишком поздно» // РБК. 11.04.2021. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/11/04/2021/60722c1f9a79479014ce9218> (дата обращения: 27.05.2021).

³² COVAX: ensuring global equitable access to COVID-19 vaccines // UNICEF. Режим доступа: <https://www.unicef.org/supply/covax-ensuring-global-equitable-access-covid-19-vaccines> (дата обращения: 27.05.2021).

Влияние пандемии COVID-19 на фармацевтический рынок все еще остается непредсказуемым. Ее последствия включают изменение спроса, пересмотр нормативных требований, необходимость внеплановых исследований и разработок, переход к телекоммуникациям и телемедицине [20].

Заключение

В перспективе рынок вакцин имеет потенциал для краткого роста как за счет расширения списка инфекций, входящих в НКПП, так и за счет рисков, связанных с новыми вызовами в области инфекционных заболеваний. Ярким примером тому стала пандемия COVID-19. Мировой рынок вакцин от COVID-19 еще не сформировался, поскольку на нем доминируют крупные государственные контракты на будущие поставки, спрос многократно превышает предложение, а на открытый рынок вакцины поступают в ограниченном количестве. Вакцины против COVID-19 являются одним из основных факторов для завершения пандемии, сохранения человеческих жизней и экономик стран. Ведущими производителями вакцин против COVID-19 в мире в данный момент являются Pfizer (США) и BioNTech (Германия), Sinovac Biotech (Китай), AstraZeneca (Великобритания), Moderna (США), Sinopharm (Китай). По объемам им существенно уступает НИЦЭМ им. Н. Ф. Гамалеи (Россия). При этом распространенность вакцин, одобренных ВОЗ, по странам отличается: на первом месте находится вакцина Vaxzevria производства AstraZeneca,

одобренная 101 страной, на втором месте – препарат Pfizer / BioNTech, который разрешен в 85 государствах мира, на третьем – Moderna, разрешенная в 46 странах, далее следуют вакцины Sinopharm (Beijing) – 42 страны, Janssen (Johnson & Johnson) – 41 страна, Covishield (SII) – 40 стран. Российский Спутник V зарегистрирован в 68 государствах.

Несмотря на многочисленные препятствия в сфере реализации теоретических наработок в отечественной вакцинологии, связанных со значительно большим временем и ресурсами, чем в других областях медицины, на сегодня ситуация на российском рынке вакцин для медицинских целей характеризовалась положительной динамикой. Удалось сохранить как производственные заделы, так и человеческий капитал мирового уровня в этой сфере. Разработка мер эффективной интеграции как научного, так и коммерческого сегментов отрасли, предложения актуальных направлений развития в области вакцинологии позволят поднять имидж отечественного здравоохранения в стране и на мировой арене, укрепить биологическую безопасность и занять заметное место на мировом вакцинном рынке.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

Литература

1. Ortega-Sanchez I. R., Molinari N.-A. M., Fairbrother G., Szilagyi P. G., Edwards K. M., Griffin M. R., Cassedy A., Poehling K. A., Bridges C., Staat M. A. Indirect, out-of-pocket and medical costs from influenza-related illness in young children // *Vaccine*. 2012. Vol. 30. Iss. 28. P. 4175–4181. DOI: 10.1016/j.vaccine.2012.04.057
2. Андрианова Е. П., Приказчикова Ю. В. О современных тенденциях развития мирового и российского рынка вакцин // *Современные научные исследования и инновации*. 2016. № 5. С. 163–166.
3. Акимова Ю. И., Проценко М. В. Обзор российского рынка вакцин: специфика, динамика развития, перспективы // *Современная организация лекарственного обеспечения*. 2013. № 3. С. 10–22.
4. Трухин В. П., Наркевич И. А., Басакина И. И., Барабанова А. И. Маркетинговый анализ российского рынка иммунобиологических лекарственных препаратов в рамках сегмента вакцин // *Медицинский вестник Башкортостана*. 2019. Т. 14. № 3. С. 47–50.
5. Li T., Zhang T., Gu Y., Li S., Xia N. Current progress and challenges in the design and development of a successful COVID-19 vaccine // *Fundamental Research*. 2021. Vol. 1. Iss. 2. P. 139–150. DOI: 10.1016/j.fmre.2021.01.011
6. El Bagoury M., Tolba M. M., Nasser H. A., Jabbar A., Elagouz A. M., Aktham Y., Hutchinson A. The find of COVID-19 vaccine: challenges and opportunities // *Journal of Infection and Public Health*. 2020. Vol. 14. № 3. P. 389–416. DOI: 10.1016/j.jiph.2020.12.025
7. Rawat K., Kumari P., Saha L. COVID-19 vaccine: a recent update in pipeline vaccines, their design and development strategies // *European Journal of Pharmacology*. 2021. Vol. 892. DOI: 10.1016/j.ejphar.2020.173751
8. Verbeke R., Lentacker I., De Smedt S. C., Dewitte H. The dawn of mRNA vaccines: the COVID-19 case // *Journal of Controlled Release*. 2021. Vol. 333. P. 511–520. DOI: 10.1016/j.jconrel.2021.03.043
9. Wouters O. J., Shadlen K. C., Salcher-Konrad M., Pollard A. J., Larson H. J., Teerawattananon Y., Jit M. Challenges in ensuring global access to COVID-19 vaccines: production, affordability, allocation, and deployment // *The Lancet*. 2021. Vol. 397. № 10278. P. 1023–1034. DOI: 10.1016/S0140-6736(21)00306-8
10. Dos Santos W. G. Impact of virus genetic variability and host immunity for the success of COVID-19 vaccines // *Biomedicine & Pharmacotherapy*. 2021. Vol. 136. DOI: 10.1016/j.biopha.2021.111272

11. Forman R., Shah S., Jeurissen P., Jit M., Mossialos E. COVID-19 vaccine challenges: What have we learned so far and what remains to be done? // *Health policy*. 2021. Vol. 125. № 5. P. 553–567. DOI: 10.1016/j.healthpol.2021.03.013
12. Singh J. A., Upshur R. E. G. The granting of emergency use designation to COVID-19 candidate vaccines: implications for COVID-19 vaccine trials // *The Lancet Infectious Diseases*. 2021. Vol. 21. № 4. P. E103–E109. DOI: 10.1016/S1473-3099(20)30923-3
13. Gramacho W. G., Turgeon M. When politics collides with public health: COVID-19 vaccine country of origin and vaccination acceptance in Brazil // *Vaccine*. 2021. Vol. 39. Iss. 19. P. 2608–2612. DOI: 10.1016/j.vaccine.2021.03.080
14. Jones M. R., Viswanath O., Peck J., Kaye A. D., Gill J. S., Simopoulos T. T. A brief history of the opioid epidemic and strategies for pain medicine // *Pain and therapy*. 2018. Vol. 7. № 1. P. 13–21. DOI: 10.1007/s40122-018-0097-6
15. Marks J. H. Lessons from corporate influence in the opioid epidemic: toward a norm of separation // *Journal of Bioethical Inquiry*. 2020. Vol. 17. № 1. P. 173–189. DOI: 10.1007/s11673-020-09982-x
16. Latkin C. A., Dayton L., Yi G., Konstantopoulos A., Boodram B. Trust in a COVID-19 vaccine in the U.S.: a social-ecological perspective // *Social Science & Medicine*. 2021. Vol. 270. DOI: 10.1016/j.socscimed.2021.113684
17. Lazarus J. V., Ratzan S. C., Palayew A., Gostin L. O., Larson H. J., Rabin K., Kimball S., El-Mohandes A. A global survey of potential acceptance of a COVID-19 vaccine // *Nature Medicine*. 2021. Vol. 27. № 2. P. 225–228. DOI: 10.1038/s41591-020-1124-9
18. Sharun K., Dhama K. COVID-19 vaccine diplomacy and equitable access to vaccines amid ongoing pandemic // *Archives of Medical Research*. 2021. DOI: 10.1016/j.arcmed.2021.04.006
19. So A. D., Woo J. Achieving path-dependent equity for global COVID-19 vaccine allocation // *Med*. 2021. Vol. 2. № 4. P. 373–377. DOI: 10.1016/j.medj.2021.03.004
20. Прожерина Ю. Мировой фармацевтический рынок: тренд – COVID // *Ремедиум*. 2020. № 9. С. 23–24. DOI: 10.21518/1561-5936-2020-9-23-24

original article

COVID-19-Vaccine Market as a New Segment of the Global Vaccine Market

Nadezhda V. Goroshko

Novosibirsk State Pedagogical University; Novosibirsk State Medical University of the Ministry of Health of the Russian Federation, Russia, Novosibirsk; goroshko1@mail.ru

Sergey V. Patsala

Novosibirsk State Pedagogical University, Russia, Novosibirsk

Elena K. Emelyanova

Novosibirsk State Medical University of the Ministry of Health of the Russian Federation, Russia, Novosibirsk

Received 31 May 2021. Accepted 17 Jun 2021.

Abstract: The vaccine market is one of the most attractive and fast-growing segments of the global pharmaceutical market. The increasing interest in the development and creation of new vaccines caused a significant influx of investment in research activities, which did not slow down the impact on the further development of the market. The present research featured the global market for COVID-19 vaccines. The research objective was to assess the state of the COVID vaccine market as a new segment of the global vaccine market. The work uses statistical materials of the World Health Organization, the International Federation of Pharmaceutical Manufacturers and Associations, Statista, Rosstat, and Rospotrebnadzor, as well as methods of general logical, analytical, statistical, and empirical analyses. The demands for the global COVID-19 vaccine market are currently enormous, and the global demand for COVID-19 vaccines can range from 10 to 14 billion doses per year, depending on the desired level of coverage and the need for re-vaccination. The current leading manufacturers of vaccines against COVID-19 are Pfizer (USA) / BioNTech (Germany), Sinovac Biotech (China), AstraZeneca (UK), Moderna (USA), and Sinopharm (China). In terms of production volumes, they are significantly inferior to N. F. Gamaleya Federal Research Center for Epidemiology and Microbiology (Russia). The prevalence of World Health Organization-approved vaccines differs by country: (1) Vaxzevria vaccine (AstraZeneca) was approved in 101 countries, (2) Pfizer / BioNTech – in 85 countries, (3) Moderna – in 46 countries, (4) Sinopharm vaccines – 42 countries, (5) Janssen (Johnson & Johnson) – in 41 countries, (6) Covishield (Serum Institute of India) – in 40 countries. As of May 20, 2021, the Russian Sputnik V was registered in 68 countries. For all manufacturers, the expansion of production provokes the same problems, which are mostly connected with the supply of culture media, filters, disposable consumables, and equipment, especially during peak demand.

Keywords: vaccines, healthcare, pharmaceutical market, immunobiological drugs market, infectious diseases, coronavirus infection, COVID-19 pandemic, investments

Citation: Goroshko N. V., Patsala S. V., Emelyanova E. K. COVID-19-Vaccine Market as a New Segment of the Global Vaccine Market. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 178–190. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-178-190>

Conflict of interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

References

1. Ortega-Sanchez I. R., Molinari N.-A. M., Fairbrother G., Szilagyi P. G., Edwards K. M., Griffin M. R., Cassedy A., Poehling K. A., Bridges C., Staat M. A. Indirect, out-of-pocket and medical costs from influenza-related illness in young children. *Vaccine*, 2012, 30(28): 4175–4181. DOI: 10.1016/j.vaccine.2012.04.057
2. Andrianova E. P., Prikazchikova Yu. V. About current trends of the global and Russian vaccine markets' development. *Sovremennye nauchnye issledovaniia i innovatsii*, 2016, (5): 163–166. (In Russ.)
3. Akimova Yu. I., Protsenko M. V. The Russian market of vaccines: specificity, the dynamics of development and prospects. *Sovremennaiia organizatsiia lekarstvennogo obespecheniia*, 2013, (3): 10–22. (In Russ.)
4. Trukhin V. P., Narkevich I. A., Basakina I. I., Barabanova A. I. Marketing analysis of the Russian immunobiological medicines market within the framework of vaccines. *Medicinskij vestnik Bashkortostana*, 2019, 14(3): 47–50. (In Russ.)
5. Li T., Zhang T., Gu Y., Li S., Xia N. Current progress and challenges in the design and development of a successful COVID-19 vaccine. *Fundamental Research*, 2021, 1(2): 139–150. DOI: 10.1016/j.fmr.2021.01.011
6. El Bagoury M., Tolba M. M., Nasser H. A., Jabbar A., Elagouz A. M., Aktham Y., Hutchinson A. The find of COVID-19 vaccine: challenges and opportunities. *Journal of Infection and Public Health*, 2020, 14(3): 389–416. DOI: 10.1016/j.jiph.2020.12.025
7. Rawat K., Kumari P., Saha L. COVID-19 vaccine: a recent update in pipeline vaccines, their design and development strategies. *European Journal of Pharmacology*, 2021, 892. DOI: 10.1016/j.ejphar.2020.173751
8. Verbeke R., Lentacker I., De Smedt S. C., Dewitte H. The dawn of mRNA vaccines: the COVID-19 case. *Journal of Controlled Release*, 2021, 333: 511–520. DOI: 10.1016/j.jconrel.2021.03.043
9. Wouters O. J., Shadlen K. C., Salcher-Konrad M., Pollard A. J., Larson H. J., Teerawattananon Y., Jit M. Challenges in ensuring global access to COVID-19 vaccines: production, affordability, allocation, and deployment. *The Lancet*, 2021, 397(10278): 1023–1034. DOI: 10.1016/S0140-6736(21)00306-8
10. Dos Santos W. G. Impact of virus genetic variability and host immunity for the success of COVID-19 vaccines. *Biomedicine & Pharmacotherapy*, 2021, 136. DOI: 10.1016/j.biopha.2021.111272
11. Forman R., Shah S., Jeurissen P., Jit M., Mossialos E. COVID-19 vaccine challenges: What have we learned so far and what remains to be done? *Health policy*, 2021, 125(5): 553–567. DOI: 10.1016/j.healthpol.2021.03.013
12. Singh J. A., Upshur R. E. G. The granting of emergency use designation to COVID-19 candidate vaccines: implications for COVID-19 vaccine trials. *The Lancet Infectious Diseases*, 2021, 21(4): E103–E109. DOI: 10.1016/S1473-3099(20)30923-3
13. Gramacho W. G., Turgeon M. When politics collides with public health: COVID-19 vaccine country of origin and vaccination acceptance in Brazil. *Vaccine*, 2021, 39(19): 2608–2612. DOI: 10.1016/j.vaccine.2021.03.080
14. Jones M. R., Viswanath O., Peck J., Kaye A. D., Gill J. S., Simopoulos T. T. A brief history of the opioid epidemic and strategies for pain medicine. *Pain and therapy*, 2018, 7(1): 13–21. DOI: 10.1007/s40122-018-0097-6
15. Marks J. H. Lessons from corporate influence in the opioid epidemic: toward a norm of separation. *Journal of Bioethical Inquiry*, 2020, 17(1): 173–189. DOI: 10.1007/s11673-020-09982-x
16. Latkin C. A., Dayton L., Yi G., Konstantopoulos A., Boodram B. Trust in a COVID-19 vaccine in the U.S.: a social-ecological perspective. *Social Science & Medicine*, 2021, 270. DOI: 10.1016/j.socscimed.2021.113684
17. Lazarus J. V., Ratzan S. C., Palayew A., Gostin L. O., Larson H. J., Rabin K., Kimball S., El-Mohandes A. A global survey of potential acceptance of a COVID-19 vaccine. *Nature Medicine*, 2021, 27(2): 225–228. DOI: 10.1038/s41591-020-1124-9
18. Sharun K., Dhama K. COVID-19 vaccine diplomacy and equitable access to vaccines amid ongoing pandemic. *Archives of Medical Research*, 2021. DOI: 10.1016/j.arcmed.2021.04.006
19. So A. D., Woo J. Achieving path-dependent equity for global COVID-19 vaccine allocation. *Med*, 2021, 2(4): 373–377. DOI: 10.1016/j.medj.2021.03.004
20. Prozherina Yu. Trend in global pharmaceutical market: COVID. *Remedium*, 2020, (9): 23–24. (In Russ.) DOI: 10.21518/1561-5936-2020-9-23-24

оригинальная статья

УДК 65.01

Диагностика состояния человеческого капитала предприятия и направления его развития

Наталья Леонидовна Грязнова
Кемеровский государственный университет, Россия,
г. Кемерово; n-l.gryaznova@yandex.ru

Наталья Анатольевна Плешкова
Кемеровский государственный университет, Россия,
г. Кемерово

Галина Анатольевна Подзорова
Кемеровский государственный университет, Россия,
г. Кемерово

Анна Валентиновна Мухачева
Кемеровский государственный университет, Россия,
г. Кемерово

Галина Станиславовна Драпкина
Всероссийский Государственный университет юстиции
(РПА Минюста России) Сочинский филиал, Россия, г. Сочи

Поступила в редакцию 17.11.2020. Принята в печать 26.03.2021.

Аннотация: В инновационной экономике важнейшим фактором экономического развития становится формирование и использование человеческого капитала. Сегодня руководители всех уровней меняют свое отношение к нему, приходит осознание важности человеческих свойств и способностей, необходимости их развития применительно к любой сфере жизнедеятельности, в том числе и хозяйственной. Представлена диагностика состояния человеческого капитала на примере машиностроительного предприятия ОАО «Кемеровский опытный ремонтно-механический завод», предложены направления его развития. Изучены теоретико-методологические основы человеческого капитала. Проанализированы структура кадрового состава и кадровые процессы, произведена оценка действующей системы мотивации и оплаты труда на предприятии, а также всех элементов человеческого капитала: капитала образования, капитала культуры и капитала здоровья. На базе Кемеровского опытного ремонтно-механического завода путем анкетирования проведено социологическое исследование, позволившее определить удовлетворенность сотрудников условиями и организацией труда, уровень их мотивации и степень вовлеченности в процесс самореализации. Рассчитана стоимость человеческого капитала Кемеровского опытного ремонтно-механического завода. Проведенная диагностика состояния человеческого капитала исследуемого предприятия позволила выявить существующие недоработки в управлении. Предложенные рекомендации по развитию могут быть использованы в интересах предприятия.

Ключевые слова: капитал образования, капитал культуры, капитал здоровья, активность персонала, инвестиции, стоимость человеческого капитала

Цитирование: Грязнова Н. Л., Плешкова Н. А., Подзорова Г. А., Мухачева А. В., Драпкина Г. С. Диагностика состояния человеческого капитала предприятия и направления его развития // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 191–197. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-191-197>

Введение

В современных экономических отношениях все больше осознается, что успешность и эффективность функционирования предприятия определяется не наличием зданий и оборудования, а человеческим капиталом, который составляют его сотрудники. Сегодня это ключевая ценность и ведущий фактор устойчивого инновационного развития предприятия, отрасли, страны [1–5]. Человеческий капитал – это набор необходимых для осуществления профессиональной деятельности, способствующих росту производительности и получению дохода компонентов, таких как здоровье человека, его врожденные способности, культурный и интеллектуальный потенциал, накопленные знания и умения, профессиональный опыт [6; 7]. В связи с этим формирование, накопление

и развитие человеческого капитала должно быть одной из приоритетных задач современного предприятия [8; 9].

Актуальность темы обусловлена необходимостью диагностики состояния человеческого капитала предприятия и выявления на этой основе направлений его развития для успешного функционирования. Цель – провести диагностику состояния человеческого капитала на примере ОАО «Кемеровский опытный ремонтно-механический завод» (КОРМЗ) и предложить мероприятия по его развитию.

Методы и материалы. Проблемы развития человеческого капитала корнями уходят глубоко в историю экономической мысли [10–12]. Предпосылки возникновения и обоснования теории человеческого капитала были описаны в трудах классиков экономики (У. Петти, А. Смита,

А. Маршалла, Д. Рикардо, К. Маркса и др.). Концепция человеческого капитала появилась в 1960-х гг. и получила известность благодаря нобелевским лауреатам по экономике Т. У. Шульцу и Г. С. Беккеру [13].

В исследовании использованы методы системного и структурного анализа, комплексный подход к изучаемым явлениям, статистические методы сбора и анализа данных. Сбор первичной информации произведен посредством анализа документов, анкетного опроса, а также с помощью метода наблюдения. Проведенная диагностика состояния человеческого капитала исследуемого предприятия позволила выявить существующие недоработки в управлении. Предложенные рекомендации по развитию могут быть использованы в интересах предприятия.

Результаты

КОРМЗ – машиностроительное предприятие, производитель техники и оборудования для предприятий дорожного и коммунального хозяйства, работающее в Кемеровской области с 1965 г. Анализ данных финансовых отчетов КОРМЗа за 2017–2019 гг. показал, что предприятие в целом является финансово устойчивым, однако за анализируемый период наблюдается снижение чистой прибыли на 26 %, а рентабельности продаж – на 29 %.

Согласно анализу кадрового состава и кадровых процессов, в 2020 г. на предприятии работало 263 человека. Из них 52,7 % – производственный персонал, 39,2 % – инженерно-технический, 8,1 % – обслуживающий. Наибольшую долю составляют сотрудники в возрасте от 30 до 40 лет – 29,6 %. Работников до 30 лет – 11 %, от 40 до 50 лет – 22,3 %, от 50 до 60 лет – 22 %, старше 60 – 15,1 %. Численность персонала на 2019 г. по сравнению с 2017 г. снизилась на 7 %. Текучесть кадров на предприятии незначительная, составляет 2,9 %. Коэффициент постоянства кадров – 0,9. Состав персонала практически не меняется.

Уровень заработной платы в КОРМЗе отстает от средней по региону на 47 %. Премии не несут большой стимулирующей роли [14].

Диагностика состояния человеческого капитала была проведена по трем базовым составляющим: капитал образования, капитал культуры и капитал здоровья¹. В рамках диагностики состояния капитала образования были рассмотрены формы и частота проводимых программ обучения на предприятии, структура персонала по уровню образования (табл. 1²). Специалисты с высшим образованием составляют 40 % от общего числа сотрудников, этот показатель остается стабильным, однако можно заметить, что число специалистов с высшим образованием по сравнению с 2017 г. снизилось на 7,6 %. Это может быть связано с оттоком специалистов в более перспективные места работы.

Табл. 1. Структура персонала КОРМЗа по уровню образования

Tab. 1. Personnel structure of the Kemerovo Experimental Mechanical Repair Plant by education

Уровень образования	2017		2018		2019	
	Количество человек	%	Количество человек	%	Количество человек	%
Высшее	118	40	112	40	109	39,8
Незаконченное высшее	3	1	2	0,7	3	1
Среднее техническое	160	54	155	55,3	149	54,3
Среднее общее	15	5	11	4	13	4,9

Объем инвестиций в образование сотрудников КОРМЗа за последние 3 года сократился на 26 %³. В структуре затрат предприятия инвестиции в образование составляют лишь 0,3 %. Так, на обучение инженерно-технических работников в 2017 г. было затрачено 808 тыс. руб., в 2018 г. – 707 тыс. руб., в 2019 г. – 603 тыс. руб.; в обучение рабочих в 2017 г. вложена 231 тыс. руб., в 2018 г. – 305 тыс. руб., в 2019 г. – 170 тыс. руб.

Творческая активность персонала КОРМЗа является довольно низкой (табл. 2). Стоит заметить, что положительная динамика творческой активности персонала все же есть, однако она весьма незначительна. На предприятиях с высокой творческой активностью сотрудники

Табл. 2. Расчет индекса творческой активности персонала КОРМЗа в динамике

Tab. 2. Dynamic creative activity index of the Kemerovo Experimental Mechanical Repair Plant personnel

Показатель	2017	2018	2019
Число сотрудников, внесших рационализаторские предложения	0	1	5
Число сотрудников, занятых в НИОКР	5	0	0
Среднесписочное число сотрудников	295	280	274
$I_{ТА1}$	0	0,003	0,018
$I_{ТА2}$	0,017	0	0
Индекс творческой активности	0,017	0,003	0,018

Прим.: $I_{ТА1}$ – число сотрудников, внесших рационализаторские предложения, к среднесписочному числу сотрудников; $I_{ТА2}$ – число сотрудников, занятых в НИОКР, к среднесписочному числу сотрудников.

¹ Нестеров А. К. Оценка человеческого капитала // Энциклопедия Нестеровых. 23.01.2017. Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/ocenka-chelovecheskogo-kapitala.html> (дата обращения: 08.02.2021).

² Составлена на основании данных о кадровом составе предприятия.

³ По данным внутренней документации предприятия.

стараятся совершенствовать свою работу, стремятся получать новые знания, инициируют новые проекты и вносят рациональные предложения [15].

В ходе диагностики состояния капитала культуры на исследуемом предприятии был проведен анализ его организационной культуры, определен ее тип. Рассмотрены миссия, принципы, традиции организации, спортивная и культурная жизнь сотрудников. В результате были выявлены, во-первых, отсутствие корпоративного кодекса, где были бы прописаны миссия, стратегия, ценности, нормы и правила поведения, корпоративный имидж и др.; во-вторых, малоразвитость спортивной и культурной жизни предприятия; в-третьих, ощущение необходимости развития корпоративной культуры предприятия у сотрудников.

В рамках диагностики состояния капитала здоровья в КОРМЗе отмечены мероприятия по поддержанию здоровья персонала: доплаты за работу во вредных условиях труда, наличие медпункта, спецодежда для работников цеха, спортзал (однако он практически не функционирует), возможность заниматься в различных секциях (но желающих практически нет). Санаторно-курортное лечение не оплачивается. Расходы на повышение уровня здоровья сотрудников составляют менее 1 %. Этого недостаточно для осуществления сотрудниками эффективной и продуктивной деятельности [9; 16; 17]. Расчет индекса уровня здоровья персонала КОРМЗа представлен в табл. 3. По сравнению с 2017 г. есть незначительное снижение индекса уровня здоровья.

Табл. 3. Расчет индекса уровня здоровья персонала КОРМЗа в динамике
Tab. 3. Dynamic index of health of the Kemerovo Experimental Mechanical Repair Plant personnel

Показатель	2017	2018	2019
Количество дней временной нетрудоспособности в расчете на 100 человек	106	85	97
I_{y31}	0,01	0,01	0,01
I_{y32}	1,00	0,77	0,85
Индекс уровня здоровья	0,5	0,39	0,43

Прим.: I_{y31} – расходы на оздоровление сотрудников к общим расходам на персонал; I_{y32} – индекс уровня временной нетрудоспособности персонала.

На предприятии путем анкетирования было проведено социологическое исследование, позволившее оценить удовлетворенность сотрудников условиями и организацией труда, оплатой труда, отношениями с руководством и коллегами, возможностями карьерного роста и самореализации. Подобного рода исследований в КОРМЗе за последние три года не проводилось. Опрос сотрудников помог выявить скрытые проблемы, которые необходимо решить.

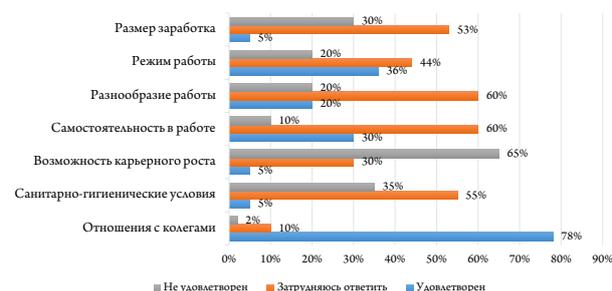


Рис. Удовлетворенность сотрудников различными сторонами работы
Fig. Employees' satisfaction with various labor aspects

Большинство респондентов (81 %) не в полной мере удовлетворены работой на предприятии, 63 % опрошенных, скорее всего, сменили бы работу, 31 % – скорее всего, нет. В наибольшей степени сотрудники не удовлетворены размером заработка, перспективами карьерного роста и санитарно-гигиеническими условиями, а удовлетворены – отношениями с коллегами (рис.).

Были выявлены факторы, которые в большей степени влияют на удовлетворенность сотрудниками работой на предприятии:

- 1) доплаты (премии, бонусы) – 87 %;
- 2) обучение (курсы, тренинги) – 60 %;
- 3) доплаты на оздоровление – 55 %;
- 4) корпоративные мероприятия – 40 %;
- 5) обеды – 32 %.

Большинство опрошенных (69 %) считают, что их возможности и способности реализуются всего на 50–70 %, 25 % респондентов – на 70–90 % и 6 % проанкетированных – менее чем на 50 %. Среди испытуемых 79 % ощущают потребность в повышении квалификации. Эпизодически повышают свою квалификацию 53 %, не повышают вовсе 42 %, повышают свою квалификацию постоянно лишь 5 %.

В экономической практике существует множество разных методик оценки человеческого капитала предприятия [18]. Нами проведена стоимостная оценка. Опираясь на доступную информацию, мы воспользовались методикой расчета с помощью гудвилла человеческого капитала, которую предложила Г. Н. Тугускина [19]:

$$S = 3П \times \Gamma_{чк} + I \times t,$$

где S – стоимость человеческого капитала, руб., $3П$ – заработная плата работника, руб., $\Gamma_{чк}$ – гудвилл человеческого капитала работника, I – инвестиции в развитие человеческого капитала за один год, t – период.

Гудвилл человеческого капитала – коэффициент, отбрасывающий реальную рыночную стоимость работника не как штатную единицу, а как конкретного человека, умеющего выполнять определенные функции, владеющего определенными навыками [18]. Гудвилл человеческого капитала состоит из суммы индексов прибыли человеческого капитала и стоимости человеческого капитала и коэффициента профессиональной перспективности.

Индекс прибыли человеческого капитала равен частному прибыли и эквивалента полного рабочего времени сотрудника. Индекс стоимости человеческого капитала – это отношение общих расходов на персонал к эквиваленту полного рабочего времени сотрудника. Эквивалент полного рабочего времени рассчитывается путем вычитания времени отпуска (в часах), праздничных дней (в часах) и отсутствия по причинам личного характера / болезни (в часах) из произведения количества рабочих дней в году и рабочих (8) часов в день.

Коэффициент профессиональной перспективности рассчитывается исходя из данных об образовании работника, его стаже и возрасте по формуле:

$$K_{ПП} = O_{УО} (1 + C/4 + B_T/18),$$

где $K_{ПП}$ – коэффициент профессиональной перспективности, $O_{УО}$ – оценка уровня образования (0,15 – для лиц с незаконченным средним образованием; 0,60 – со средним образованием; 0,75 – со среднетехническим и незаконченным высшим образованием; 1,00 – с высшим образованием по специальности), C – стаж работы по специальности, B_T – возраст. В соответствии с рекомендациями НИИ труда стаж делится на 4, т. к. он в 4 раза меньше влияет на результативность труда, чем образование; возраст делится на 18, т. к. его влияние на результативность труда в 18 раз меньше, чем влияние образования.

По данным КОРМЗа были рассчитаны все необходимые индексы в динамике (табл. 4).

Таким образом, стоимость человеческого капитала предприятия составила:

В 2017 г.: 106490 тыс. руб. \times 7,07 + 1039 тыс. руб. = 753923,3 тыс. руб.

В 2018 г.: 109620 тыс. руб. \times 6,6 + 1012 тыс. руб. = 724504 тыс. руб.

В 2019 г.: 112300 тыс. руб. \times 6,3 + 773 тыс. руб. = 708263 тыс. руб.

Стоимость человеческого капитала КОРМЗа за 3 года имеет тенденцию к снижению. По сравнению с 2017 г. она упала на 6 %. Это напрямую связано с индексами, составляющими гудвилл человеческого капитала, и объемом инвестиций в повышение его качества.

Соотношение стоимости человеческого капитала, фонда заработной платы и производительности труда представлено в табл. 5.

По всем направлениям диагностики были обнаружены существенные недостатки, выявлена недостаточность инвестиционных вложений в капитал здоровья, капитал образования и капитал культуры, а также неудовлетворенность сотрудников многими аспектами работы. С целью формирования и развития человеческого капитала КОРМЗа предложены рекомендации.

Во-первых, разработать систему управления человеческим капиталом, которая должна быть направлена в первую очередь на удержание, мотивацию, сохранение и развитие опытного квалифицированного персонала и в то же время на омоложение и привлечение новых кадров в целях эффективного выполнения бизнес-задач компании и повышения ее конкурентных преимуществ. Предприятию нужен квалифицированный специалист по кадрам, который мог бы построить эффективную

Табл. 4. Гудвилл человеческого капитала КОРМЗа

Tab. 4. Goodwill of the employee's human capital in the Kemerovo Experimental Mechanical Repair Plant

Показатель	2017	2018	2019	Абсолютное изменение, %
Прибыль предприятия, тыс. руб.	153882	163670	113985	-26
Фонд рабочего времени, тыс. ч.	587,64	555,52	543,62	-7,5
Индекс прибыли человеческого капитала	1,22	1,005	0,68	-44
Расходы предприятия на персонал, тыс. руб.	140213	143110	148652	+6
Индекс стоимости человеческого капитала	0,99	0,96	1,01	+2
Коэффициент профессиональной перспективности работника	4,86	4,64	4,6	-5
Гудвилл человеческого капитала	7,07	6,6	6,3	-11

Табл. 5. Соотношение человеческого капитала, фонда заработной платы и производительности труда

Tab. 5. Ratio of human capital, payroll, and labor productivity

Показатель	2017	2018	2019	Темп прироста, %
Производительность труда, тыс. руб на человека	141253	140125	136638	-3
Фонд заработной платы, тыс. руб.	106490	109620	112300	5,17
Человеческий капитал, тыс. руб.	753923,3	724504	708263	-6

систему управления человеческим капиталом. Реализация данных рекомендаций предусматривает:

- пересмотр и корректировку кадрового состава предприятия, выявление неэффективных, незаинтересованных в результатах сотрудников посредством процедуры аттестации и бесед с руководителями подразделений;
- привлечение на работу молодых квалифицированных кадров;
- организацию процесса передачи опыта и знаний от опытных специалистов молодым;
- совершенствование методов адаптации новых сотрудников с применением метода наставничества, проведение мероприятий по сплочению коллектива (это должно уменьшить вероятность ухода сотрудников в другую организацию);
- возложение ответственности за поддержку новых и перспективных проектов на тех специалистов, с которыми предприятие видит свое будущее;
- поддержание инициативности персонала в рационализаторских предложениях, в вопросах рабочего процесса;
- повышение заработной платы до средней в регионе;
- пересмотр системы мотивации: запуск механизмов естественной конкуренции, пересмотр системы материального стимулирования, нематериальное стимулирование;
- содействие развитию капитала образования и образовательного уровня: увеличение инвестиций в обучение и повышение квалификации персонала внутри и вне фирмы (запуск обучающих программ или тренингов, которые могут дать сотрудникам необходимый уровень компетенций и повысить существующие умения и навыки).

Во-вторых, в качестве рекомендаций по развитию капитала здоровья предложены:

- прохождение медицинского осмотра дважды в год для предупреждения заболеваний;
- пересмотр социального пакета (корпоративный ДМС, введение путевок в оздоровительные учреждения, выдача талонов на питание определенным категориям);

- улучшение условий труда, организация зон обеда и отдыха;
- регулярное проведение опросов удовлетворенности персонала в целях получения достоверной и своевременной обратной связи от сотрудников;
- развитие спортивной культуры (возобновление занятий в секциях, ремонт тренажерного зала, введение «Дня здоровья»).

В-третьих, в целях повышения уровня капитала культуры рекомендуется:

- создание корпоративного кодекса предприятия, доведение миссии, ценностей до сотрудников;
- выделение средств на корпоративные мероприятия (праздники, дни рождения компании), подарки на Новый год и т. п.;
- организация конкурсов, награждение наиболее эффективных работников;
- развитие средств внутренних коммуникаций: работа над сайтом и создание корпоративной газеты, в которой можно будет публиковать статьи по актуальным вопросам деятельности предприятия, новым проектам и результатам работы.

Заключение

Для успешного функционирования предприятия необходимо проводить диагностику состояния его человеческого капитала и на этой основе выявлять направления его развития. Организации, которые занимаются развитием человеческого капитала, имеют продуктивный, лояльный к организации, вовлеченный в рабочий процесс персонал. Предприятия как единицы национальной экономики должны осознать, что развитие человеческого капитала, инвестиции в образование и здоровье сотрудников, развитие организационной культуры должны быть в числе приоритетных задач, поскольку это оказывает прямое воздействие на функционирование и эффективную деятельность предприятия и экономики страны в целом.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Литература

1. Дорохова Н. В. Роль человеческого капитала в инновационном развитии предприятия // Экономика. Инновации. Управление качеством. 2017. № 2. С. 33–34.
2. Грузков И. В. Воспроизводство человеческого капитала в условиях формирования инновационной экономики России. М.: Экономика, 2013. 383 с.
3. Гвоздева Е. С., Штерцер Т. А. Человеческий капитал как фактор развития России // ЭКО. 2007. № 7. С. 134–138.
4. Гурулёв С. А., Санникова Т. Д. Подходы к формированию человеческого капитала предприятия // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 10. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=34541127> (дата обращения: 08.02.2021).
5. Джандар С. Х. Человеческий капитал как фактор развития современной экономики // Новые технологии. 2013. № 1. С. 94–96.

6. Туебекова Ш. Ж. Человеческий капитал: понятие и особенности его использования // Вестник КазНПУ им. Абая. Серия «Экономическая». 2012. № 1. С. 72–80.
7. Смирнов В. Т., Скоблякова И. В. Классификация и виды человеческого капитала в инновационной экономике // Управление общественными и экономическими системами. 2006. № 1.
8. Смирнов В. Т., Сошников И. В., Власов Ф. Б., Скоблякова И. В. Управление человеческим капиталом. Орел: ОрелГТУ, 2005. 276 с.
9. Развитие человеческого капитала – новая социальная политика / науч. ред. В. А. Мау, Т. Л. Клячко. М.: Дело, 2013. 539 с.
10. Плячкайтене И. М. Становление и развитие теории человеческого капитала // Молодой ученый. 2011. № 7-1. С. 102–104.
11. Троицкая А. А. Проблемы и возможности развития инновационных качеств человеческого капитала российских предприятий // Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда. 2016. Т. 4. № 68. С. 71–76.
12. Капелюшников Р. И. Человеческий капитал России: эволюция и структурные особенности // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2005. № 4. С. 46–54.
13. Базаров Т. Ю. Концепция «человеческого капитала» // Управление персоналом / под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. 2-е изд. М.: ЮНИТИ, 2015. С. 129–144.
14. Грязнова Н. Л. Мотивация персонала в условиях инновационного развития предприятия // Современные тенденции развития науки: сб. тезисов нац. конф. (Кемерово, 25 декабря 2018 г.) Кемерово, 2018. С. 72–73.
15. Левина Н. С. Оценка человеческого капитала ЗАО «Азовское» Азовского района Омской области // Студенческий научный форум – 2014: Экономические науки: мат-лы VI Междунар. студенческой электронной науч. конф. (Пенза, 15 февраля – 31 марта 2014 г.) Пенза, 2014. Режим доступа: <http://scienceforum.ru/2014/article/2014002692> (дата обращения: 08.02.2021).
16. Малинина Е. С. Человеческий капитал в управленческом учете // Студенческий научный форум – 2014: Экономические науки: мат-лы VI Междунар. студенческой электронной науч. конф. (Пенза, 15 февраля – 31 марта 2014 г.) Пенза, 2014. Режим доступа: <http://scienceforum.ru/2014/article/2014003683> (дата обращения: 08.02.2021).
17. Кирьянов Д. А., Сухарева Т. Н. Методы оценки человеческого капитала: анализ объективности и достаточности исходных данных // Теория и практика общественного развития. 2011. № 3. С. 337–340.
18. Филенко А. С., Мухтарова С. С. Оценка человеческого капитала на предприятии // Пути повышения результативности современных научных исследований: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. (Казань, 4 июня 2019 г.) Уфа, 2019. Ч. 1. С. 156–158.
19. Тугускина Г. Н. Методика оценки человеческого капитала предприятий // Управление персоналом. 2009. № 5. С. 42–46.

original article

Human Capital: Diagnostics and Development Direction

Natalia L. Gryaznova

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo; n-l.gryaznova@yandex.ru

Natalia A. Pleshkova

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

Galina A. Podzorova

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

Anna V. Mukhacheva

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

Galina S. Drapkina

All-Russian State University of Justice (RPA of the Ministry of Justice of Russia) Sochi branch, Russia, Sochi

Received 17 Nov 2020. Accepted 26 Mar 2021.

Abstract: Human capital is the most important development factor of an innovative economy. Managers at all levels are beginning to recognize the importance of human qualities and skills, as well as the need for their development. The present research diagnosed the state of human capital of the Kemerovo Experimental Mechanical Repair Plant. The paper outlines the theoretical and methodological foundations of human capital, introduces some prospects for its development, analyzes staffing and HR processes, assesses the current system of motivation and remuneration, measures the cost of the human capital, and evaluates all its elements, namely education, culture, and health. A sociological questionnaire made it possible

to assess the satisfaction from labor conditions and management, as well as the level of motivation. The authors offer some improvement measures for the development of the human capital within the enterprise in question.

Keywords: education capital, culture capital, health capital, employee activity, investment, the cost of human capital

Citation: Gryaznova N. L., Pleshkova N. A., Podzorova G. A., Mukhacheva A. V., Drapkina G. S. Human Capital: Diagnostics and Development Direction. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 191–197. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-191-197>

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

Conflicting interests: The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Dorokhova N. V. The role of human capital in the innovative development of the enterprise. *Ekonomika. Innovatsii. Upravlenie kachestvom*, 2017, (2): 33–34. (In Russ.)
2. Gruzkov I. V. *The reproduction of human capital in the conditions of formation of innovation economy of Russia*. Moscow: Ekonomika, 2013, 383. (In Russ.)
3. Gvozdeva E. S., Shtertser T. A. Human capital as a factor in the development of Russia. *ECO*, 2007, (7): 134–138. (In Russ.)
4. Gurulev S. A., Sannikova T. D. Approaches to the formation of the human capital of an enterprise. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyi nauchnyi zhurnal*, 2017, (10). Available at: <https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=34541127> (accessed 8 Feb 2021). (In Russ.)
5. Dzhandar S. Kh. Human capital as a factor of the modern economy development. *New technologies*, 2013, (1): 94–96. (In Russ.)
6. Tuebekova Sh. Zh. Human capital: concept and implementation features. *Vestnik KazNPU im. Abaia. Seriya "Ekonomicheskaya"*, 2012, (1): 72–80. (In Russ.)
7. Smirnov V. T., Skobliakova I. V. Classification and types of human capital in innovative economy. *Upravlenie obshchestvennymi i ekonomicheskimi sistemami*, 2006, (1): 1. (In Russ.)
8. Smirnov V. T., Soshnikov I. V., Vlasov F. B., Skobliakova I. V. *Human capital management*. Orel: OrelGTU, 2005, 276. (In Russ.)
9. *Development of human capital – new social policy*, eds. Mau V. A., Kliachko T. L. Moscow: Delo, 2013, 539. (In Russ.)
10. Pliachkaitene I. M. Formation and development of the theory of human capital. *Molodoi uchenyi*, 2011, (7-1): 102–104. (In Russ.)
11. Troitskaya A. A. Challenges and opportunities for the development of innovative human capital of Russian enterprises. *Ekonomika. Predprinimatelstvo. Okruzhaiushchaya sreda*, 2016, 4(68): 71–76. (In Russ.)
12. Kapelushnikov R. I. Human capital of Russia: evolution and structural features. *Vestnik obshchestvennogo mneniya. Dannye. Analiz. Diskussii*, 2005, (4): 46–54. (In Russ.)
13. Bazarov T. Iu. The concept of "human capital". *Personnel Management*, eds. Bazarov T. Iu., Eremin B. L., 2nd ed. Moscow: IuNITI, 2015, 129–144. (In Russ.)
14. Gryaznova N. L. Motivation of personnel in the conditions of innovative development of the enterprise. *Modern trends in the development of science: Proc. National Conf., Kemerovo, 25 Dec, 2018*. Kemerovo, 2018, 72–73. (In Russ.)
15. Levina N. S. Assessing human capital JSC "Azov" Azov district Omsk region. *Student Scientific Forum – 2014: Economic Sciences: Proc. VI Intern. Student Electronic Sci. Conf., Penza, 15 Feb – 31 Mar 2014*. Penza, 2014. Available at: <http://scienceforum.ru/2014/article/2014002692> (accessed 8 Feb 2021). (In Russ.)
16. Malinina E. S. Human capital in management accounting. *Student Scientific Forum – 2014: Economic Sciences: Proc. VI Intern. Student Electronic Sci. Conf., Penza, 15 Feb – 31 Mar 2014*. Penza, 2014. Available at: <http://scienceforum.ru/2014/article/2014003683> (accessed 8 Feb 2021). (In Russ.)
17. Kiryanov D. A., Sukhareva T. N. Assessment methods of human capital: analysis of objectivity and sufficiency of initial data. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiia*, 2011, (3): 337–340. (In Russ.)
18. Filenko A. S., Mukhtarova S. S. Evaluation of human capital at the enterprise. *Ways to improve the effectiveness of modern scientific research: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Kazan, 4 June 2019*. Ufa, 2019, pt. 1, 156–158. (In Russ.)
19. Tuguskina G. N. Methodology for evaluating the human capital of an enterprise. *Upravlenie personalom*, 2009, (5): 42–46. (In Russ.)

оригинальная статья
УДК 338.45+620.9

Управление энергозатратами промышленных предприятий, присоединенных к электрическим сетям производителей электроэнергии

Анатолий Петрович Дзюба
Южно-Уральский государственный университет (НИУ),
Россия, г. Челябинск; <https://orcid.org/0000-0001-6319-1316>;
dziubaar@susu.ru

Александр Викторович Семиколенов
Южно-Уральский государственный университет (НИУ),
Россия, г. Челябинск

Поступила в редакцию 10.02.2021. Принята в печать 21.05.2021.

Аннотация: Статья посвящена исследованию и оценке затрат промышленных предприятий, присоединенных к электрическим сетям производителей электроэнергии, на приобретение составляющей транспорта закупленной электрической энергии и поиску решений минимизации стоимости таких затрат. В материалах проводится исследование принципов ценообразования на оплату составляющей транспорта закупленной электрической энергии промышленных предприятий, присоединенных к электрическим сетям производителей электроэнергии, и анализ преимуществ и недостатков существующих вариантов ценообразования. На основе разработанного показателя *коэффициент тарифа генераторного напряжения* проводится исследование эффективности применения тарифов на составляющую транспорта закупленной электрической энергии для графиков электропотребления различных типов промышленных предприятий применительно к тарифам нескольких регионов России. На основе выявленной неэффективности применения тарифов составляющей транспорта закупленной электрической энергии, действующих для промышленных предприятий, присоединенных к электрическим сетям производителей электроэнергии, автором были разработаны рекомендации по снижению затрат на закуп электроэнергии. В качестве основного и наиболее приоритетного варианта было предложено применение управления спросом на потребление электроэнергии, которое выполняется посредством регулирования графиков энергоемких технологических процессов промышленных предприятий, которое позволяет без изменения плановых объемов производства продукции с учетом критериев экономической эффективности, системной надежности и устойчивости выполнять управление собственным графиком электропотребления и, следовательно, затратами на закуп электроэнергии по всем составляющим стоимости.

Ключевые слова: транспорт электроэнергии, генераторное напряжение, ценообразование, рынок электроэнергии, энергоэффективность, транспорт закупленной электрической энергии, энерготарифы

Цитирование: Дзюба А. П., Семиколенов А. В. Управление энергозатратами промышленных предприятий, присоединенных к электрическим сетям производителей электроэнергии // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 198–207. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-198-207>

Введение

Современные условия ценообразования на отпускаемую электроэнергию для промышленных предприятий России отличаются выделением структуры отдельных составляющих стоимости покупаемой электроэнергии, основная доля которой формируется на основе рыночного механизма ценообразования [1; 2]. Одним из основных компонентов стоимости оплачиваемой электроэнергии промышленными предприятиями, является составляющая транспорта закупленной электрической энергии (ТЗЭ), которая отражает оплату затрат электросетевой инфраструктуры на организацию деятельности по транспорту электроэнергии по электрическим сетям всех уровней напряжения [3; 4]. Для различных типов промышленных предприятий в зависимости от уровня напряжения, к которому присоединены электрические сети, составляющая ТЗЭ различается [5]. В России существует 5 тарифных классов

напряжения, на которые дифференцируются тарифы составляющей ТЗЭ: сети Федеральной сетевой компании, включающей объекты 220 кВ и выше [6], электрические сети уровней: ВН – высокое напряжение (110 кВ и выше), СН1 – среднее первое напряжение (35 кВ), СН2 – среднее второе напряжение (6–10 кВ), НН – низкое напряжение (0,38 кВ). Наиболее распространенными вариантами тарифов на транспорт электроэнергии для промышленных предприятий России являются ВН, СН1, СН2 и НН, анализу которых посвящено настоящее исследование.

Чем ниже уровень напряжения, к которому подключены электрические сети промышленного предприятия, тем выше составляющая ТЗЭ, и наоборот. Для примера, если промышленное предприятие подключено к электрическим сетям класса напряжения 10 кВ, то оплата электроэнергии производится по тарифу СН2, величина

которого превышает тарифы с уровнем напряжения СН1 и ВН, т.к. в затраты на транспорт электроэнергии по уровню СН2 входят затраты всех вышестоящих электрических сетей. Учитывая то, что остальные компоненты стоимости электроэнергии для промышленных предприятий являются одинаковыми (стоимость электрической энергии, стоимость электрической мощности, стоимость сбытовой надбавки поставщиков, стоимость инфраструктурных платежей рынка электроэнергии), то для промышленных предприятий, подключенных к сетям разного класса уровня напряжения, конечная стоимость электроэнергии будет различаться на величину составляющей ТЗЭ. Для промышленных предприятий в зависимости от уровня тарифа на транспорт электроэнергии доля составляющей ТЗЭ равна от 36 % до 51 %, что является существенным показателем как в общей величине затрат на электропотребление, так и в общей структуре себестоимости производимой продукции предприятия. Поэтому снижение затрат на оплату составляющей ТЗЭ является ключевым направлением повышения эффективности потребления энергоресурсов.

Материалы и методы исследования

Составляющая ТЗЭ для промышленных предприятий может оплачиваться в двух основных вариантах: по одноставочному и двухставочному тарифам на транспорт электроэнергии.

Расчет оплаты по одноставочному тарифу на транспорт электроэнергии производится по формуле (1) [7; 8]:

$$СП1_{\text{мес}} = СП1_{\text{м}}^{\text{Трансп}} \times \sum_{\text{мес}} W_t, \quad (1)$$

где $СП1_{\text{мес}}$ – составляющая ТЗЭ по одноставочному тарифу за календарный месяц (руб.); $СП1_{\text{м}}^{\text{Трансп}}$ – одноставочный тариф на составляющую ТЗЭ за календарный месяц, действующий на территории субъекта РФ (руб./кВт·ч); $\sum_{\text{мес}} W_t$ – объем почасового потребления электроэнергии промышленного предприятия за календарный месяц (кВт·ч).

Таким образом, вне зависимости от объемов и характеристик графика спроса на потребление электроэнергии промышленным предприятием средневзвешенный тариф на оплату составляющей ТЗЭ будет составлять фиксированную величину $СП1_{\text{м}}^{\text{Трансп}}$.

Расчет оплаты по двухставочному тарифу составляющей ТЗЭ производится по формуле (2) [9]:

$$СП2_{\text{м}} = СП2_{\text{м}}^{\text{Техн.расход}} + СП2_{\text{м}}^{\text{Содерж}}, \quad (2)$$

где $СП2_{\text{м}}$ – стоимость составляющей ТЗЭ по двухставочному тарифу за календарный месяц (руб.); $СП2_{\text{м}}^{\text{Техн.расход}}$ –

стоимость технологического расхода (потерь) в электрических сетях в расчетный месяц (кВт·ч) (3):

$$СП2_{\text{м}}^{\text{Техн.расход}} = T_{\text{м}}^{\text{Техн.расход}} \times \sum_{\text{м}} W_{\text{т}}^{\text{мес}}, \quad (3)$$

где $T_{\text{м}}^{\text{Техн.расход}}$ – ставка тарифа на оплату технологического расхода (потерь) в электрических сетях в расчетный месяц, действующий на территории субъекта РФ (руб./кВт·ч).

Стоимость технологического расхода электроэнергии не зависит от характера почасовых графиков нагрузки, и ее доля в общей стоимости услуг ТЗЭ не превышает 20 %.

$СП2_{\text{м}}^{\text{Содерж}}$ – стоимость ТЗЭ по двухставочному тарифу, учитывающему стоимость содержания электрических сетей в расчетный месяц (кВт·ч в месяц) (4):

$$СП2_{\text{м}}^{\text{Содерж}} = T_{\text{м}}^{\text{Содерж}} \times ВП2_{\text{м}}, \quad (4)$$

где $T_{\text{м}}^{\text{Содерж}}$ – ставка тарифа за содержание электрических сетей в расчетном месяце, действующего на территории субъекта РФ (руб./кВт·ч в месяц) [10]; $ВП2_{\text{м}}$ – величина, принимаемая для расчета обязательств по оплате за содержание электрических сетей в составе тарифа ТЗЭ в расчетном месяце (кВт·ч в месяц) (5):

$$ВП2_{\text{м}} = \frac{\sum_{\text{раб,м}} \max(W_{\text{Т.пик,СО}}^{\text{мес}})}{n_{\text{раб,м}}}, \quad (5)$$

где $\max(W_{\text{Т.пик,СО}}^{\text{мес}})$ – максимальная величина потребления электроэнергии промышленного предприятия в период интервалов плановых часов пиковой нагрузки $T_{\text{пик,СО}}$ (кВт·ч в месяц).

Примеры расчета составляющей ТЗЭ, принимаемой для расчета обязательств по оплате за содержание электрических сетей, в расчетном месяце представлены на рис. 1¹.

Как следует из представленных примеров, для расчета обязательств по оплате за содержание электрических сетей принимается максимальное значение собственного суточного потребления электроэнергии промышленного предприятия за рабочий день из интервалов, которые входят в периоды плановых часов пиковой нагрузки.

Одноставочный тариф на ТЗЭ наиболее приемлем для промышленных предприятий, имеющих волатильный график электрических нагрузок. Двухставочный тариф – для предприятий с более прямым графиком электрических нагрузок в дневные часы работы энергосистемы.

Таким образом, промышленное предприятие может провести анализ собственных графиков электропотребления и тарифов на оплату услуг ТЗЭ и осуществить выбор наиболее оптимального варианта тарифа на оплату ТЗЭ – одноставочный либо двухставочный вариант.

При этом ряд промышленных предприятий в России имеет технологическое присоединение напрямую к энергетическим установкам производителя электроэнергии,

¹ Составлен автором на основе типовых графиков электропотребления промышленных предприятий и периодов плановых часов пиковой нагрузки энергосистемы.

т.е. к электрическим сетям электростанций (рис. 2). Для организации энергоснабжения таких потребителей не используются сети электросетевых организаций. В таком случае оплата услуг ТЗЭ все равно будет производиться, но стоимость услуг транспорта будет рассчитываться на основе формулы (6)²:

$$СП_m^{ГН} = СП2_m^{Содерж}, \quad (6)$$

где $СП_m^{ГН}$ – стоимость оплаты услуг ТЗЭ для промышленных предприятий, подключенных к энергетическим установкам производителя электрической энергии (руб.).

В таком случае тариф ТЗЭ для каждого промышленного предприятия будет рассчитываться по формуле (7):

$$ТП2_m^{ГН} = \frac{СП2_m^{ГН}}{\sum_{\text{мес}} W_t^{\text{мес}'}}, \quad (7)$$

где $ТП2_m^{ГН}$ – средневзвешенный тариф ТЗЭ для каждого промышленного предприятия за календарный месяц (руб./кВт·ч).

Представленный вариант тарифа в некоторых источниках также называется ГН, что означает генераторное напряжение [11].

Существующие условия оплаты услуг ТЗЭ промышленными предприятиями, присоединенными к электрическим сетям производителей электроэнергии, не определяют возможность выбора варианта тарифа для промышленного потребителя, в таком случае вариантом определения тарифа является один – $СП_m^{ГН}$.

Таким образом, в случае, если даже для промышленного предприятия с учетом его особенностей графика спроса и структуры действующих тарифов более выгодным тарифом будет являться одноставочный, то оплату

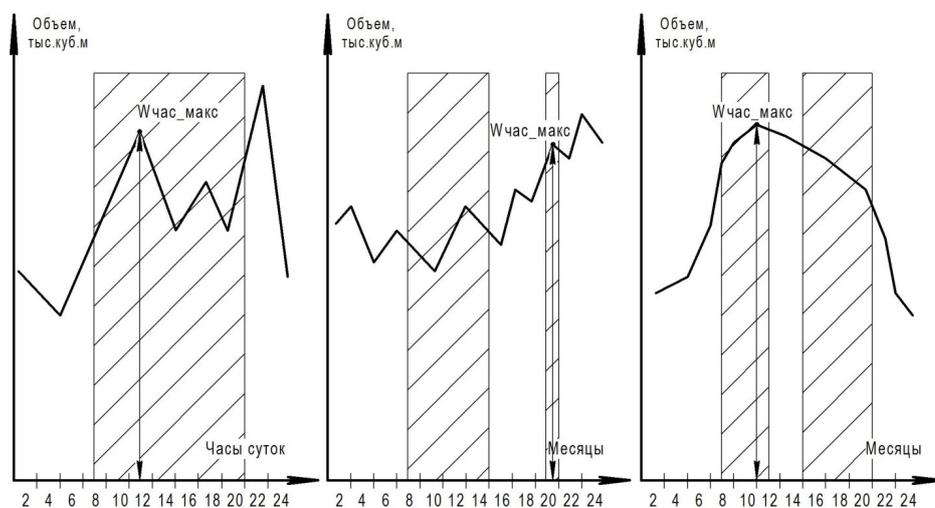
за потребленную электроэнергию промышленное предприятие будет вынуждено производить только по указанному единственному варианту тарифа. При этом такой вариант оплаты услуг ТЗЭ не всегда является выгодным для промышленных предприятий, что приводит к завышению затрат на оплату услуг ТЗЭ и росту тарифов на закупаемую электроэнергию.

Результаты и обсуждение

Графики спроса на потребление электроэнергии промышленных предприятий имеют существенные различия, что связано с особенностью технологических процессов, сменностью и одновременностью работы основного и вспомогательного энергопотребляющего оборудования промышленного предприятия. На рис. 3³ представлены примеры графиков суточного электропотребления 9 типов промышленных предприятий. Если для одних примеров, таких как электрометаллургический комбинат, целлюлозно-бумажный комбинат и металлургический комбинат, волатильность графиков внутрисуточного спроса имеет волатильный характер, сменяющийся постоянным ростом и снижением спроса, то для авиастроительного завода, машиностроительного завода и масложирового комбината графики внутрисуточного потребления электроэнергии характеризуются резким ростом спроса в утренний период и снижением в период вечерней первой смены работы предприятия. Для представленных графиков суточного электропотребления горнорудного комбината, деревообрабатывающего комбината и цементного завода волатильность спроса также проявляется, но в менее выраженной степени по сравнению с другими представленными примерами типов промышленных предприятий. Указанные особенности для каждого

Рис. 1. Примеры определения составляющей ТЗЭ, принимаемой для расчета обязательств по оплате за содержание электрических сетей

Fig. 1. Examples of determining the transport component of purchased electrical energy for calculating payment obligations for electrical grid maintenance



² Об утверждении методических указаний по расчету регулируемых тарифов и цен на электрическую (тепловую) энергию на розничном (потребительском) рынке (с изм. и доп.). Приказ Федеральной службы по тарифам от 06.08.2004 № 20-э/2 // Российская газета. 02.11.2004. № 242.

³ Составлен на основе фактических графиков электропотребления промышленных предприятий, относящихся к различным отраслевым группам.

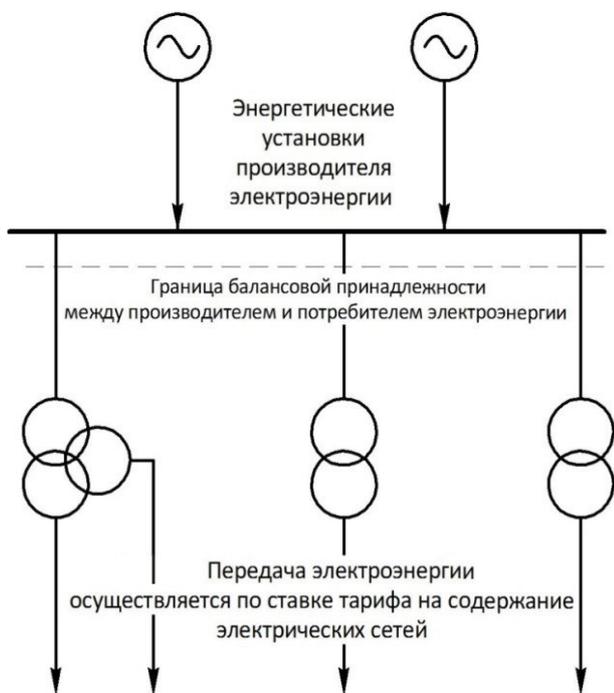


Рис. 2. Пример технологического присоединения промышленных потребителей электроэнергии к электрическим сетям производителей электроэнергии

Fig. 2. An example of technological connection of industrial consumers of electricity to the electric grid of electricity producers

из представленных примеров графиков внутрисуточного спроса на потребление электроэнергии различных типов промышленных предприятий влияют на разнородное формирование средневзвешенных тарифов на транспорт электроэнергии в двухставочном выражении.

Для оценки эффективности применения варианта тарифа, действующего для промышленных предприятий, подключенных к энергетическим установкам производителя электрической энергии, нами разработан показатель коэффициент тарифа генераторного напряжения, который позволяет отразить сравнительную эффективность применения тарифа на транспорт в вариантах присоединения к электроустановкам производителей электроэнергии и в вариантах оплаты услуг ТЗЭ в одноставочном выражении (8):

$$R_m^{ГН} = \left[\frac{S\Pi_m^{Трансп}}{[T_m^{Содерж} \times \sum W_t^{мес}]} \right] - 1, \quad (8)$$

где $R_m^{ГН}$ – коэффициент тарифа генераторного напряжения.

Если $R_m^{ГН} \geq 0$, то потребителю электроэнергии, присоединенному к энергетическим установкам производителя электрической энергии, приобретать электроэнергию по уровню напряжения ГН выгодно; если $R_m^{ГН} < 0$, то невыгодно.

На рис. 4 представлена диаграмма результатов расчета показателей коэффициента тарифа генераторного напряжения для графиков электрических нагрузок различных типов промышленных предприятий, представленных на рис. 3, для

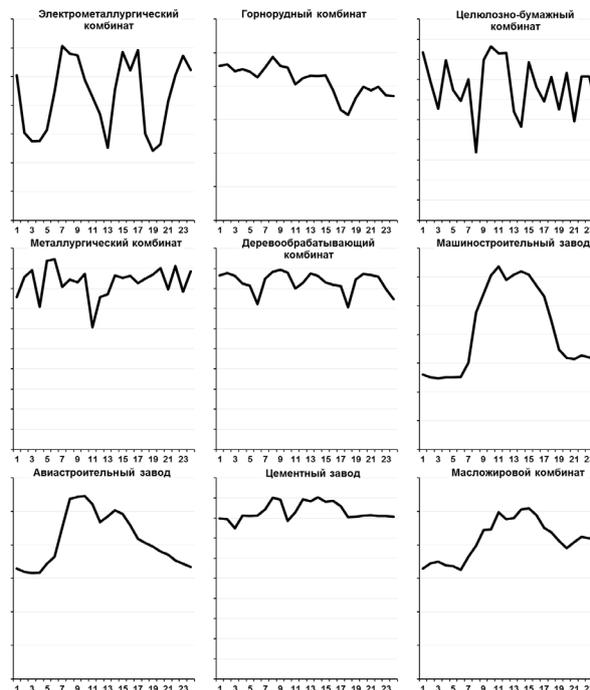


Рис. 3. Примеры графиков суточного электропотребления различных типов промышленных предприятий

Fig. 3. Examples of graphs of daily power consumption of various types of industrial enterprises

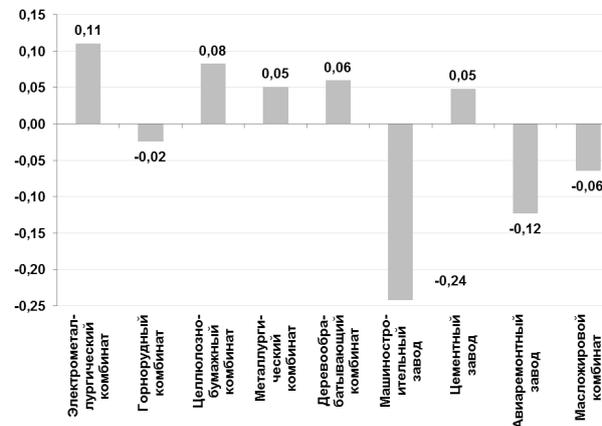


Рис. 4. Результаты расчета показателей коэффициента тарифа генераторного напряжения

Fig. 4. Indicators of tariff coefficient of generator voltage

тарифов на транспорт электрической энергии, утвержденных для территории Мурманской области на 2021 г.

Как следует из представленного примера расчета показателей коэффициента тарифа генераторного напряжения, для некоторых примеров графиков показатель больше нуля, что свидетельствует об эффективности применения тарифов ТЗЭ, действующих для потребителей, присоединенных к электроустановкам производителей электроэнергии. И наоборот, для предприятий машиностроительного завода, авиаремонтного завода и масложирового комбината показатели коэффициентов тарифа

генераторного напряжения оказались ниже нуля, что свидетельствует о неэффективности применения таких вариантов тарифов для этих промышленных предприятий.

В рамках проведенного более широкого исследования показателей коэффициента тарифа генераторного напряжения для примеров графиков электропотребления промышленных предприятий, представленных на рис. 4, были проведены расчеты показателей для некоторых регионов России с учетом оценки возможностей для тарифов различных уровней напряжения (табл.). Несмотря на то, что для большинства вариантов расчета ТЗЭ показатель

коэффициент тарифа генераторного напряжения демонстрирует эффективность применения тарифа на транспорт, действующего для потребителей, присоединенных к электроустановкам производителей электроэнергии, для некоторых вариантов коэффициент является отрицательным, что подчеркивает неэффективность применения такого тарифа.

Отрицательное значение коэффициента тарифа генераторного напряжения для различных вариантов тарифных уровней питаемого напряжения не является одинаковым, что объясняется различием структуры утвержденных

Табл. Результаты расчета показателей коэффициента тарифа генераторного напряжения для исследуемых графиков нагрузки на примере тарифов, действующих для некоторых регионов России

Tab. Indicator of generator voltage tariff coefficient for the load graphs based on regional tariffs

Регион	Электро-металлургический комбинат	Горнорудный комбинат	Целлюлозно-бумажный комбинат	Металлургический комбинат	Дерево-обрабатывающий комбинат	Машинно-строительный завод	Цементный завод	Авиационный завод	Масложировой комбинат
<i>Тарифный уровень напряжения ВН (высокое напряжение)</i>									
Владимирская область	0,36	0,19	0,32	0,29	0,30	-0,07	0,28	0,07	0,15
Курская область	0,03	-0,10	0,00	-0,03	-0,02	-0,30	-0,03	-0,19	-0,13
Московская область	0,22	0,07	0,19	0,15	0,16	-0,17	0,15	-0,04	0,03
Республика Карелия	-0,27	-0,36	-0,29	-0,31	-0,30	-0,50	-0,31	-0,42	-0,38
Ленинградская область	-0,21	-0,31	-0,23	-0,25	-0,25	-0,46	-0,25	-0,38	-0,33
Мурманская область	0,11	-0,02	0,08	0,05	0,06	-0,24	0,05	-0,12	-0,06
Пермский край	0,16	0,02	0,13	0,10	0,11	-0,21	0,10	-0,08	-0,02
Свердловская область	0,24	0,09	0,21	0,18	0,19	-0,15	0,17	-0,02	0,05
Иркутская область	0,14	0,00	0,11	0,08	0,09	-0,22	0,08	-0,10	-0,04
Кемеровская область	0,10	-0,03	0,08	0,05	0,05	-0,25	0,04	-0,13	-0,07
<i>Тарифный уровень напряжения СН1 (среднее напряжение первое)</i>									
Владимирская область	0,57	0,38	0,53	0,48	0,49	0,07	0,48	0,24	0,32
Курская область	0,00	-0,12	-0,03	-0,06	-0,05	-0,32	-0,06	-0,21	-0,16
Московская область	0,14	0,00	0,11	0,08	0,09	-0,22	0,08	-0,10	-0,04
Республика Карелия	0,45	0,27	0,41	0,37	0,38	-0,01	0,36	0,14	0,22
Ленинградская область	0,19	0,05	0,16	0,13	0,13	-0,19	0,12	-0,06	0,00
Мурманская область	0,44	0,26	0,40	0,36	0,37	-0,02	0,35	0,13	0,21
Пермский край	0,18	0,04	0,15	0,12	0,13	-0,19	0,12	-0,07	0,00
Свердловская область	0,31	0,15	0,28	0,24	0,25	-0,11	0,24	0,04	0,10
Иркутская область	0,37	0,21	0,34	0,30	0,31	-0,06	0,30	0,08	0,16
Кемеровская область	0,18	0,04	0,15	0,12	0,13	-0,19	0,12	-0,07	0,00
<i>Тарифный уровень напряжения СН2 (среднее напряжение второе)</i>									
Владимирская область	0,29	0,13	0,26	0,22	0,23	-0,12	0,22	0,02	0,09
Курская область	0,18	0,04	0,15	0,12	0,13	-0,19	0,12	-0,06	0,00
Московская область	0,39	0,22	0,35	0,32	0,33	-0,05	0,31	0,10	0,17
Республика Карелия	0,42	0,25	0,39	0,35	0,36	-0,03	0,34	0,12	0,20
Ленинградская область	0,31	0,15	0,28	0,24	0,25	-0,10	0,24	0,04	0,11
Мурманская область	0,81	0,59	0,76	0,71	0,72	0,23	0,71	0,43	0,52
Пермский край	0,54	0,36	0,50	0,46	0,47	0,05	0,46	0,22	0,30
Свердловская область	0,52	0,34	0,48	0,44	0,45	0,04	0,44	0,20	0,28
Иркутская область	0,42	0,25	0,38	0,34	0,35	-0,03	0,34	0,12	0,19

Регион	Электро-металлургический комбинат	Горнорудный комбинат	Целлюлозно-бумажный комбинат	Металлургический комбинат	Дерево-обрабатывающий комбинат	Машино-строительный завод	Цементный завод	Авиационный завод	Масложировой комбинат
Кемеровская область	0,45	0,28	0,42	0,38	0,39	-0,01	0,37	0,15	0,22
<i>Тарифный уровень напряжения НН (низкое напряжение)</i>									
Владимирская область	0,52	0,34	0,48	0,44	0,45	0,04	0,44	0,20	0,28
Курская область	0,17	0,03	0,14	0,11	0,12	-0,20	0,11	-0,07	-0,01
Московская область	0,68	0,47	0,64	0,59	0,60	0,14	0,58	0,32	0,41
Республика Карелия	0,43	0,26	0,40	0,36	0,37	-0,02	0,35	0,13	0,21
Ленинградская область	0,91	0,68	0,86	0,81	0,82	0,31	0,80	0,51	0,61
Мурманская область	1,23	0,96	1,17	1,11	1,12	0,52	1,10	0,76	0,88
Пермский край	1,36	1,07	1,30	1,23	1,25	0,61	1,23	0,86	0,99
Свердловская область	0,75	0,53	0,70	0,65	0,66	0,19	0,65	0,38	0,47
Иркутская область	0,83	0,61	0,79	0,74	0,75	0,25	0,73	0,45	0,55
Кемеровская область	1,46	1,16	1,39	1,32	1,34	0,68	1,32	0,94	1,07

составляющих тарифов ТЗЭ. Прослеживается тенденция отрицательного значения коэффициента тарифа генераторного напряжения для представленного в исследуемом примере машиностроительного предприятия, что объясняется высоким показателем максимального значения собственного суточного потребления электроэнергии промышленного предприятия [12]. Для авиаремонтного завода и масложирового комбината также наблюдается тенденция отрицательного значения коэффициента тарифа генераторного напряжения для некоторых региональных тарифов и вариантов уровня напряжения.

Таким образом, применение тарифа ТЗЭ для промышленных предприятий, присоединенных к электроустановкам производителей электроэнергии, несмотря на то, что предприятия фактически не потребляют услугу ТЗЭ, является не столь эффективным. Более того, в ряде выявленных случаев оплата услуги ТЗЭ для потребителей, присоединенным к электроустановкам производителей электроэнергии, является убыточной. На рис. 5 представлены примеры расчета вариантов средневзвешенных тарифов ТЗЭ для исследуемого примера машиностроительного предприятия, действующего в Мурманской области, для различных вариантов уровня тарифного напряжения.

Как следует из результатов расчета средневзвешенных тарифов, если для уровней напряжения СН2 и НН тарифы ТЗЭ для промышленных предприятий, присоединенных к электроустановкам производителей электроэнергии, получаются выгоднее одноставочных тарифов, то для вариантов ВН и СН1 такие тарифы получаются дороже одноставочных тарифов. Это свидетельствует о том, что в таких случаях промышленному предприятию невыгодно иметь технологическое присоединение напрямую к производителю электроэнергии и выгоднее оплачивать услугу ТЗЭ по полному тарифу.

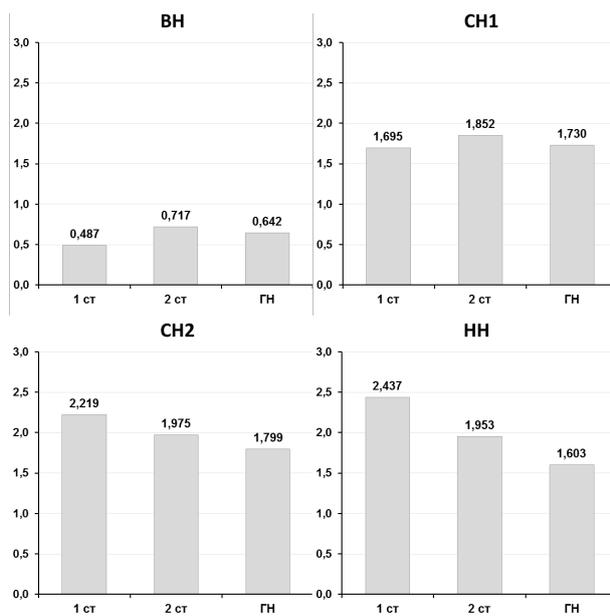


Рис. 5. Примеры расчета вариантов средневзвешенных тарифов ТЗЭ для исследуемого примера машиностроительного предприятия, действующего в Мурманской области
Fig. 5. Examples of calculating options for weighted average tariffs for the transport of purchased electrical energy at a machine-building enterprise in the Murmansk region

Указанные условия определяют необходимость поиска решений, направленных на снижение затрат на закуп электроэнергии по менее выгодному тарифу. Среди вариантов снижения затрат на услугу ТЗЭ для промышленных предприятий, присоединенных к электроустановкам производителей электроэнергии, являются:

- 1) изменение технологического присоединения промышленного предприятия с подключением к электрическим сетям, минуя электроустановки производителей электроэнергии [13];
- 2) управление собственным спросом на потребление электроэнергии по критериям ценозависимого электропотребления с целью снижения показателя максимального значения собственного суточного потребления электроэнергии промышленного предприятия [14–16].

Если первый вариант сопряжен с рядом существенных капитальных затрат, связанных с необходимостью проведения капитального строительства, то второй вариант не требует привлечения существенных инвестиционных ресурсов.

Управление спросом на потребление электроэнергии выполняется посредством регулирования графиков энергоемких технологических процессов промышленных предприятий по критериям минимизации стоимости закупа электроэнергии [17; 18]. На рис. 6 представлен состав факторов, оказывающих влияние на волатильность спроса на потребление электроэнергии промышленных предприятий. Управление производственными, технологическими,

социально-экономическими и климатическими факторами позволяет без изменения плановых объемов производства продукции с учетом критериев экономической эффективности, системной надежности и устойчивости выполнять управление собственным графиком электропотребления и, следовательно, затратами на закуп электроэнергии по всем компонентам, в том числе по компоненту стоимости услуг ТЗЭ. Вопросы управления спросом на электропотребление посвящены некоторые работы [1; 7; 19; 20], что еще раз подчеркивает эффективность применения инструментов управления спросом.

Заключение

Одним из ключевых компонентов стоимости электроэнергии, потребляемой отечественными промышленными предприятиями, является стоимость ТЗЭ, которая в некоторых случаях может достигать 50 % от общей величины конечной стоимости электроэнергии промышленных предприятий. Снижение затрат на оплату компонента ТЗЭ является ключевым направлением повышения эффективности потребления энергоресурсов.

Для потребителей электроэнергии, присоединенных к электрическим сетям производителей электроэнергии,

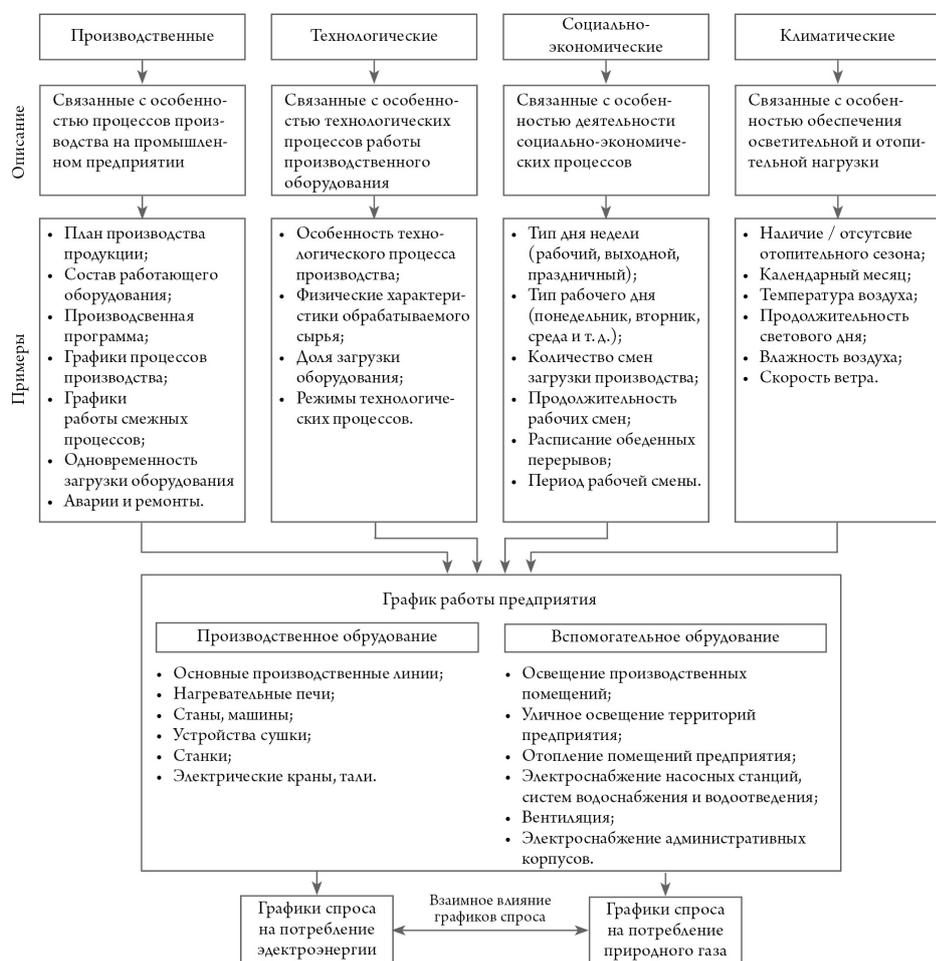


Рис. 6. Факторы, оказывающие влияние на волатильность спроса на потребление электроэнергии промышленных предприятий
Fig. 6. Factors affecting the volatility of demand for electricity consumption of industrial enterprises

действуют условия ценообразования тарифов ТЗЭ, с одной стороны, позволяющие снижать затраты на закуп электроэнергии исключая составляющую стоимости технологического расхода (потерь) в электрических сетях, но с другой стороны, ограничивающие выбор варианта тарифа ТЗЭ между одноставочным и двухставочным, что ограничивает возможность снижения затрат на оплату услуг транспорта электроэнергии.

В некоторых случаях, связанных как с особенностями графиков спроса на электропотребление, так и с региональными особенностями тарифов ТЗЭ, применение вариантов тарифов на транспорт электроэнергии для потребителей электроэнергии, присоединенных к электрическим сетям производителей электроэнергии, приводит к завышению затрат для промышленных предприятий на закуп электроэнергии и оказывает влияние на экономическую эффективность их операционной деятельности.

На основе разработанного авторского показателя коэффициента тарифа генераторного напряжения было проведено исследование вариантов тарифов ТЗЭ для промышленных предприятий, относящихся к различным отраслевым группам и действующих в разных регионах России, в результате которого выявлено, что применение тарифа на транспорт электроэнергии присоединенных

к электрическим сетям производителей электроэнергии является экономически невыгодным по сравнению с одноставочными тарифами ТЗЭ.

Среди вариантов снижения затрат на услугу ТЗЭ для промышленных предприятий, присоединенных к электроустановкам производителей электроэнергии, наиболее приемлемым является управление собственным спросом на потребление электроэнергии по критериям ценозависимого электропотребления. Применение управления спросом на потребление электроэнергии позволяет без изменения плановых объемов производства продукции с учетом критериев экономической эффективности, системной надежности и устойчивости выполнять управление собственными графиком электропотребления и, следовательно, затратами на закуп электроэнергии по всем компонентам, в том числе по компоненту стоимости услуг транспорта электроэнергии.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи

Литература

1. Дзюба А. П., Соловьева И. А. Модель комплексного ценозависимого управления спросом промышленных предприятий на электроэнергию и газ // Известия Уральского государственного экономического университета. 2018. Т. 19. № 1. С. 79–93. DOI: 10.29141/2073-1019-2018-19-1-7
2. Дрель В. Я. О концепции по введению дифференцированных тарифов на услуги по передаче электрической энергии по единой национальной (общероссийской) электрической сети // Энергетик. 2017. № 9. С. 24–27.
3. Акатьев В. А., Тюрин М. П., Бородина Е. С. Повышение энергоэффективности при производстве, передаче и потреблении электроэнергии // Энергобезопасность и энергосбережение. 2020. № 6. С. 8–17. DOI: 10.18635/2071-2219-2020-6-8-17
4. Скворцова К. С., Усков А. Е. Учет электроэнергии при ее передаче и распределении в действующих, вновь сооружаемых и реконструируемых электроустановках // Студенческий вестник. 2019. № 38-2. С. 77–78.
5. Аптинев Ч. А. Правила недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии в свете постановления конституционного суда Российской Федерации // Энергетика и право. 2019. № 2. С. 33–37.
6. Колибаба В. И., Мокрова К. С. Методика формирования дифференцированных сетевых тарифов на электроэнергию в зависимости от уровня надежности электроснабжения // Вестник Ивановского государственного энергетического университета. 2017. № 1. С. 69–76. DOI: 10.17588/2072-2672.2017.1.069-076
7. Дзюба А. П. Теория и методология управления спросом на энергоресурсы в промышленности. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. 323 с.
8. Пронина Н. В., Богданов А. И. Актуальные проблемы определения и расчета цены (тарифа) на услуги по передаче электрической энергии, дифференцированные по уровням напряжения // Энергетика и право. 2016. № 4. С. 25–30.
9. Потешин М. И., Дидыч В. А., Екименко П. П., Мирошников А. В. Применение первой и третьей ценовой категории при расчетах за электроэнергию (мощность) // Сельский механизатор. 2018. № 7-8. С. 17–19.
10. Тетерин Н. Е., Алтухов И. В. Повышение энергоэффективности и энергосбережения при производстве и передаче электроэнергии // Молодежный вестник ИрГТУ. 2019. Т. 9. № 3. С. 118–121.
11. Герасименко О. А., Панков С. Е. Экономические проблемы энергосбережения и повышения качества услуг по передаче электрической энергии // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12-3. С. 1171–1175.
12. Зиновьева Е. Н. Совершенствование методов формирования тарифов на передачу электроэнергии по распределительным сетям // Студенческий. 2020. № 42-4. С. 45–48.
13. Прошин А. И., Балабанов А. В. АСДКУЭ как средство повышения энергоэффективности и энергосбережения при передаче электроэнергии // Промышленные АСУ и контроллеры. 2018. № 4. С. 10–13.

14. Gholizadeh N., Gharehpetian G. B., Abedi M., Nafisi H., Marzband M. An innovative energy management framework for cooperative operation management of electricity and natural gas demands // *Energy Conversion and Management*. 2019. Vol. 200. P. 1–9. DOI: 10.1016/j.enconman.2019.112069
15. Haider T. H., See O. H., Elmenreich W. A review of residential demand response of smart grid // *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. 2016. Vol. 59. P. 166–178. DOI: 10.1016/j.rser.2016.01.016
16. Paterakis N. G., Erdinç O., Catalão J. P. S. An overview of Demand Response: Key-elements and international experience // *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. 2017. Vol. 69. P. 871–891. DOI: 10.1016/j.rser.2016.11.167
17. Kwon S., Ntaimo L., Gautam N. Optimal day-ahead power procurement with renewable energy and demand response // *IEEE Transactions on Power Systems*. 2017. Vol. 32. Iss. 5. P. 3924–3933. DOI: 10.1109/TPWRS.2016.2643624
18. Narimani M. R., Asghari B., Sharma R. Energy storage control methods for demand charge reduction and PV utilization improvement // 2017 IEEE PES Asia-Pacific Power and Energy Engineering Conference (APPEEC). 2017. P. 1–5. DOI: 10.1109/APPEEC.2017.8308929
19. Dababneh F. Integrated electricity and natural gas demand response for manufacturers in the smart grid // *IEEE Transactions on Smart Grid*. 2019. Vol. 10. Iss. 4. P. 4164–4174. DOI: 10.1109/TSG.2018.2850841
20. Feng J., Zeng B., Zhao D., Wu G., Liu Z., Zhang J. Evaluating demand response impacts on capacity credit of renewable distributed generation in smart distribution systems // *IEEE Access*. 2018. Vol. 6. P. 14307–14317. DOI: 10.1109/ACCESS.2017.2745198

original article

Management of Energy Costs of Industrial Enterprises Connected to Electric Grid of Electric Power Producers

Anatoly P. Dzyuba

South Ural State University (NRU), Russia, Chelyabinsk;
<https://orcid.org/0000-0001-6319-1316>; dzyubaap@susu.ru

Alexander V. Semikolenov

South Ural State University (NRU), Russia, Chelyabinsk

Received 10 Feb 2021. Accepted 21 May 2021.

Abstract: Industrial enterprises connected to the power grids of electricity producers spend a lot of money on the transport of purchased electrical energy. The present article introduces some opportunities to minimize the costs. The author studied the principles of pricing of the transport of electrical energy purchased by industrial enterprises connected to power grids of electricity producers and described the advantages and disadvantages of the existing pricing options. The new indicator generator of voltage tariff coefficient made it possible to analyze the effectiveness of the transport tariffs for electrical energy at various types of industrial enterprises in relation to the tariff field of several regions of Russia. The study revealed ineffectiveness of the current tariffs on the transport of purchased electrical energy applied by such industrial enterprises. The author developed recommendations to reduce the cost of electricity. The main priority option was the application of demand management for electricity consumption by regulating the schedules of energy-intensive technological processes. This measure takes into account the criteria of economic efficiency, system reliability, and sustainability. It will enable industrial enterprises to manage their own schedule of electricity consumption without having to change the planned production volumes, thus reducing all cost components.

Keywords: transportation of electricity, generator voltage, pricing, electricity market, energy efficiency, transportation of purchased electrical energy, energy tariffs

Citation: Dzyuba A. P., Semikolenov A. V. Management of Energy Costs of Industrial Enterprises Connected to Electric Grid of Electric Power Producers. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 198–207. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-198-207>

Conflict of interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article.

References

1. Dzyuba A. P., Solovyeva I. A. A model of comprehensive price-dependent management of industrial enterprises' demand for electricity and gas. *Izvestiia Uralskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 2018, 19 (1): 79–93. (In Russ.) DOI: 10.29141/2073-1019-2018-19-1-7
2. Drel V. Ya. About the concept of differentiated tariffs for electric transmission services. *Energetik*, 2017, (9): 24–27. (In Russ.)
3. Akatjev V. A., Tyurin M. P., Borodina E. S. Improving energy efficiency in electric power generation, transmission, and consumption. *Energy Safety and Energy Economy*, 2020, (6): 8–17. (In Russ.) DOI: 10.18635/2071-2219-2020-6-8-17
4. Skvortsova K. S., Uskov A. E. Electricity metering during transmission and distribution in existing, newly constructed, and reconstructed electrical installations. *Studencheskii vestnik*, 2019, (38-2): 77–78. (In Russ.)
5. Aptineev Ch. A. Rules for non-discriminatory access to electricity transmission services in the light of the resolution of the Constitutional Court of the Russian Federation. *Energetika i pravo*, 2019, (2): 33–37. (In Russ.)
6. Kolibaba V. I., Mokrova K. S. A technique of setting differentiated electricity tariffs depending on the level of consumer power supply reliability. *Vestnik Ivanovskogo gosudarstvennogo energeticheskogo universiteta*, 2017, (1): 69–76. (In Russ.) DOI: 10.17588/2072-2672.2017.1.069-076
7. Dzyuba A. P. *Theory and methodology of energy demand management in industry*. Chelyabinsk: Izdatelskii tsentr YuUrGU, 2020, 323. (In Russ.)
8. Pronina N. V., Bogdanov A. I. Current issues of definition and calculation of the prices (tariffs) for services on the electric energy transmission, differentiated by voltage levels. *Energetika i pravo*, 2016, (4): 25–30. (In Russ.)
9. Poteshin M. I., Didych V. A., Ekimenko P. P., Miroshnikov A. V. The application of the first and third price category in the calculations for electricity (capacity). *Selskiy Mechanizator*, 2018, (7-8): 17–19. (In Russ.)
10. Teterin N. E., Altukhov I. V. Improving energy efficiency and energy saving in the production and transmission of electricity. *Young Researchers' Journal of ISTU*, 2019, 9(3): 118–121. (In Russ.)
11. Gerasimenko O. A., Pankov S. E. Economic problems of energy saving and improving the quality of electric power transmission services. *Ekonomika i predprinimatelstvo*, 2016, (12-3): 1171–1175. (In Russ.)
12. Zinoveva E. N. Improvement of methods of forming tariffs for electricity transmission through distribution networks at the energy enterprise. *Studencheskii*, 2020, (42-4): 45–48. (In Russ.)
13. Proshin A. I., Balabanov A. V. ASDUE as a means of increasing energy efficiency and energy saving in the transmission of electricity. *Industrial Automatic Control Systems and Controllers*, 2018, (4): 10–13. (In Russ.)
14. Gholizadeh N., Gharehpeti G. B., Abedi M., Nafisi H., Marzband M. An innovative energy management framework for cooperative operation management of electricity and natural gas demands. *Energy Conversion and Management*, 2019, 200: 1–9. DOI: 10.1016/j.enconman.2019.112069
15. Haider T. H., See O. H., Elmenreich W. A review of residential demand response of smart grid. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 2016, 59: 166–178. DOI: 10.1016/j.rser.2016.01.016
16. Paterakis N. G., Erdinç O., Catalão J. P. S. An overview of Demand Response: Key-elements and international experience. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 2017, 69: 871–891. DOI: 10.1016/j.rser.2016.11.167
17. Kwon S., Ntairo L., Gautam N. Optimal day-ahead power procurement with renewable energy and demand response. *IEEE Transactions on Power Systems*, 2017, 32(5): 3924–3933. DOI: 10.1109/TPWRS.2016.2643624
18. Narimani M. R., Asghari B., Sharma R. Energy storage control methods for demand charge reduction and PV utilization improvement. *2017 IEEE PES Asia-Pacific Power and Energy Engineering Conference (APPEEC)*, 2017, 1–5. DOI: 10.1109/APPEEC.2017.8308929
19. Dababneh F. Integrated electricity and natural gas demand response for manufacturers in the smart grid. *IEEE Transactions on Smart Grid*, 2019, 10(4): 4164–4174. DOI: 10.1109/TSG.2018.2850841
20. Feng J., Zeng B., Zhao D., Wu G., Liu Z., Zhang J. Evaluating demand response impacts on capacity credit of renewable distributed generation in smart distribution systems. *IEEE Access*, 2018, 6: 14307–14317. DOI: 10.1109/ACCESS.2017.2745198

оригинальная статья

УДК 33.08;378.4

Управление рабочим временем как способ повышения производительности труда

Анжелика Александровна Емельянович
Новосибирский государственный технический университет;
Новосибирский государственный университет экономики
и управления «НИИХ», Россия, г. Новосибирск

Анна Николаевна Галимова
Новосибирский государственный технический университет,
Россия, г. Новосибирск

Сергей Витальевич Коваль
Новосибирский государственный университет экономики
и управления «НИИХ»; Институт экономики и организации
промышленного производства СО РАН, Россия,
г. Новосибирск; svkkoval@yandex.ru

Поступила в редакцию 21.03.2021. Принята в печать 01.06.2021.

Аннотация: Исследование посвящено изучению рационального использования рабочего времени в контексте эффективности реализации основных функций менеджмента: планирования, организации, мотивации, контроля, координации. Цель – разработать методику оценки оптимального использования рабочего времени организации на основе критериев анализа эффективности реализации основных функций менеджмента. Основные методы научного исследования: семантический анализ понятийного аппарата, методы математического моделирования для описания взаимосвязи факторов, характеризующих основные функции менеджмента в контексте управления рабочим временем. Экспериментальные методы: метод экспертных оценок, анкетирование, фотография рабочего дня. Рассмотрены отечественные и зарубежные подходы к интерпретации понятия *управление рабочим временем*, дано авторское определение. На основе процессно-функционального подхода разработаны методика и алгоритм оценки результативности процесса управления рабочим временем. Предложенная модель апробирована на примере саморегулируемой организации, осуществляющей деятельность в сфере строительства. Поставлена задача, решение которой реализовано в рамках проекта оптимизации использования рабочего времени сотрудниками отдела проверок и контроля. Проанализированы нормативные акты различного уровня принятия решений, регулирующие работу коллектива. С помощью фотографии рабочего дня определены причины невыполнения плановых показателей. На основании анкетирования и опроса руководителей среднего звена сформирован ряд критериев, необходимых для применения разработанной методики. Результаты исследования позволили сделать вывод о средней результативности процесса управления рабочим временем. По итогам выполнения рекомендаций, в частности применения методов бережливого производства и корректировки локальных внутренних регулирующих документов, удалось повысить результативность управления рабочим временем сотрудников организации.

Ключевые слова: процессный подход, тайм-менеджмент, фотография рабочего дня, экспертная оценка, эффективность сотрудников, саморегулируемая организация, бережливое производство

Цитирование: Емельянович А. А., Коваль С. В., Галимова А. Н. Управление рабочим временем как способ повышения производительности труда // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 208–218. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-208-218>

Введение

Если понятия рабочего времени и режима рабочего времени определены в ТК РФ, то под управлением рабочим временем чаще всего понимают тайм-менеджмент как технологию организации времени и повышения эффективности его использования. Однако, на наш взгляд, такой подход не отражает в полной мере суть самого управления и значения эффективного и рационального использования рабочего времени при осуществлении управленческой деятельности. Цель исследования – разработка методики проведения анализа качества управления рабочим временем сотрудников организации и выявление причин низкой производительности труда.

В настоящее время в научной среде не принято прямо говорить, что проблемы производительности труда и потерь рабочего времени часто связаны не столько с устареванием средств труда и методов работы, сколько с некавалифицированным осуществлением пяти функций управления: планирования, организации, мотивации, контроля и координации. Устаревание технологического и технического оснащения процессов является следствием недостаточного профессионального исполнения менеджерских функций.

«При сильном менеджменте проблемы, связанные с организацией рабочего времени сотрудников, если

и возникают, то носят непродолжительный характер, т. к. эффективность руководителя в первую очередь оценивается результатами деятельности подразделения, которым он управляет. При возникновении у собственника бизнеса сомнений в достаточной результативности одного из подразделений компании или эффективности нескольких подразделений, участвующих в основном производственном процессе, целесообразно привлечение внешних экспертов для объективной оценки ситуации» [1, с. 388].

Вопросам рационального использования рабочего времени преимущественное внимание уделялось с момента зарождения менеджмента как научного направления. С работ основателя научной школы менеджмента Ф. У. Тейлора, посвященных вопросам производительности труда, началось рождение менеджмента как науки. Вопросы, связанные с производительностью труда, находящейся в прямой взаимосвязи с эффективной организацией рабочего времени сотрудников любой организации, получили развитие и являются актуальными на сегодняшний день [2].

В труде «Принципы научного менеджмента» Ф. У. Тейлор утверждает, что одной из трех причин низкой производительности труда является «обычно применяемая ошибочная система организации управления предприятиями, которая принуждает каждого рабочего "прохлаждаться" или работать медленно, защищая этим свои собственные насущные интересы» [2, с. 7]. Именно на руководителей Ф. У. Тейлор рекомендует перенести основную ответственность за производительность труда, а значит, за качество управления рабочим временем сотрудников, предлагая ввести научный подход к формированию норм и методов труда, подбору кадров и координации. По Ф. У. Тейлору, «администрация осуществляет сердечное сотрудничество с рабочими в направлении достижения соответствия всех отдельных отраслей производства научным принципам, которые были ею ранее выработаны» [2, с. 18].

Классик отечественной школы научного управления академик С. Г. Струмилин уделил много внимания проблеме повышения эффективности использования рабочего времени. Он впервые всесторонне исследовал рабочее время различных категорий, работавших в период с 1897 г. по 1935 г. В 1925 г. он писал: «неизбежный с развитием промышленности подъем эффективности и оплаты индустриального труда научит всех и каждого – как на работе, так и в домашнем быту – ценить и учитывать не только каждый безрезультатно затраченный час, но и каждую минуту» [3, с. 54].

Проблемы эффективности управления персоналом и непосредственно связанные с ними проблемы более эффективно использования рабочего времени достаточно подробно отражены в трудах О. А. Сергиенко и соавторов [4], В. В. Мойсеева и коллег [5; 6], А. О. Годуновой [7].

Особого внимания заслуживают вопросы организации и эффективности использования рабочего времени в сфере услуг, а также в отраслях с большой творческой составляющей в работе основных сотрудников, например в образовании. Данный вопрос оригинально и подробно рассмотрен С. Д. Резником и И. С. Чемезовым [8], А. С. Задикиан [9], А. П. Егоршиным [10].

Во многом организация рабочего времени и подходы к его оптимальному использованию связаны с психологическими факторами, значительно влияющими на отношение сотрудника к своему труду, месту работы. Данные факторы в значительной мере обуславливаются как национальными, этническими особенностями, корпоративной культурой общества в целом, так и характеристиками конкретной организации. Освещение вопроса организации труда в целом и организации рабочего времени в данном контексте представлено в трудах К. Круза [11], Е. В. Куприянчук и Ю. В. Щербаковой [12].

Большое влияние на развитие вопроса оказывает современный тренд развития – постоянные изменения. Время требует перестройки организационной деятельности под влиянием инновационных подходов к управлению, оценке эффективности деятельности организации в условиях постоянно меняющихся факторов внешней среды и эффективности каждого сотрудника. Данному аспекту уделяется значительное внимание в современных исследованиях, посвященных организационному поведению и организационному развитию [13; 14].

В современных исследованиях понятие *управление рабочим временем* сводится к управлению временем. При этом имеют место два основных подхода. Первый нацелен на организацию собственного времени (тайм-менеджмент) каждым из сотрудников. При втором подходе проблемы управления рабочим временем сводятся к вопросам нормирования труда. Так, в книге С. И. Калинина по тайм-менеджменту под управлением временем, понимается «междисциплинарный раздел науки и практики, посвященный изучению проблем и методов оптимизации временных затрат в различных сферах и отраслях человеческой жизнедеятельности» [15, с. 13].

По А. К. Нестерову, «управление временем, организация времени – это концепция планирования личной работы, которая позволяет организовать рабочее время и повысить эффективность управленческой деятельности за счет его рационального использования»¹. Л. Й. Зайверт определяет управление временем как «управление собой и активное формирование собственного образа жизни или лидерство» [16].

Все вышеперечисленные понятия относятся к тайм-менеджменту, но не раскрывают управление временем именно как один из видов воздействия на сотрудников для достижения целей организации. Новый импульс

¹ Нестеров А. К. Тайм-менеджмент // Энциклопедия Нестеровых. 10.03.2018. Режим доступа: <https://odiplom.ru/lab/taim-menedzhment.html> (дата обращения: 07.08.2020).

и новые подходы к проблемам повышения производительности труда и управлению рабочим временем связаны с появлением цифровых технологий нового поколения: искусственного интеллекта, робототехники, Интернета вещей, технологий беспроводной связи и ряда других. Их внедрение способно повысить производительность труда в компаниях на 40 %.

С приходом цифровой экономики изменились не только структура и сущность затрат рабочего времени, но и подходы к его нормированию и контролю:

- инструменты для нормирования рабочего времени (хронометраж, фотография рабочего дня) могут применяться с использованием специальных программ и форм, заполняемых в электронном виде;
- контроль за рабочим временем сотрудников может осуществляться с применением специального программного обеспечения, которое способно контролировать реальные затраты времени при работе на компьютере.

Все технологические и технические новшества, накопленный опыт управления организациями, возможности сравнения традиционных подходов и новых методов управления, позволяют проводить анализ и подбирать актуальные инструменты для управления главным ресурсом – временем, основными свойствами которого являются конечность и невозможность.

Методы исследования

Взаимосвязь между уровнем производительности труда и потерями рабочего времени выражается на предприятиях в следующих зависимостях:

- 1) сокращение и ликвидация потерь рабочего времени позволяют более производительнее его использовать и тем самым увеличивать результативность основного бизнес-процесса организации, рассчитанную на единицу времени;
- 2) устранение потерь рабочего времени обеспечивает ритмичную работу в течение всего рабочего дня, что способствует росту производительности труда;
- 3) снижение потерь рабочего времени позволяет достигнуть нормального уровня интенсивности труда, что создает условия для более производительной деятельности.

Существуют и разносторонние связи между использованием рабочего времени и производительностью труда. Исходя из первостепенного значения роста производительности труда в условиях рынка, предприятия всегда заинтересованы в наиболее полном использовании наличного фонда рабочего времени, всемерном сокращении и ликвидации его потерь. Сокращение прямых потерь рабочего времени является важным источником роста производительности труда и требует улучшения организации производства и труда, укрепления трудовой дисциплины. Исходя из вышеизложенного, все разнообразные резервы роста производительности труда можно объединить

в две группы: связанные со снижением трудоемкости и обусловленные повышением эффективности использования фонда рабочего времени.

Управление рабочим временем предполагает его эффективное использование каждым из сотрудников. В течение этого времени работник должен исполнять трудовые обязанности, что актуально для любого процесса организации. Под управлением подразумевается определенный процесс воздействия на какой-либо объект для достижения поставленной цели. Рассмотрим вопрос управления рабочим временем с позиции процессного подхода. Процесс представляет собой совокупность действий, которые позволяют ресурсы (входы) преобразовать в результаты (выходы). Любой основной процесс, в результате которого создается ценность, связан с осуществлением управляющих и поддерживающих его процессов, что отражено на рис. 1.

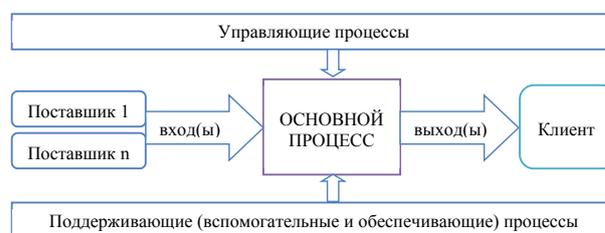


Рис. 1. Модель основного процесса

Fig. 1. Main process model

Основные бизнес-процессы представляют собой совокупность действий для создания продукта, ценного для основных внешних клиентов организации. Поддерживающие (вспомогательные и обеспечивающие) процессы – те процессы, которые не создают основную ценность, но без них невозможно осуществлять основные бизнес-процессы (обеспечивают условия для нормального протекания основного бизнес-процесса). Кроме того, в результате реализации вспомогательного процесса могут создаваться ценности, представляющие интерес для определенных клиентов. Управляющие процессы, или процессы управления, охватывают весь комплекс функций управления на уровне каждого процесса и бизнес-процесса отдельных подразделений и компании в целом.

Управление рабочим временем является управляющим процессом. С точки зрения процессного подхода логика, определяющая формирование понятия *управление рабочим временем*, может быть представлена следующим образом:

- 1) управление – это непрерывный процесс воздействия субъекта на объект для достижения целей при наименьших затратах времени и ресурсов [17];
- 2) управление – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать цели организации и достичь их [18];
- 3) бизнес-процессы управления – это процессы, охватывающие весь комплекс функций управления на уровне каждого бизнес-процесса и предприятия в целом [19];

4) управление рабочим временем – это процесс группы бизнес-процессов Управления, заключающийся в планировании, организации и контроле рабочего времени сотрудников, а также использовании мотивационных инструментов для достижения ими запланированных результатов деятельности организации в целом и результатов собственной профессиональной деятельности (*авторское определение*).

При осуществлении управления рабочим временем должны быть реализованы все пять функций менеджмента, наполнение которых отражено на рис. 2.

Исходя из вышеизложенного, при оценке эффективности и результативности управления рабочим временем может быть применен процессно-функциональный подход, который определен следующими вводными: рассмотрение рабочего времени как управляющего процесса, содержащего все пять основных функций управления. На основании такого подхода была разработана методика оценки результативности процесса управления рабочим временем для организации, позволяющая выявить, недостаток какой из функций управления влечет за собой потери рабочего времени и низкую результативность сотрудников.

Методика, основанная на применении научных методов анализа, экспертных оценок, анкетирования и наблюдения, предусматривает девять шагов:

- 1) осознание проблемы;
- 2) выбор менеджера проекта;
- 3) назначение экспертной группы;
- 4) выбор и утверждение критериев по каждой функции управления;
- 5) анализ локальных нормативных регламентов и внутренней документации;
- 6) проведение фотографии рабочего дня;
- 7) заполнение чек-листов по каждой функции;
- 8) расчет показателя результативности;
- 9) выводы и рекомендации.

Для более завершеного представления о качестве процесса и формализации его в оценочном критерии определен показатель результативности, данные для расчета которого можно получить, осуществляя анализ по вышеприведенной методике. На этапе выбора критериев реализации каждой из функций управления необходимо ограничить количество этих критериев (не более 7) для упрощения расчета и ухода от излишней детализации процесса.

Логика математического показателя и алгоритм его расчета при практическом применении.

- 1) В качестве основных критериев выбраны пять функций управления (Y_i), оценивается их исполнение в процессе управления рабочим временем.
- 2) Экспертным путем определяется набор показателей (X_j) по каждому критерию.
- 3) Производится оценка показателя при его выполнении согласно чек-листу:
1 – критерий присутствует в полном объеме;
0 – критерий отсутствует;
0,5 – при недостаточно очевидном наличии выбранного критерия.
- 4) Экспертным путем определяется вес (a_i) каждого критерия.
- 5) Определяется Y_i :

$$Y_i = \sum x_j$$

где Y_i – критерий $i = 1 \dots S$, x_j – показатель качества реализации функции управления, $j = 1 \dots n$, где n определяется экспертным путем.

- 6) Проводится нормировка:

$$h_i = Y_i / Y_{max}$$

где Y_{max} – максимальное значение из всех Y .

- 7) Определяется итоговый показатель результативности:

$$H = h_1 a_1 + h_2 a_2 + h_3 a_3 + h_4 a_4 + h_5 a_5.$$

В табл. 1 описаны показатели, которые используются при расчете. Каждая функция управления оценивалась по шести критериям. Вес показателя определен экспертным путем.

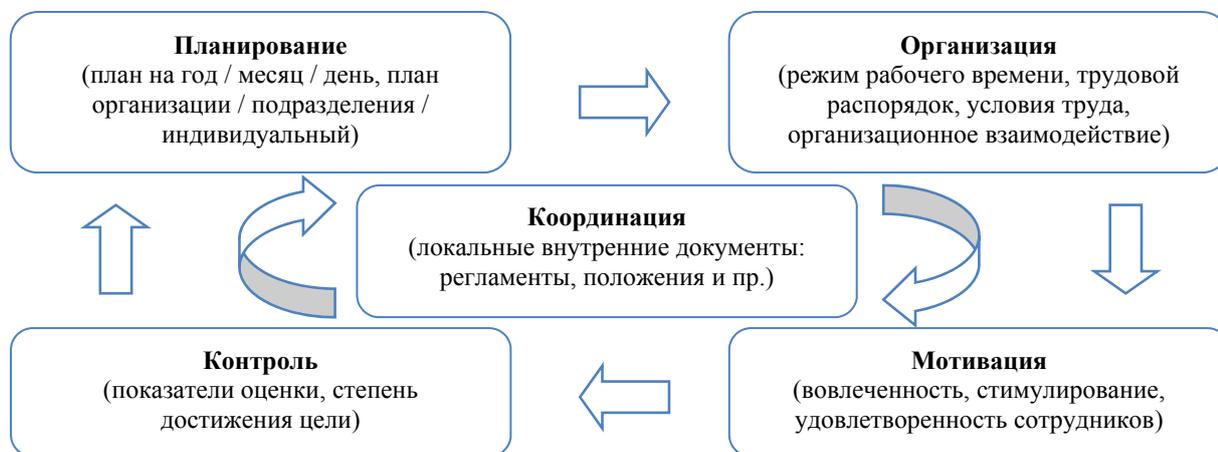


Рис. 2. Функциональная модель процесса управления рабочим временем сотрудников
Fig. 2. Functional model of the employee working time management process

Табл. 1. Показатели для расчета результативности процесса управления рабочим временем сотрудников компании

Tab. 1. Indicators for calculating the effectiveness of the process of managing the working time of company employees

Функция управления	Значение критериев (согласно чек-листу)	Вес показателя
Планирование (Y_1)	1 – выполняется 0 – не выполняется 0,5 – выполняется частично	0,25
Организация (Y_2)		0,2
Мотивация (Y_3)		0,2
Контроль (Y_4)		0,25
Координация (Y_5)		0,1

Итак, процесс управления рабочим временем может быть оценен следующим образом (определено экспертным путем):

- 0–0,5 – низкий показатель, процесс управления рабочим временем требует перестройки с планом мероприятий по каждой функции управления;
- 0,51–0,75 – среднее значение результативности, требует перестройки в части наиболее слабо осуществляемых функций управления;
- 0,76–1 – высокий показатель, возможно необходимы отдельные мероприятия для повышения качества процесса.

Данная методика была разработана и апробирована на саморегулируемой организации (СРО), осуществляющей деятельность в сфере строительства. Результаты методики позволили выявить проблемы в управлении рабочим временем сотрудников и принять меры по их устранению.

Результаты

На современном этапе СРО присутствуют во многих сферах деятельности. Применительно к строительству деятельность СРО, кроме ГК РФ и ФЗ «О саморегулируемых организациях», регламентирует Градостроительный кодекс РФ. В соответствии с Градостроительным кодексом саморегулируемой организацией в сфере строительства, реконструкции, капитального ремонта объектов капитального строительства признается некоммерческая организация, сведения о которой внесены в единый государственный реестр СРО, а взаимоотношения основаны на принципах членства юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, выполняющих строительные работы².

Основными целями деятельности СРО в сфере строительства являются кооперация профессиональных членов строительной отрасли для предупреждения и предотвращения нанесения вреда здоровью населения и окружающей среде по причине некачественно выполненных работ в области строительства, реконструкции, капитального ремонта объектов капитального строительства;

повышение общего уровня качества выполняемых строительных работ; предоставление актуальной информации профессиональным участникам строительной отрасли.

Объект наблюдения для настоящего исследования выбран в связи с поступившей заявкой собственника о проведении аудита сложившейся ситуации: сотрудниками отдела проверок и контроля не выполнен годовой план. Проведение проверок относится к основному бизнес-процессу организации, их периодичность регулируется законодательно. Руководителем была выдвинута гипотеза, что причиной невыполнения плана является нерациональное использование сотрудниками своего рабочего времени. В табл. 2 определены основные параметры проекта.

Табл. 2. Основные характеристики проекта

Tab. 2. Main characteristics of the project

Параметр	Характеристика
Организация-заказчик	– СРО в сфере строительства; – срок работы: на начало проекта – 2 года; – количество членов-строительных организаций: на момент начала проекта – 412
Цель	выявление причин низкой результативности деятельности отдела в 2018 г.
Объект исследования	эффективность сотрудников
Предмет	оценка эффективности организации рабочего времени сотрудников отдела
Объект наблюдения	– наименование: отдел проверок и контроля; – численность: 3 сотрудника; – состав: начальник отдела – 1 человек, инспекторы – 2 человека
Проблема	согласно ст. 9 ФЗ «О саморегулируемых организациях», плановая проверка соблюдения членами СРО требований стандартов, правил и условий членства проводится не реже одного раза в три года и не чаще одного раза в год. Организация работает с 2017 г., в 2018 г. проведено 65 проверок, число организаций-членов растет. В 2019 г. надо провести 347 проверок
Даты проекта	06.11.2018–30.11.2018

На первом этапе осуществления проекта были проанализированы законы, локальные внутренние акты и должностные инструкции сотрудников, изучен план проверок на 2018 г. На последующем этапе проведена фотография рабочего дня сотрудников проблемного подразделения компании, составлена карта бизнес-процесса и проведен анализ полученной информации.

Результаты этапа изучения организации рабочих мест и должностных обязанностей позволили определить

² Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 190-ФЗ. Ст. 1. П. 17 // СПС КонсультантПлюс.

возможные проблемы с исполнением функций контроля. Генеральный директор осуществляет общую координацию вопросов жизнедеятельности организации. Непосредственное руководство отделом фактически вменено его заместителю, который занимает один кабинет с начальником отдела. Рабочие места инспекторов находятся в отдельном кабинете, т. е. начальник отдела непосредственно не может постоянно контролировать их деятельность. Требования к оснащению рабочих мест соблюдаются (по нормам охраны труда и требованиям Роспотребнадзора). У всех сотрудников, участвующих в процессе проверок, есть должностные инструкции, но их анализ показал, что у инспекторов отдела не прописаны функции по проведению проверок, у начальника отдела – контролирующие функции, у заместителя генерального директора 90 % функций идентичны функционалу начальника отдела и рядовых сотрудников, включая проведение проверок. Функция контроля прописана в общем по предприятию в пределах полномочий.

Исследование фактического использования рабочего времени сотрудниками отдела проводилось по двум направлениям:

- 1) выборочное (ограниченное по времени – не более 2 ч. в день) составление фотографии рабочего дня сотрудников офиса;
- 2) выезд на место проведения проверки сотрудниками, анализ соответствия их поведения установленным требованиям при проверке.

Результаты фотографии рабочего дня показали следующее. Потери времени первого инспектора составляют 9 % от времени наблюдения. Основные потери связаны с личными контактами по телефону. Притом рассматривать данные потери как критические нельзя, т. к. законодательство предусматривает перерывы для сотрудников, которые постоянно работают за компьютером³. Длительность перерывов и категорию нагрузки можно рассчитать в соответствии с СанПиНом⁴. Работающий за компьютером сотрудник может после каждого часа работы прерваться на 10–15 мин., при 8-часовом рабочем дне суммарное время перерывов составляет 50–90 мин. Эти перерывы входят в оплачиваемое время. Непрерывная работа за компьютером без регламентированного перерыва не может превышать 2 ч. (согласно п. 3.2 Типовой инструкции по охране труда при работе на персональном компьютере⁵). Это требование должно быть учтено в правилах внутреннего трудового распорядка.

Перерывы в работе для личных нужд первого инспектора в период наблюдения меньше, чем предусмотренные регламентирующими документами. Вместе с тем

целесообразность данных перерывов и их продолжительность должны быть регламентированы внутренними локальными актами. В силу технических сложностей точный вывод об эффективности рабочего времени сотрудника за персональным компьютером (ПК) не сделан. Возможно привлечь системного администратора для анализа данных, но при реализации проекта такие данные не запрашивались.

Коэффициент потерь рабочего времени первого инспектора составил 0,09, т. е. из 8-часового рабочего дня сотрудник около 45 мин. тратит на личные нужды, что является приемлемым показателем потерь. Согласно исследованиям, на предприятиях многие сотрудники теряют в среднем больше 4 ч. рабочего времени в день, т. е. половину рабочего дня.

Потери времени второго инспектора составили 20 % от времени наблюдения. Основные потери связаны с личными контактами по телефону. Таким образом, доля потерь в общей структуре рабочего времени при работе за компьютером превышает минимальные нормы допустимости перерывов, о которых говорилось выше. Как и в случае с первым инспектором, по причине технических сложностей нельзя сделать точного вывода об эффективности рабочего времени сотрудника за ПК.

Особое внимание стоит обратить на следующий факт: после 13 ноября 2018 г. использование такого инструмента, как фотография рабочего дня, было завершено в связи с перестановкой в офисе. Во время отсутствия наблюдателя без объяснения причины было изменено расположение его рабочего места. Если раньше оба сотрудника находились в зоне видимости, то после перестановки рабочий стол наблюдателя был развернут к стене, что не позволяло осуществлять достоверное и полное наблюдение за сотрудниками: имело место «блокирующее поведение» сотрудников, обеспокоенных систематическим контролем над их деятельностью.

Для оценки степени реализации каждой функции при управлении рабочим временем принято решение сформировать экспертным путем чек-листы с указанием признаков реализации данной функции. Для этого проведен предварительный опрос топ-менеджмента организации (три человека) и пяти линейных руководителей (различные подразделения) по вопросу о том, какие критерии могут свидетельствовать, что в полной мере реализуется каждая из функций управления (необходимо было назвать по шесть критериев). На следующем этапе в результате мозгового штурма определены критерии, которые вошли в чек-лист для формирования выводов о степени реализации функций. Далее произведена оценка каждой из них.

³ Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ // СПС КонсультантПлюс.

⁴ О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.2.2./2.4.1340-03. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 03.06.2003 № 118 // Кодекс. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901865498> (дата обращения: 20.01.2021).

⁵ Типовая инструкция по охране труда при работе на персональном компьютере. ТООИР-45-084-01. Утв. Приказом Министерства РФ по связи и информатизации от 02.07.2001 № 162 // Кодекс. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200030047> (дата обращения: 22.01.2021).

В табл. 3 выделены определенные функции управления и установленные с использованием метода Дельфи окончательные критерии их качества.

Табл. 3. Критерии качества реализации функций управления для оценки

Tab. 3. Criteria for the quality of implementation of management functions for assessment

Функция	Чек-лист
Планирование	<ol style="list-style-type: none"> 1) процедура проверки регулируется законодательно; 2) план на год; 3) декомпозиция плана по месяцам; 4) декомпозиция плана по сотрудникам; 5) ежедневное планирование (планерки); 6) нормы проверок
Организация	<ol style="list-style-type: none"> 1) штатное расписание, организационная структура; 2) установленный режим работы; 3) оборудованные рабочие места; 4) распределенный функционал (сотрудники в целом понимают круг своих обязанностей и задач); 5) функционал закреплен в должностных инструкциях; 6) регламенты взаимодействия между подразделениями и внутри отдела либо пооперационно
Мотивация	<ol style="list-style-type: none"> 1) условия труда (рабочее место, регламентированность процессов и т. д.); 2) условия оплаты труда; 3) отношение руководства (стиль управления); 4) благоприятная обстановка в коллективе; 5) престижность работы в компании; 6) интересная работа, профессиональный рост
Контроль	<ol style="list-style-type: none"> 1) показатели результативности в целом по организации на год; 2) зоны ответственности и контроля (в должностных инструкциях); 3) нормы выработки на сотрудника (предварительный контроль); 4) ежемесячный план на подразделение (предварительный контроль); 5) индивидуальные планы сотрудников (предварительный контроль); 6) систематическая оценка выполнения планов: планерки, совещания (текущий контроль)
Координация	<ol style="list-style-type: none"> 1) положение об отделе; 2) регламент проведения проверок; 3) организация и скорость документооборота; 4) положение о стимулировании; 5) карты стандартных операционных процедур (СОП) или технологические карты; 6) регулярность совещаний

Параллельно с фотографией рабочего дня на основании составленных чек-листов в компании осуществлялась проверка качества реализации каждого элемента функций управления. Из шести признаков, описывающих действия по реализации функции планирования, фактически реализованы только два. План проверок на 2018 г. установлен, но не выполнен. Оперативного планирования не проводилось. Фактическое отставание от плановых цифр проверок на конец года составило 69 % (145 проверок). Обратная связь от сотрудников, получаемая руководителем: «еще не прошло три года», «проведем в следующем году».

При реализации организующей функции выявлено наличие четырех из шести признаков. На основании регламента осуществления проверок составлен *Standart Work* проведения проверки, что позволило в дальнейшем обеспечить более эффективную организацию процесса.

По итогам опроса выяснилось, что гипотетические ожидания сотрудников, выявленные в процессе анкетирования, по шести мотивационным факторам, удовлетворяются практически в полной мере (средний уровень удовлетворенности по каждому фактору составляет 92 %, кроме фактора оплаты труда – 78 %). Таким образом, мотивация – наиболее реализованная функция управления. Сотрудники устраивают все условия работы (ожидания по зарплате всегда выше, но здесь уровень отклонений не представляется критичным). Соответственно, стиль руководства в организации демократичный, ориентированный на человека.

Наименее выражена при осуществлении проверок функция контроля: в организации устанавливается лишь план на год, текущий и предварительный контроль ослаблены.

Функция координации проявляется в наличии описанного взаимодействия с членами СРО в регламенте осуществления проверок. Согласование и подписание документов происходит быстро, руководитель организации оперативно реагирует на все запросы сотрудников. В Положении об отделе достаточно полно прописан функционал персонала, но нет технологических карт или СОПов с четко прописанными сроками и последовательностью действий работников, нет положения о стимулировании.

Можно сделать вывод, что, несмотря на высокое качество реализации функции мотивации в компании, результативность сотрудников низкая. При этом обращают на себя внимание слабо выраженные функции контроля и планирования в процессе управления рабочим временем сотрудников. В ходе расчетов показателя результативности процесса по изложенной выше методике получен результат 0,62, что является средним значением результативности и требует перестройки в части наиболее слабо осуществляемых функций управления.

После проведения всех мероприятий руководству даны следующие рекомендации:

1. Усиление функций планирования и контроля при организации деятельности отдела проверок и контроля:

пересмотр структуры управления, корректировка должностных обязанностей и инструкций, изменение организации рабочих мест (размещения).

2. Разработка и утверждение внутренних документов, регламентирующих деятельность сотрудников.
3. Использование программных продуктов в течение 3 месяцев (в случае необходимости – увеличение срока) для контроля рабочего времени сотрудников.
4. Регулярное проведение планерок (в понедельник для постановки задач на неделю и в пятницу для подведения итогов).
5. Внедрение ежемесячного планирования по количеству проверок на отдел и отдельно на каждого сотрудника.

Для мониторинга результатов проекта сделана вторичная фотография рабочего дня в организации и проанализированы результаты проведенных / не проведенных мероприятий:

1. Сформирован новый состав отдела, оба инспектора уволились (один по собственному желанию, другой – по соглашению сторон).
2. Пересмотрена организационная структура для процесса.
3. Доработаны должностные инструкции.
4. Введены планерки у генерального директора для текущего планирования (в 10:00 по понедельникам) и текущего контроля (в 15:00 по пятницам).
5. Рассматривается вопрос об установлении института персональных менеджеров для членов СРО.

Как видим, руководство выполнило почти все рекомендации (кроме использования программного обеспечения для контроля рабочего времени сотрудников отдела, проводимого в работе за компьютером).

Мониторинг итогов проекта показал, что средние потери рабочего времени на сотрудника сократились с 14 % в 2018 г. до 7 % в 2019 г., количество проверок выросло с 65 до 302, а выполнение годового плана по проверкам с 31 % до 87 % соответственно. Таким образом, проект по повышению результативности процесса управления рабочим временем сотрудников можно признать успешным, все оцениваемые показатели повысились.

Частично проект был повторен на более крупном производственном предприятии пищевой промышленности. По результатам участия в проекте по фотографии рабочего дня сотрудников подразделений (цеха заморозки и склада) можно сделать вывод, что проблема слабой вовлеченности линейных руководителей в процессы подразделений очень часто является негативным фактором, способствующим огрехам в выстраивании процессов, потерям рабочего времени сотрудниками, т. е. потерям второго рода.

Эксперты, выступающие в качестве консультантов проектов по внедрению принципов бережливого производства в крупных и средних компаниях, указывают на то, что непонимание топ-менеджментом целей и принципов бережливого производства, одним из которых является

всеобщая вовлеченность персонала, приводит к тому, что, достигая формальных результатов, компании фактически отказываются от стадии «заморозки» проведенных изменений. В результате происходит откат предприятия к прежним позициям (до внедрения бережливого производства).

Заключение

Эффективное использование рабочего времени обеспечивает высокую производительность труда и является ключевым фактором результативности работы предприятия в целом, поэтому выявление причин низкой производительности сотрудников – это задача оценки системы управления, ее функций, бизнес-процессов, нормативной документации, исполнителей и др.

В исследовании проведен обзор подходов к формированию понятия *управление рабочим временем*. Объединяя основные характеристики понятий *управление, рабочее время, управление временем*, авторы предлагают собственную дефиницию понятия *управление рабочим временем* – это процесс группы бизнес-процессов Управления, заключающийся в планировании, организации и контроле рабочего времени сотрудников, а также использовании мотивационных инструментов для достижения ими запланированных результатов деятельности организации в целом и результатов собственной профессиональной деятельности.

Для оценки эффективности управления рабочим временем применен процессный подход, описанный функциональной моделью управления рабочим временем сотрудников. Основная идея модели заключается в описании каждой функции менеджмента через процессы и их ключевые характеристики. Представленная модель универсальна и может быть «настроена» для решения любых локальных задач компаний разной отраслевой направленности, размера, организационно-правовой формы. Универсальность подхода проявляется и в критериях, которые отражают качество реализации функций управления конкретным процессом в конкретной организации.

Проблемы низкой производительности труда сотрудников связаны со слабой реализацией функций управления менеджерами компаний. Низкие показатели производительности труда в таких случаях могут сопровождаться высоким уровнем удовлетворенности сотрудников условиями труда и мотивации к работе в компании, включая материальную составляющую и психологический климат в коллективе. Такие выводы заставляют задуматься о выборе методов руководства для обеспечения высоких показателей эффективности деятельности компании: авторитарное управление с упором на функции контроля будет более продуктивным, хотя и снизит степень удовлетворенности сотрудников работой.

В очередной раз подтверждена неизбежность т.н. бюрократической составляющей даже в небольших организациях. Должностные инструкции и положения, регламентирующие деятельность структурных подразделений,

требуют тщательной проработки, а технологические карты или стандартные операционные процедуры обеспечивают дополнительные возможности для усиления управленческих функций (организации и контроля) в компаниях.

Для группы, проводившей исследование, проблема представляет интерес в следующем аспекте. При переходе к рыночной экономике очень много публикаций и исследований посвящалось низкой эффективности государственного управления. В качестве причин неудач советской экономики в первую очередь назывались те, которые связаны с отсутствием у управленцев заинтересованности в эффективном исполнении управленческих функций за неимением частной собственности. Проводимые авторами исследовательские проекты различной целевой направленности при анализе причин проблем позволяют выявить аналогичное отношение к исполнению функций менеджмента не только у наемных менеджеров, но и у владельцев, собственников бизнеса: отсутствие контроля, вовлеченности и понимания основных процессов собственного же бизнеса. Представляется, что корень таких проблем во многом заключается в непонимании

ценности одного из основных ресурсов не только предпринимательской деятельности, но и человеческой жизни в целом – времени. Данный ресурс конечен и невосполним – новый взгляд на управление им может позволить пересмотреть реализацию руководителями и сотрудниками своих профессиональных функций.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Критерии авторства: А. А. Емельянович – руководитель проекта, С. В. Коваль – исполнитель проекта, А. Н. Галимова – консультант.

Финансирование: Статья подготовлена в рамках выполнения проекта «Социально-экономическое развитие Азиатской России на основе синергии транспортной доступности, системных знаний о природно-ресурсном потенциале, расширяющегося пространства межрегиональных взаимодействий». Соглашение с Минобрнауки России от 02.10.2020 № 075-15-2020-804 (С. В. Коваль).

Литература

1. Емельянович А. А., Лау И. В., Власов М. Е. Оценка эффективности использования рабочего времени на основе внешнего аудита // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2019. Т. 4. № 4. С. 387–397. DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-387-397
2. Тейлор Ф. У. Принципы научного менеджмента / пер. с англ. А. И. Зака. М.: Контроллинг, 1991. Вып. 1. 104 с.
3. Струмилин С. Г. Проблемы экономики труда. М.: Наука, 1982. 472 с.
4. Sergienko O. A., Morozova N. L., Karpets O. S., Babenko M. V. Model aspects of evaluating efficiency of the personnel management and motivation // Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2018. Vol. 4. № 27. P. 307–317. DOI: 10.18371/finpr.v4i27.154121
5. Моисеев В. В. Методы управления в повышении эффективности производства // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ). 2017. № 133. С. 1114–1125. DOI: 10.21515/1990-4665-133-081
6. Моисеев В. В., Михеева В. А., Московец А. М. Проблемы обоснования инвестиций в развитие человеческих ресурсов организации // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ). 2017. № 128. С. 1224–1235. DOI: 10.21515/1990-4665-128-086
7. Годунова А. О. Бережливое производство в контексте новейшей управленческой концепции улучшения производственной системы предприятия // Системное управление. 2015. № 4. Режим доступа: http://sisupr.mrsu.ru/2015-4/PDF/Godunova_A_O.pdf (дата обращения: 22.01.2021).
8. Резник С. Д., Чемезов И. С. Менеджеры университета: теория, практика и эффективность организации личной работы. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2021. 306 с. DOI: 10.12737/1168572
9. Задикян А. С. Тайм-менеджмент как средство совершенствования системы менеджмента качества в организации // Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. ст. по мат-лам XII Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 5 июня 2020 г.) Пенза, 2020. С. 95–99.
10. Егоршин А. П. Эффективный менеджмент организации. М.: ИНФРА-М, 2021. 388 с. DOI: 10.12737/textbook_59e0c18f098a76.68931096
11. Круз К. Сильные лидеры нарушают правила: нестандартные принципы управления командой и бизнесом. М.: Альпина Паблишер, 2020. 262 с.
12. Куприянчук Е. В., Щербакова Ю. В. Управление персоналом: ассессмент, комплектование, адаптация, развитие. М.: РИОР: Инфра-М, 2018. 255 с.
13. Петросян Д. С., Фаткина Н. Л., Райзберг Б. А. Организационное поведение. Новые направления теории. М.: ИНФРА-М, 2018. 272 с.
14. Сухорукова Н. Ф., Храброва Н. В. Тайм-менеджмент – инструмент эффективного использования времени менеджера в современных условиях // Научный журнал «Дискурс». 2019. № 12. С. 260–265.

15. Калинин С. И. Тайм-менеджмент: практикум по управлению временем. СПб.: Речь, 2006. 371 с.
16. Зайверт Л. Й. Медвежья стратегия / пер. с нем. К. Малышенко. Ростов н/Д.: Феникс, 2012. 125 с.
17. Белоусова М. А., Пономарёв С. В. От тайм-менеджмента к всеобщей системе менеджмента качества // Миссия менеджмента: эффективная стратегия – XXI век: мат-лы V Всерос. науч.-практ. конф. (Йошкар-Ола, 26–27 мая 2016 г.) Йошкар-Ола, 2016. С. 22–27.
18. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / пер. с англ. М. А. Майоровой, Э. В. Шустер, А. А. Быковского. М.: Акад. нар. хоз-ва; Дело, 1995. 701 с.
19. Варзунов А. В., Горосян Е. К., Сажнева Л. П. Анализ и управление бизнес-процессами. СПб.: Университет ИТМО, 2016. 112 с.

original article

Working Time Management as a Way to Increase Labor Productivity

Angelica A. Emelyanovich

Novosibirsk State Technical University; Novosibirsk State University of Economics and Management, Russia, Novosibirsk

Anna N. Galimova

Novosibirsk State Technical University, Russia, Novosibirsk

Sergey V. Koval

Novosibirsk State University of Economics and Management; Institute of Economics and Industrial Engineering SB RAS, Russia, Novosibirsk; svkkoval@yandex.ru

Received 21 Mar 2021. Accepted 1 Jun 2021.

Abstract: The study is devoted to the study of the rational use of working time in the context of the implementation of the main functions of management: planning, organization, motivation, control, coordination. The goal is a methodology for assessing the optimal use of the organization's working time based on the criteria for analyzing the effectiveness of the implementation of the main functions of management. Research methods: semantic analysis of the conceptual apparatus, methods of mathematical modeling to describe various factors that characterize the main functions of management in the context of working time management. Experimental methods: the method of expert assessments, questionnaires, photography of the working day. Domestic and foreign approaches to the concept of working time management are considered, the author's approach is given. Based on the process-functional approach, a methodology and algorithm for assessing the effectiveness of the working time management process. This model has been tested on the example of a self-regulatory organization operating in construction. A task was set, which was implemented within the framework of the project to optimize the use of working time of employees of the inspection and control department. Were analyzed the regulations of various levels of decision-making governing the work of employees. A questionnaire survey of opportunities and middle managers was instructed to form a number of criteria necessary for the application of the developed methodology. The results of the study allowed us to conclude about the average efficiency of the working time management process. Based on the results of the implementation of the recommendations, in particular, the application of lean manufacturing methods and the adjustment of local regulatory documents, it was possible to increase the effectiveness of managing the working time of the organization's employees.

Keywords: process approach, time management, photo of the working day, expert assessment, employee efficiency, self-regulatory organization, Lean

Citation: Emelyanovich A. A., Koval S. V., Galimova A. N. Working Time Management as a Way to Increase Labor Productivity. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 208–218. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-208-218>

Conflicting interests: The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Contribution: A. A. Emelyanovich – project manager, S. V. Koval – project executor, A. N. Galimova – consultant.

Funding: The article was prepared within the framework of the project "Socio-economic development of Asian Russia based on the synergy of transport accessibility, systemic knowledge of the natural resource potential, the expanding space of interregional interactions." Agreement with the Ministry of Education and Science of Russian Federation of 2 Okt 2020 No. 075-15-2020-804 (S. V. Koval).

References

1. Emelyanovich A. A., Lau I. V., Vlasov M. E. Time utilization assessment based on external audit. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2019, 4(4): 387–397. (In Russ.) DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-387-397
2. Taylor F. W. *The principles of scientific management*, tr. Zak A. I., ed. Kochergin E. A. Moscow: Controlling, 1991, iss. 1, 104. (In Russ.)
3. Strumilin S. G. *Problems of labor economics*. Moscow: Nauka, 1982, 472. (In Russ.)
4. Sergienko O. A., Morozova N. L., Karpets O. S., Babenko M. V. Model aspects of evaluating efficiency of the personnel management and motivation. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, 2018, 4(27): 307–317. DOI: 10.18371/fcapterv4i27.154121
5. Moiseev V. V. Management methods to increase production efficiency. *Politematicheskij setevoj e'lektronny'j nauchny'j zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta (Nauchny'j zhurnal KubGAU)*, 2017, (133): 1114–1125. (In Russ.) DOI: 10.21515/1990-4665-133-081
6. Moiseev V. V., Mikheeva V. A., Moskovets A. M. The problem of investment feasibility study in the field of human resources development. *Politematicheskij setevoj e'lektronny'j nauchny'j zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta (Nauchny'j zhurnal KubGAU)*, 2017, (128): 1224–1235. (In Russ.) DOI: 10.21515/1990-4665-128-086
7. Godunova A. O. Lean manufacturing in the context of the recent management concepts to improve the production system of the enterprise. *Sistemnoe upravlenie*, 2015, (4). Available at: http://sisupr.mrsu.ru/2015-4/PDF/Godunova_A_O.pdf (accessed 22 Jan 2021). (In Russ.)
8. Reznik S. D., Chemezov I. S. *University managers: theory, practice and efficiency of organizing personal work*, 2nd ed. Moscow: INFRA-M, 2021, 306. (In Russ.) DOI: 10.12737/1168572
9. Zadikyan A. S. Time management as a means of improving the quality management system in the organization. *Modern scientific research: current issues, achievements and innovations: Proc. XII Intern. Sci.-Prac. Conf., Penza, Jul 5, 2020*. Penza, 2020, 95–99. (In Russ.)
10. Egorshin A. P. *Effective management of the organization*. Moscow: INFRA-M, 2021, 388. (In Russ.) DOI: 10.12737/textbook_59e0c18f098a76.68931096
11. Cruse K. *Great leaders have no rules: contrarian leadership principles to transform your team and management*. Moscow: Alpina Publisher, 2020, 262. (In Russ.)
12. Kuprianchuk E. V., Shcherbakova Iu. V. *Personnel management: assessment, recruiting, adaptation, development*. Moscow: RIOR; Infra-M, 2018, 255. (In Russ.)
13. Petrosian D. S., Fatkina N. L., Raizberg B. A. *Organizational behavior. New directions of theory*. Moscow: INFRA-M, 2018, 272. (In Russ.)
14. Sukhorukova N. F., Khrabrova N. V. Time management – a tool for effective use of manager's time in modern conditions. *Nauchnyj zhurnal "Diskurs"*, 2019, (12): 260–265. (In Russ.)
15. Kalinin S. I. *Time management: practical work on time management*. St. Petersburg: Rech, 2006, 371. (In Russ.)
16. Seiwert L. J. *Die Baren-Strategie*, tr. Malysenko K. Rostov-on-Don: Feniks, 2012, 125. (In Russ.)
17. Belousova M. A., Ponomarev S. V. From time management to a universal quality management system. *Management Mission: Effective Strategy – XXI Century: Proc. V All-Russian Sci.-Prac. Conf., Yoshkar-Ola, 26–27 May 2016*. Yoshkar-Ola, 2016, 22–27. (In Russ.)
18. Mescon M. H., Albert M., Khedouri F. *Management*, tr. Maiorova M. A., Shuster E. V., Bykovskii A. A. Moscow: Akad. nar. khoz-va; Delo, 1995, 701. (In Russ.)
19. Varzunov A. V., Torosian E. K., Sazhneva L. P. *Analysis and management of business processes*. St. Petersburg: Universitet ITMO, 2016, 112. (In Russ.)

оригинальная статья

УДК 330.3

Цифровая трансформация государственных и муниципальных услуг

Екатерина Андреевна Завьялова

Кемеровский государственный университет, Россия,
г. Кемерово; E_zavyalova@mail.ru

Нина Юрьевна Погадаева

Кемеровский государственный университет, Россия,
г. Кемерово

Поступила в редакцию 25.05.2021. Принята в печать 18.06.2021.

Аннотация: Проблема цифровизации государственной и муниципальной сферы в Российской Федерации (в частности, возможность получения гражданами государственных и муниципальных услуг) в настоящее время не решена в полной мере, в том числе на региональном уровне. Главной исследовательско-аналитической задачей работы является оценка существующего уровня цифровизации государственных и муниципальных услуг в Кемеровской области – Кузбассе и определение ключевых перспектив ее развития. В рамках решения данной задачи приведена характеристика существующего состояния цифровизации государственной и муниципальной сферы в Российской Федерации, а также проанализирован международный опыт. Проведен сравнительный анализ качества и степени цифровизации государственной и муниципальной сферы Кемеровской области – Кузбасса и других субъектов РФ. Выявлены причины недостаточной цифровизации государственных и муниципальных услуг в регионе, связанные с низким уровнем развития информационно-коммуникационной инфраструктуры, «лоскутной автоматизацией», кадровыми и финансовыми проблемами. Предложены перспективные направления развития данной сферы: активизация обратной связи с гражданами, анализ лучших практик, участие в пилотных проектах Правительства, повышение доступности и удобства электронных услуг через развитие мобильных приложений и геймификации.

Ключевые слова: цифровизация, электронное правительство, платформизация, суперсервисы, проактивные услуги

Цитирование: Завьялова Е. А., Погадаева Н. Ю. Цифровая трансформация государственных и муниципальных услуг // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 219–228. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-219-228>

Введение

Важнейшим аспектом качества жизни граждан страны является возможность получения государственных и муниципальных услуг в достаточном объеме, своевременно, быстро и качественно, что сегодня не реализовано в Российской Федерации в полной мере. В этой связи проблематика цифровизации государственных и муниципальных услуг представляется крайне актуальной. Проблема цифровизации этой сферы жизни в настоящее время не решена до конца (в том числе и на региональном уровне): наблюдаются различия как между странами, так и между отдельными субъектами Федерации.

Цель работы – оценка существующего уровня цифровизации государственных и муниципальных услуг в Кемеровской области – Кузбассе и определение ключевых проблем и перспектив ее развития на основе изучения процесса цифровизации государственных услуг в разных странах и регионах РФ.

Актуальность темы напрямую связана с тем, что одна из важных целей, декларируемых Президентом и Правительством РФ, – в ближайшие 15 лет войти в состав лидирующих экономик мира как за счет преобразований традиционных отраслей в цифровом направлении, так и за счет развития конкурентоспособной и самостоятельной цифровой индустрии. Цель развития цифровой экономики в РФ – рост качества жизни, конкурентоспособности и национальной безопасности государства.

Методы и материалы. Исследование проведено с использованием метода анализа нормативной базы, научных источников, статистических данных, позволившего:

- определить основные принципы, направления и формы трансформации государственных и муниципальных услуг в условиях цифрового государства;
- охарактеризовать опыт стран, лидирующих в области цифровизации государственных и муниципальных услуг;
- выделить основные проблемы и перспективы цифровой трансформации государственных и муниципальных услуг в РФ на современном этапе;
- оценить существующее состояние цифровизации государственных и муниципальных услуг в Кемеровской области – Кузбассе, выявить основные перспективы развития данного процесса.

Степень изученности проблемы определяется новизной этого явления. Само понятие государственных и муниципальных услуг раскрыто сегодня в полной мере и имеет под собой достаточную нормативно-правовую базу. Принципы, направления и формы трансформации этих услуг в условиях цифрового государства определены в ряде нормативных актов и рассмотрены в работах Т. А. Головиной с соавторами [1], И. Л. Авдеевой и коллег [2], З. К. Бабаевой [3], И. И. Савельева [4], В. Н. Тюшнякова [5], Е. Д. Соложенцева [6]. Зарубежный опыт цифровизации данной

области деятельности государственной и муниципальной власти оценивается в системах таких международных рейтингов, как интегральный индекс электронного правительства EGDI (E-Government Development Index), рассчитываемый ООН, или индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index), рассчитываемый для всемирного экономического форума, а также частично обобщен в трудах Т. В. Игнатовой и М. В. Ашировой [7], Н. Г. Лопатовой [8], М. А. Криницыной и Н. В. Климовских [9]. Относительно российского опыта нельзя говорить о наличии системного исследования, обобщающего все достоинства и недостатки процесса. Отдельные попытки предприняты И. И. Савельевым [4], С. Г. Былиной [10], И. И. Смотрицкой [11–13], А. Г. Батраковой [14], Д. Г. Красильниковым, О. В. Сивинцевой, Е. А. Троицкой [15], В. В. Ивановым, Г. Г. Малинецким [16], а также коллективом авторов в докладе «Цифровая трансформация государственного управления: мифы и реальность» [17]. Ситуация на уровне региона (Кузбасса) пока не нашла своего отражения в научных трудах, данное исследование является одной из первых попыток в этом направлении.

Результаты

Государственные и муниципальные услуги в России были впервые определены Указом Президента РФ «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти»¹, в котором одной из групп функций государственных органов исполнительной власти была обозначена функция по оказанию государственных услуг. Это свидетельствовало о новом взгляде на роль государства, когда оно стало рассматриваться как производитель и поставщик услуг, направленных на качественное удовлетворение потребностей общества, так называемого «сервисного государства».

Сегодня все виды государственных и муниципальных услуг отражены в Федеральном реестре на портале «Федеральный ситуационный центр электронного правительства»², состоящем из 4-х разделов:

- а) реестр государственных услуг (функций), предоставляемых (осуществляемых) федеральными органами исполнительной власти и органами государственных внебюджетных фондов;
- б) реестр государственных услуг (функций), предоставляемых (осуществляемых) исполнительными органами государственной власти субъектов Российской Федерации;
- в) реестр муниципальных услуг (функций), предоставляемых (осуществляемых) органами местного самоуправления;
- г) справочная информация.

В настоящее время в реестры государственных и муниципальных услуг внесены сведения о более чем 220 тыс. услуг, отличающихся различными подходами к их квалификации в качестве услуг, а также наименованиями, что значительно осложняет возможности комплексного анализа и мониторинга их предоставления. В сентябре 2019 г. выделено 206 типовых государственных услуг. Это позволяет оптимизировать процессы оценки их оказания и повысить эффективность управления данной сферой.

Ключевым моментом и первым этапом в цифровизации государственных и муниципальных услуг стало принятие Федеральной целевой программы «Электронная Россия» в 2002 г. Именно в ней впервые были определены основные этапы перехода на предоставление государственных услуг и исполнение государственных функций в электронном виде.

В 2008 г. в РФ принимается Концепция формирования электронного Правительства РФ, в которой признается, что результаты внедрения информационно-коммуникационных технологий в органах государственной власти в настоящее время носят преимущественно внутриведомственный характер: практически отсутствуют государственные услуги, которые могут быть получены организацией или гражданином без непосредственного посещения государственного органа, и не сформирована единая инфраструктура межведомственного обмена данными в электронной форме. Концепция формирования электронного Правительства РФ повлекла за собой принятие ряда значимых документов, регулирующих предоставление госуслуг в электронном виде.

Так, в 2010 г. Россия находилась на 59-м месте в мировом рейтинге электронного Правительства ООН («E-Government Survey 2012: E-Government for the People»), но по итогам 2011 г. Россия занимала уже 27 место, кардинально улучшив свои позиции. В 2020 г. она занимает 36 место, что на четыре строчки ниже, чем двумя годами ранее (рис. 1³).

Для граждан первым видимым результатом цифровизации стало создание и реализация озвученной еще в 2005 г. универсальной концепции центров «одного окна», которые могли бы предоставлять гражданам муниципальные и государственные услуги в приоритетном порядке. Первые многофункциональные центры (МФЦ) открыли свои двери для граждан в 2007 г. Официально они стали появляться после принятия ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»⁴.

¹ О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти. Указ Президента РФ от 09.03.2004 № 314 // СПС Консультант Плюс.

² Портал федерального ситуационного центра электронного правительства. Режим доступа: <https://sc-new.minsvyaz.ru/> (дата обращения: 16.10.2020).

³ Рейтинг стран мира по Индексу развития электронного правительства // Гуманитарный портал. Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/e-government-development-index> (дата обращения: 10.04.2021).

⁴ Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг. ФЗ от 27.07.2010 № 210-ФЗ // СПС Консультант Плюс.

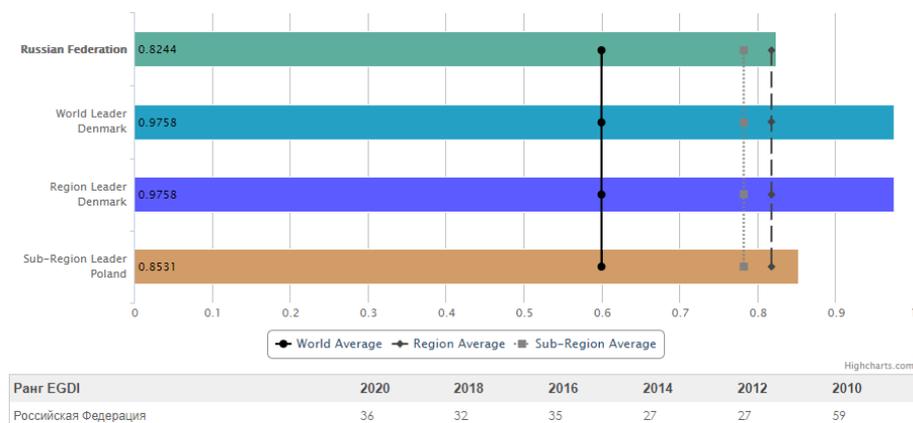


Рис. 1. Индекс развития электронного правительства РФ
Fig. 1. Russian e-government development index

Ключевой формой трансформации госуслуг в электронные, согласно программе «Информационное общество», стала платформизация: сегодня функционируют ключевые элементы национальной инфраструктуры электронного правительства, в том числе:

- Единый портал государственных и муниципальных услуг⁵;
- Единая система межведомственного электронного взаимодействия⁶;
- Национальная платформа распределенной обработки данных⁷;
- Единая система идентификации и аутентификации (ЕСИА) в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме;
- Информационная система головного удостоверяющего центра.

В 2020 г. процессы цифровизации в сфере госуслуг проходили согласно Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации» и ее составной части – федеральному проекту «Цифровое государственное управление»⁸. Реализация программы предполагает достижение впечатляющих результатов: например, доля приоритетных услуг, оказываемых онлайн, должна составлять 100 %.

В национальной программе определены новые принципы оказания государственных и муниципальных услуг, в числе которых доступность, омниканальность, проактивность и ряд других. При соблюдении вышеперечисленных

принципов цифровой механизм оказания государственных услуг становится не только реальным, но и единственно используемым, исключая возможность предоставления услуги «в обход системы». Ключевыми формами трансформации государственных и муниципальных услуг являются платформизация, запуск суперсервисов и проактивных услуг.

Обобщив опыт стран, близких к России по своему территориальному устройству (Австралия, Канада), и европейских стран-лидеров рейтинга электронного правительства ООН, можно выделить главные особенности электронных государственных услуг в развитом мире:

- использование передовых технологий (блокчейн, Smart-ID, технологии искусственного интеллекта – распознавание лиц, голоса, определение социальной дистанции);
- высокая степень цифровизации госуслуг;
- «дружественный характер» платформ, на которых оказываются услуги, их клиентоориентированность;
- большая вовлеченность населения в получение цифровых услуг;
- организация обратной связи (опросы, голосования);
- создание множества сервисов, специально разработанных для преодоления пандемии COVID-19.

Пандемия COVID-19 обновила и укрепила роль цифрового правительства как в традиционном предоставлении цифровых услуг, так и в инновационных способах управления кризисом, таких как отслеживание контактов, электронное здравоохранение, онлайн-обучение и удаленная работа.

⁵ Официальный интернет-портал государственных услуг. Режим доступа: <https://www.gosuslugi.ru/> (дата обращения: 16.10.2020).

⁶ Система межведомственного электронного взаимодействия. Режим доступа: <https://smev.gosuslugi.ru/portal/> (дата обращения: 16.10.2020).

⁷ Национальная платформа для распределенной обработки данных (НПРОД) // Минцифры России. Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/govservices/infosystems/16/> (дата обращения: 16.10.2020).

⁸ Паспорт федерального проекта «Цифровое государственное управление» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Утв. Президиумом Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности (протокол от 27.12.2018 № 6) // Росархив. Режим доступа: http://archives.ru/sites/default/files/pass_government.pdf (дата обращения: 16.10.2020).

Например, в июне 2020 г. Правительство Австралии запустило онлайн-услугу для пар, которые решили развестись. Искусственный интеллект Amica берет на себя раздел имущества, выработку соглашения об осуществлении родительских прав и регистрацию бракоразводного договора.

Опыт Дании, страны-лидера рейтинга ООН, интересен во многом с точки зрения проактивных услуг, основанных «на взаимодействии с гражданами в особые моменты их жизни. Например, после окончания университета человеку могут предлагаться следующие образовательные программы, при рождении ребенка может направляться уведомление о необходимости прохождения медицинских обследований, а при выходе на пенсию – напоминание об изменении условий программы страхования. Примером оказания различных услуг через единый канал может служить датский сервис NemID, обеспечивающий общий доступ к государственным услугам, предоставляемым сторонними организациями, которые подключены к данной платформе» [2].

Третье место в рейтинге ООН занимает Эстония. Она имеет на сегодняшний день самую передовую национальную систему удостоверений личности в мире. Помимо легального удостоверения личности с фотографией, обязательная национальная карта обеспечивает цифровой доступ ко всем защищенным электронным услугам государства. В сотрудничестве с SK ID Solutions и Cybernetica был разработан так называемый Smart-ID – электронная идентификация нового поколения, предназначенная для удобного использования на смарт-устройствах, способная сохранять при этом высокий уровень безопасности⁹.

В Хорватии «виртуальный врач» работает на базе искусственного интеллекта и разрабатывается технологическими фирмами в сотрудничестве с эпидемиологами. В Лондоне камеры и алгоритмы искусственного интеллекта, обычно предназначенные для управления движением, во время пандемии измеряют расстояние между пешеходами, чтобы контролировать социальную дистанцию.

Известен и негативный опыт цифровизации: в Австралии не смогли реализовать большую часть суперсервисов из-за разобщенности министерств и ведомств. Также в марте в стране перестал работать портал государственных услуг MyGov¹⁰. Сбой в его работе случился из-за резкого наплыва посетителей, желающих получить экономическую помощь и, по сути, устроивших на сайт

DDoS-атаку. Похожая ситуация возникла и в России 13 мая 2020 г., когда Единый портал государственных услуг не справился с объемом желающих подать заявки на выплаты на детей¹¹.

В марте 2019 г. международная консалтинговая компания BCG представила результаты исследования, согласно которым Россия заняла третье место в мире по темпам роста использования электронных госуслуг и вошла в топ-10 стран по интенсивности их использования. BCG провела опрос более 13 тыс. человек в 30 странах об использовании ими цифровых госуслуг. Согласно результатам опроса, Россия по темпам роста цифровизации госуслуг опережает среднемировой уровень почти втрое – 42 % против 15 %. В среднем россияне используют 9,1 типов государственных услуг в электронной форме, обгоняя жителей Нидерландов (8,2) или Швеции (8,8), но уступая занимающей первое место Индии (14,5) или Аргентине (11) и многим странам Азии. Почти половина (47 %) респондентов из России используют электронные госуслуги минимум раз в неделю¹². К перспективным направлениям развития цифровизации можно отнести создание 25-ти суперсервисов, а также запуск услуг и сервисов, связанных с преодолением пандемии COVID-19.

Безусловно, темпы цифровизации госуслуг в России можно охарактеризовать как высокие, но в то же время выделяется ряд проблем, сопутствующих процессу цифровизации – этические проблемы «оцифровки» граждан, цифровое неравенство, отсутствие отечественных технологий для дистанционного образования, низкая степень фактического «отклика» сервисов госуслуг на едином портале.

Еще одна группа проблем – это текущие проблемы организационного характера, находящие свое отражение в функционировании ЕПГУ. Их можно объединить под общим понятием «проблемы качества получения цифровых услуг», в том числе отсутствие единого подхода к порядку предоставления услуг в электронной форме, а также фактическая и юридическая невозможность для ряда услуг реализовать все этапы, зачастую связанная с разобщенностью министерство и ведомств.

По данным мониторинга качества перевода государственных и муниципальных услуг в электронную форму, проводимого Минэкономразвития РФ, средняя полнота сведений об услугах в 2019 году составляла 93 %, а средняя достоверность 62 %¹³.

⁹ Рейтинг стран мира по Индексу развития электронного правительства...

¹⁰ Australian Government. Режим доступа: <https://my.gov.au> (дата обращения: 16.10.2020).

¹¹ Официальный интернет-портал государственных услуг...

¹² Carrasco M., Mills S., Whybrew A., Jura A. The Citizen's Perspective on the Use of AI in Government // Boston Consulting Group. 01.03.2019. Режим доступа: <https://www.bcg.com/publications/2019/citizen-perspective-use-artificial-intelligence-government-digital-benchmarking> (дата обращения: 16.10.2020).

¹³ Юревич С. Э. Результаты мониторинга качества перевода государственных и муниципальных услуг в электронную форму // Министерство экономического развития РФ. 2020. 18 с.

В табл.¹⁴ отражена степень соответствия оцениваемых услуг основным требованиям Постановления Правительства РФ от 26 марта 2016 г. № 236 «О требованиях к предоставлению в электронной форме государственных и муниципальных услуг». Данные свидетельствуют о низкой степени соответствия, в особенности по таким требованиям, как «Запись на прием» и «Получение сведений о ходе выполнения запроса».

Табл. Степень соответствия требованиям к предоставлению в электронной форме государственных и муниципальных услуг в 2019 г.

Tab. Degree of Compliance with Electronic Requirements for State and Municipal Services, 2019

Требование	Исследовано услуг	Соответствуют	Доля соответствия, %
Получение информации о порядке и сроках предоставления услуги	580	306	53
Запись на прием	200	32	16
Формирование запроса	397	120	30
Оплата госпошлины	70	33	47
Получение сведений о ходе выполнения запроса	376	30	8
Осуществление оценки качества предоставления услуги	275	93	34
Досудебное обжалование	580	543	94

Также в процессе мониторинга было сделано 6270 звонков на номера 62-х федеральных органов исполнительной власти (рис. 2)¹⁵. Итоги мониторинга процесса перевода государственных и муниципальных услуг в электронную форму говорят о том, что качество получения услуг имеет большие резервы роста. В этой связи важна организация оперативной и всесторонней обратной связи на регулярной основе, не ограничиваясь фрагментарными опросами и мониторингами.

Для решения рассмотренных выше проблем в государстве создаются платформы обратной связи (ПОС)¹⁶, на данный момент к ПОС подключены 3426 органов власти и 1777 организаций. С помощью платформы



Рис. 2. Результаты телефонного мониторинга
Fig. 2. Results of phone monitoring

проведено 125 голосований, 854 опроса и 229 обсуждений. Регионами-лидерами по внедрению ПОС стали Волгоградская область, Еврейская АО, Курганская область, Новгородская область, Республика Алтай, Республика Дагестан, Республика Хакасия. Также принято решение об открытии Центров управления регионами (ЦУР), первый из которых начал свою работу в 2019 г. в Подмоскowie [14].

Для оценки степени и качества цифровизации государственных и муниципальных услуг Кузбасса важна его сравнительная оценка с другими регионами. Минэкономразвития России ежегодно проводит мониторинг качества предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме и на основе полученных данных формирует рейтинг субъектов РФ.

В 2019 г. в перечень региональных и муниципальных услуг, по которым проводился мониторинг, были включены услуги, подлежащие первоочередной оптимизации в соответствии с Концепцией развития механизмов предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде¹⁷. Выборку составляли услуги, предоставляемые органами исполнительной власти субъектов РФ и органами местного самоуправления, опубликованные на Едином портале госуслуг (ЕПГУ) и на региональных порталах государственных и муниципальных услуг (РПГУ). Для включенных в перечень услуг был реализован интерфейс подачи заявления (на ЕПГУ или РПГУ имеется ссылка «Получить услугу»). Всего в ходе мониторинга 2019 г. исследовано 1336 приоритетных услуг, предоставляемых в 85 субъектах РФ.

¹⁴ с.14 Там же.

¹⁵ Там же.

¹⁶ В Минцифры России подвели итоги работы платформы обратной связи в 2020 году // Минцифры России. 05.03.2021. Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/events/40354/> (дата обращения: 10.04.2020).

¹⁷ Хиллов П. О дорожной карте реализации Концепции развития механизмов предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде // D-Russia.ru. 19.06.2014. Режим доступа: <https://d-russia.ru/o-dorozhnoj-karte-realizacii-koncepcii-razvitiya-mexanizmov-predostavleniya-gosudarstvennyh-i-municipalnyh-uslug-v-elektronnom-vidе.html> (дата обращения: 16.10.2020).

В топ регионов, показавших наилучшие результаты, вошли Москва, Московская область, Ростовская область, Тульская область и Удмуртская Республика. Кемеровская область занимает 43 место, находясь в середине рейтинга (в 2018 г. – 48 место). Кемеровская область не вошла в число субъектов РФ, в которых все услуги были обработаны ведомствами, и в число субъектов, услуги которых были положительно оценены в ходе мониторинга мобильных приложений.

Относительно вопроса открытия ЦУР Кемеровская область также находится в числе регионов, не являющихся лидерами этого процесса (рис. 3)¹⁸.

В Кемеровской области регулярно проводится мониторинг качества предоставления государственных и муниципальных услуг согласно утвержденной методике Минэкономразвития России¹⁹.

В 2019 г. в ходе мониторинга в виде опроса (выборка 1000 респондентов из всех муниципальных образований Кемеровской области), проведенного научно-техническим центром «Перспектива», были выявлены основные трудности, с которыми сталкиваются граждане Кузбасса при получении услуг. Так, значительная часть граждан до сих пор не знает о функционировании

МФЦ. Непосредственно в МФЦ за получением услуги в 2019 г. обращались 51,5 % опрошенных. Еще более низким является знание о существовании в Интернете Единого портала государственных и муниципальных услуг.

Самая слабая информированность граждан Кемеровской области о сайте «Госуслуги» отмечена в Ижморском и Яшкинском муниципальных районах (23,5 % и 20 % жителей слышат о портале впервые). Личный кабинет на едином портале государственных и муниципальных услуг чаще всего имеют опрошенные жители Польсаевского и Кемеровского городских округов (68 % и 66 %). На отсутствие личного кабинета указывают большинство респондентов в Тайгинском городском округе (74,5 %). Личный кабинет на ЕПГУ в среднем по региону имеют 54,5 %.

Для выявления основных причин сложившейся ситуации была проведена серия глубинных интервью с экспертами, в число которых вошли сотрудники министерства цифрового развития Кузбасса, представители научной общественности, руководители компаний, работающих в сфере информационно-коммуникационных технологий, представители Совета по развитию цифровой экономики и урбанистики при Законодательном Собрании Кемеровской области – Кузбасса (всего 12 экспертов).

Рейтинг регионов



Рейтинг — % выполнение субъектами Российской Федерации мероприятий Дорожных карт по созданию региональных ЦУР. Для корректного сопоставления регионов учитывается средний % выполнения. Рейтинг показывает, насколько эффективно регион выполняет Поручение Президента России о создании ЦУР

Категория **Проблемный регион** присваивается субъекту РФ, при необходимости срочного вовлечения ВДЛ

По состоянию на 27.10.2020

Рис. 3. Степень выполнения субъектами РФ поручения Президента о создании ЦУР по состоянию на 27.10.2020

Fig. 3. Implementation of the President's instructions on the Sustainable Development Goals (October 27, 2020) in the constituent entities of the Russian Federation

¹⁸ Создание ЦУР завершено в 15 регионах – Минцифры // D-Russia.ru. 28.10.2020. Режим доступа: <https://d-russia.ru/sozdanie-cur-zaversheno-v-15-regionah-mincifry.html> (дата обращения: 02.05.2020).

¹⁹ Цифровая экономика: 2020: краткий статистический сборник / под. ред. А. М. Гохберга, Е. Ю. Кислякова, Я. И. Кузьминова, М. А. Сабельниковой. М.: НИУ ВШЭ, 2020. 112 с.

Обобщив мнение экспертов, можно констатировать, что причины недостаточного уровня цифровизации госуслуг в Кузбассе видятся в следующем:

- в секторе информационных технологий занято не больше 1 % от общей численности занятого населения. Доля организаций в общем числе предприятий не больше 2 %. Стоимость произведенной продукции, услуг в отраслевой структуре валовой добавленной стоимости Кузбасса незначительна;
- одной из важнейших проблем является «лоскутная автоматизация» – разнородность информационных ресурсов и систем исполнительных органов власти региона, пока не обладающих единой системой управления и возможностью оперативного взаимодействия в онлайн-среде;
- уровень развития инфраструктуры информационно-коммуникационных технологий не обеспечивает в полной мере эффективного информационного взаимодействия исполнительных органов власти, граждан и организаций, отсутствует центр обработки данных;
- в исполнительных органах власти Кузбасса и в органах местного самоуправления укомплектованность штата ИТ-специалистов и их уровень квалификации неудовлетворительные;
- недостаточно финансовых средств: значительная их часть, предусмотренная на информатизацию, направляется на сопровождение и поддержку уже существующих информационных систем и сервисов.

Таким образом, были выявлены перспективные направления развития этой сферы:

1. Активизация обратной связи с гражданами по оценке сроков и качества получения государственных и муниципальных услуг в электронном виде, а также получение информации о востребованности существующих и перспективных новых видах услуг, в том числе через обеспечение эффективной деятельности ЦУР. Три из восьми блоков ЦУР включают в себя деятельность в рамках проекта «Умный город», реализуемого национальным проектом «Жилье и городская среда». Механизмы обратной связи с гражданами Кузбасса на его примере могут быть в дальнейшем трансформированы для всех остальных блоков.

В рамках проекта «Умный город» с апреля 2020 г. начала свою деятельность Цифровая платформа «Кузбасс Онлайн», созданная для открытого диалога горожан, властей, органов местного самоуправления и обслуживающих организаций. По состоянию на 1 декабря 2020 г. к платформе подключены все 34 муниципалитета региона и зарегистрировано 140284 человек. С точки зрения цифровизации государственных и муниципальных услуг, логично использовать данную платформу для

организации опросов, позволяющих оценить основные параметры их оказания.

2. Внедрение новых электронных услуг на основе предложений населения, организаций, на основе анализа лучших практик других субъектов или через участие в пилотных проектах Правительства РФ.

Интересна практика московского электронного правительства, отражающая внедрение новых услуг по общественной инициативе. Решение о том, какие именно электронные услуги запустить и улучшить на портале mos.ru решают участники проекта «Активный гражданин». За время существования проекта по результатам голосования москвичей появилось более 50 услуг и сервисов, среди которых возможность оформить полис ОМС, получить результаты медицинских анализов на электронную почту, подать апелляцию на результаты экзаменов, узнать результаты олимпиад, пополнить баланс карты метро онлайн.

3. Введение услуг и сервисов, связанных с профилактикой и снижением распространения COVID-19.

В мае 2020 г. был создан Цифровой Центр мониторинга (ЦЦМ) Первой его функцией стало создание актуальной статистики и карты заболеваемости коронавирусной инфекцией в Кузбассе, второй – мониторинг состояния пациента. С помощью автоматизированной системы робот ежедневно звонит и задает определенный перечень вопросов. В зависимости от ответов система определяет дальнейшие действия по принципу «светофора». Если симптомы не вызывают тревоги, то данные пациента «окрашиваются» в зеленый цвет, и за ним продолжают наблюдать удаленно.

В качестве перспективного направления данной платформы можно рассматривать вовлечение граждан в предстоящую вакцинацию (консультации, запись) и цифровое содействие в реабилитации переболевших коронавирусной инфекцией – консультации, ведение дневника состояния здоровья, информирование о профилактике.

4. Повышение доступности и удобства электронных услуг через активизацию деятельности по развитию мобильных приложений.

Сегодня смартфон является главным устройством для выхода в Интернет – им пользуются 67 % россиян. В 2019 г. в среднем россияне проводили в мобильных приложениях около 2,5 ч./сут.²⁰ Мобильное приложение имеет ряд преимуществ: оповещение о событиях с помощью push-уведомлений, вход в приложение по ПИН-коду или отпечатку пальца, оплата штрафов через Apple pay или Google pay.

Очень важным для успеха мобильного приложения и той деятельности, для которой оно создано, является не только общий охват граждан (число скачиваний), но и степень вовлеченности пользователей (число активных действий в приложении). Пользователи, скачивающие

²⁰ The State of Mobile 2020 // App Annie. Режим доступа: <https://www.appannie.com/en/go/state-of-mobile-2020/> (дата обращения: 16.10.2020).

приложение, сталкиваясь с отсутствием реальной возможности взаимодействия и демонстрацией незаинтересованности органов власти и организаций, оказывающих услуги, могут утратить интерес или сформировать негативное отношение как к приложению, так и к процессу обратной связи в целом.

Одним из эффективных механизмов повышения вовлеченности является геймификация. Так, в приложении «Активный гражданин» заполнение профиля, участие в голосованиях и другая активность поощряются баллами, которые пользователь может обменять на материальные и нематериальные призы – билеты в музеи, театры, посещение городских мероприятий или поездки на общественном транспорте. Также баллы и билеты пользователи получали за чек-ин (отметка о месте пребывания в социальной сети) на избирательном участке.

Для повышения охвата цифровыми услугами, улучшения позиций региона в рейтинге субъектов РФ и достижения целей федерального проекта и национальной программы в Кузбассе необходимо организовать массовое информирование граждан о преимуществах использования ЕПГУ и мобильного приложения «Госуслуги». На сайтах всех региональных министерств и ведомств важно сформировать раздел, посвященный вопросам предоставления государственных услуг в электронной форме, а также регулярно публиковать новостные и информационные материалы, видеоролики, рассказывающие гражданам о возможностях и преимуществах получения госуслуг в электронном виде.

Успех рассмотренных предложений будет напрямую зависеть от вовлеченности в эти процессы ведомств, оказывающих услуги на региональном и муниципальном уровнях и от степени их согласованности.

Заключение

Цифровизация в российском государственном и муниципальном управлении (в частности, в сфере оказания государственных и муниципальных услуг) в настоящее время

осуществляется высокими темпами, однако имеется ряд проблем, сопутствующих процессу цифровизации. К наиболее значимым проблемам относятся этические (негативное отношение к процессу «оцифровки» со стороны части общества), существующее цифровое неравенство, имеющее как региональный, так и социальный характер; проблемой является и недостаточное использование отечественных технологий.

С целью определения ключевых перспектив развития данной сферы необходима оценка существующего уровня цифровизации государственных и муниципальных услуг. В рамках работы такая оценка была проведена для региона Кемеровской области – Кузбасса с целью выявления особенностей, сильных и слабых сторон. Проведенный анализ существующего международного и отечественного опыта, а также сравнительный анализ качества внедренных цифровых решений в государственной и муниципальной сфере Кузбасса и других субъектов РФ выявил причины недостаточной цифровизации государственных и муниципальных услуг в регионе, связанные с низким уровнем развития информационно-коммуникационной инфраструктуры, «лоскутной автоматизацией», кадровыми и финансовыми проблемами. Предложены мероприятия в сфере оказания государственных и муниципальных услуг, оцениваемые как перспективные: выстраивание активной обратной связи с гражданами, анализ и внедрение лучших практик, возможность участия в пилотных проектах Правительства РФ, развитие мобильного сектора электронных государственных и муниципальных услуг для увеличения степени доступности и удобства их использования.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

Литература

1. Головина Т. А., Полянин А. В., Рудакова О. В. Развитие системы государственного стратегического управления предпринимательскими структурами на базе возможностей новой модели цифровой экономики // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2017. № 2. С. 13–18.
2. Авдеева И. Л., Головина Т. А., Парахина Л. В. Развитие цифровых технологий в экономике и управлении: российский и зарубежный опыт // Вопросы управления. 2017. № 6. С. 50–56.
3. Бабаева З. К. Понятие и функции государственной и муниципальной услуги // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2016. Т. 16. № 1. С. 113–120. DOI: 10.18500/1994-2540-2016-16-1-113-120
4. Савельев И. И. Государственные и муниципальные услуги: анализ и методика оценки качества. М.: Русайнс, 2017. 136 с.
5. Тюшняков В. Н. Анализ практики применения технологий электронного правительства в системе предоставления государственных и муниципальных услуг // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 5, Экономика. 2018. № 4. С. 194–200.
6. Соложенцев Е. Д. К вопросу цифрового управления государством и экономикой // Проблемы анализа риска. 2017. Т. 14. № 6. С. 30–43. DOI: 10.32686/1812-5220-2017-14-6-30-43

7. Игнатова Т. В., Аширова М. В. Зарубежный опыт управления институциональными изменениями в сфере государственных услуг // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2015. № 2. С. 20–27.
8. Лопатова Н. Г. Международный опыт формирования цифрового правительства // Наука и инновации. 2019. № 5. С. 24–28. DOI: 10.29235/1818-9857-2019-5-24-28
9. Криницына М. А., Климовских Н. В. Повышение эффективности оказания государственных и муниципальных услуг населению // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: мат-лы XI Междунар. науч.-практ. конф. (Краснодар, 16 ноября 2018 г.) Краснодар, 2018. С. 309–312.
10. Былина С. Г. Региональные особенности и детерминанты использования электронных услуг сельским населением // Проблемы развития территории. 2018. № 5. С. 84–98. DOI: 10.15838/ptd.2018.5.97.6
11. Смотрицкая И. И. Государственное управление в условиях развития цифровой экономики: стратегические вызовы и риски // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2018. № 4. С. 60–72. DOI: 10.24411/2071-6435-2018-10037
12. Смотрицкая И. И. Новая экономическая стратегия требует нового качества государственного управления // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2017. № 5. С. 7–22.
13. Смотрицкая И. И., Черных С. И. Современные тенденции цифровой трансформации государственного управления // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2018. № 5. С. 22–36. DOI: 10.24411/2073-6487-2018-00002
14. Батракова Л. Г. Развитие цифровой экономики в регионах России // Социально-политические исследования. 2019. № 1. С. 51–64. DOI: 10.24411/2658-428X-10338
15. Красильников Д. Г., Сивинцева О. В., Троицкая Е. А. Современные западные управленческие модели: синтез New Public Management и Good Governance // Ars Administrandi. 2014. № 2. С. 45–62.
16. Иванов В. В., Малинецкий Г. Г. Цифровая экономика: от теории к практике // Инновации. 2017. № 12. С. 3–12.
17. Цифровая трансформация государственного управления: мифы и реальность: докл. к XX Апр. Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества (Москва, 9–12 апреля 2019 г.) / под общ. ред. Н. Е. Дмитриевой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 43 с.

original article

Digital Transformation of State and Municipal Services

Ekaterina A. Zavyalova

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo;

E_zavyalova@mail.ru

Nina Yu. Pogadaeva

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

Received 25 May 2021. Accepted 18 Jun 2021.

Abstract: In Russia, digitalization of the state and municipal spheres remains a task to be resolved. The present research objective was to assess the current level of digitalization of state and municipal services in the Kemerovo region in order to develop some recommendations. The author analyzed foreign experience and compared the digital situation in the Kemerovo region with that in other constituent entities of the Russian Federation. The low level of local digitalization results from the low level of information and communication infrastructure, "patchwork automation", lack of qualified personnel, financial problems, etc. The following measures can improve the situation: more active feedback from citizens, analysis of best practices, participation in pilot government projects, increasing the availability and convenience of electronic services via mobile applications and gamification, etc.

Keywords: digitalization, e-government, platformization, super services, proactive services

Citation: Zavyalova E. A., Pogadaeva N. Yu. Digital Transformation of State and Municipal Services. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 219–228. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-219-228>

Conflicting interests: The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

References

1. Golovina T. A., Polyagin A. V., Rudakova O. V. Development of system of the public strategic administration by enterprise structures on the basis of opportunities new model of digital economy. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Economics and Management*, 2017, (2): 13–18. (In Russ.)
2. Avdeeva I. L., Golovina T. A., Parakhina L. V. Development of digital technologies in economics and management: Russian and foreign experience. *Management issues*, 2017, (6): 50–56. (In Russ.)
3. Babaeva Z. K. The concept and functions of state and municipal services. *Izvestiya of Saratov University. New series. Series: Economics. Management. Law*, 2016, (1): 113–120. (In Russ.) DOI: 10.18500/1994-2540-2016-16-1-113-120
4. Savelev I. I. *State and municipal services: analysis and methodology for assessing quality*. Moscow: Rusains, 2017, 136. (In Russ.)
5. Tyushnyakov V. N. The analysis of e-government technologies implementation experience in the system of state and municipal services delivery. *Bulletin of the Adyge State University. Ser. 5, Economics*, 2018, (4): 194–200. (In Russ.)
6. Solozhentsev E. D. About the digital management of the state and economics. *Problemy analiza riska*, 2017, 14(6): 30–43. (In Russ.) DOI: 10.32686/1812-5220-2017-14-6-30-43
7. Ignatova T. V., Ashirova M. V. Foreign experience of changes management in government services sphere. *Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski SKAGS*, 2015, (2): 20–27. (In Russ.)
8. Lopatova N. G. International experience in digital government formation. *Nauka i innovatsii*, 2019, (5): 24–28. (In Russ.) DOI: 10.29235/1818-9857-2019-5-24-28
9. Krinitsyna M. A., Klimovskikh N. V. Improving the efficiency of providing state and municipal services to the population. *Economics and management: topical issues of theory and practice*: Proc. XI Intern. Sci.-Prac. Conf., Krasnodar, 16 Nov 2018. Krasnodar, 2018, 309–312. (In Russ.)
10. Bylina S. G. Regional characteristics and determinants of using electronic services among rural population. *Problemy razvitiya territorii*, 2018, (5): 84–98. (In Russ.) DOI: 10.15838/ptd.2018.5.97.6
11. Smotrinskaya I. I. State administration in conditions of development digital economy: strategic challenges and risks. *ETAP: economic theory, analysis, and practice*, 2018, (4): 60–72. (In Russ.) DOI: 10.24411/2071-6435-2018-10037
12. Smotrinskaya I. I. New economic strategy requires new quality of state governance. *Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*, 2017, (5): 7–22. (In Russ.)
13. Smotrinskaya I. I., Chernykh S. I. Modern trends in the digital transformation of public administration. *Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*, 2018, (5): 22–36. (In Russ.) DOI: 10.24411/2073-6487-2018-00002
14. Batrakova L. G. Development of digital economy in Russian regions. *Social'no-politicheskie issledovaniya*, 2019, (1): 51–64. (In Russ.) DOI: 10.24411/2658-428X-10338
15. Krasilnikov D. G., Sivintseva O. V., Troitskaya E. A. Modern Western management models: synthesis of New Public Management and Good Governance. *Ars Administrandi*, 2014, (2): 45–62. (In Russ.)
16. Ivanov V. V., Malinetskiy G. G. Digital economy: from theory to practice. *Innovacii*, 2017, (12): 3–12. (In Russ.)
17. *Digital transformation of public administration: myths and reality*: Proc. XX Apr. Intern. Sci. Conf. on Issues of Economic and Social Development, Moscow, 9–12 Apr 2019, ed. Dmitrieva N. E. Moscow: Izd. dom Vyshei shkoly ekonomiki, 2019, 43. (In Russ.)

оригинальная статья

УДК 331

Управление трудовой мотивацией научного персонала

Вадим Константинович Лазуткин

Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово; vadimbistro@mail.ru

Поступила в редакцию 12.05.2021. Принята в печать 11.06.2021.

Аннотация: С течением времени на рынке труда происходят изменения предпочтений работников, регистрируемые различными исследованиями. Но помимо общерыночных тенденций существуют и отраслевые, зависящие от рода деятельности. Специфика научного труда и академической профессии предполагают особые подходы к управлению персоналом и в особенности к его мотивации. Данные подходы изучаются отечественными и зарубежными исследователями начиная с середины XX века. В настоящее время не исключены ситуации, когда подбор адекватных мотивационных инструментов осуществляется методом многочисленных проб и ошибок. Предметом исследования являются факторы, мотивирующие сотрудников, занятых в научной сфере, на выполнение своей трудовой деятельности. Цель – определение методов, способствующих развитию мотивации научных сотрудников. Предпринята попытка обоснования использования краткосрочных и долгосрочных методов мотивации научного персонала. Исследование мотивации научного персонала крупной российской биотехнологической компании проводится с применением теста «Мотивационный профиль» Ш. Ричи и П. Мартина. Выявлены такие доминирующие факторы удовлетворения выполняемой работой, как признание достижений со стороны коллег, возможность саморазвития, постановка для себя амбициозных целей и достижение их креативными способами, хорошая оплата труда и другие. Результаты проведенного теста позволили предложить пути дальнейшего развития методов мотивации персонала, занятого научными исследованиями и разработками.

Ключевые слова: мотивация, человеческий ресурс, научный персонал, мотивационный фактор, материальная мотивация, нематериальная мотивация, привлекательность работодателя

Цитирование: Лазуткин В. К. Управление трудовой мотивацией научного персонала // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 229–237. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-229-237>

Введение

Трудовая мотивация является частью более широкой проблемы – проблемы мотивации человеческого поведения вообще. Поэтому свой вклад в развитие теории мотивации на разных этапах ее развития внесли ученые и практики из различных отраслей знания и деятельности – психологии, экономики, кибернетики, философии, социологии, права и т. п. Различают внутреннюю мотивацию (человек самостоятельно осуществляет целеполагание и формирует мотивы) и внешнюю (действующую в том числе в профессиональной жизни). В случае внешней (организационной) мотивации субъектом мотивации для сотрудников становится руководитель. Достаточно давно на результатах многочисленных исследований было показано, что денежной мотивацией не покрываются все потребности современного работника.

Результатом опроса, проведенного в 2019 г. рекрутинговой компанией «Апсор», стал рейтинг критериев при выборе места работы сотрудником. Первую строчку в данном списке занимает заработная плата (79 %); вторым критерием стала финансовая стабильность (59 %); на третьем месте стоит интересная работа (48 %); четвертое место

опрошенные отдали карьерному росту (42 %); замкнула пятерку приятная рабочая атмосфера (41 %). Причем доля выбравших интересную работу и приятную рабочую атмосферу растет из года в год, а фактор финансовой стабильности теряет позиции¹. Поэтому для привлечения и удержания квалифицированного персонала работодателю нужно подходить к мотивации комплексно, учитывая новые тенденции в ориентациях современных работников.

Однако результаты этого и подобных исследований лучше считать общим ориентиром, не учитывающим отраслевую специфику, региональные факторы и характер деятельности различных профессиональных групп. Так, для работника, занятого физическим трудом в обрабатывающей промышленности, более важными будут уровень оплаты труда, удаленность предприятия от места проживания и график работы, позволяющий полностью восстановиться после физнагрузок. Работник, занятый умственным трудом, будет ориентироваться на содержательность работы, благоприятную атмосферу в коллективе и уровень коммуникаций. Особое место среди «беловоротничковых» профессий отводится персоналу,

¹ Employer brand research 2019: отчет по стране Россия // Ancor. 2019. Режим доступа: https://s0.rbk.ru/v6_top_pics/media/rbcpro_presentation/2019/755549883757835/presentation-016f1a08752b46e19b3011f264130771.pdf (дата обращения: 20.12.2020).

занимающемуся научными исследованиями и разработками, т. к. их труд наполнен новыми открытиями и нестандартными решениями при выполнении поставленных задач. Уже на стадии описания содержания деятельности научных сотрудников заметно их отличие от сотрудников всех других отраслей [1].

Выделенные особенности содержания труда подкрепляются результатами исследования D. Jindal-Snape и J. V. Snape, которые взяли интервью у сотрудников британского государственного научного учреждения. Опрошенные ученые, как правило, были мотивированы способностью проводить исследования на интересные им темы, а демотивировались отсутствием обратной связи со стороны руководства, проблемами сотрудничества с коллегами, а также постоянными изменениями и нестабильностью. Внешние факторы (размер заработной платы, система стимулирования и карьерные перспективы) не рассматривались большинством ученых как факторы мотивации [2].

В настоящее время науке и инновациям отводится огромная роль в социально-экономическом развитии: происходит рост объемов производства и улучшение качества товаров и услуг. Так, например, в 20–60-е годы XX в. в США прирост душевого национального дохода на 40 % произошел за счет прогресса в знаниях, а в последние 20 лет почти полностью обеспечен за счет инноваций и новых технологий.

Экономический рост стран Западной Европы, Японии и Южной Кореи также основан на инновациях и новых технологиях, которые обеспечивают не только увеличение ВВП, но и его качественное, прогрессивное изменение [3]. Правительство РФ тоже делает ставку на научно-технологическое развитие как залог лидирующих позиций России в мире, в том числе развитие кадрового потенциала в сфере исследований и разработок, обеспечение привлекательности работы в Российской Федерации для российских и зарубежных ведущих ученых и молодых перспективных исследователей².

В качестве целевого показателя государственной программы «Научно-технологическое развитие Российской Федерации» определено «место Российской Федерации по численности исследователей в эквиваленте полной занятости среди ведущих стран мира (по данным ОЭСР)»³. К категории исследователей относят работников, профессионально занимающихся исследованиями и разработками и непосредственно осуществляющих

создание новых знаний, продуктов, процессов, методов и систем, а также управление указанными видами деятельности⁴.

Между тем, по данным Росстата, за последние 10 лет относительные и абсолютные показатели численности основной категории персонала, занятого научными исследованиями и разработками (исследователи), снижаются (за исключением периода 2013–2015 гг.)⁵.

Особое беспокойство вызывает снижение числа молодых ученых в возрасте до 29 лет (за 10 лет – почти на 20 %) ⁶. В этих обстоятельствах перед руководителями-практиками стоят непростые вопросы о факторах мотивации научных сотрудников и методах ее поддержания.

Дискуссия

Первые исследования в области мотивации академической профессии были выполнены зарубежными социологами. Достаточно продолжительное время трудовая мотивация изучалась психологами как универсальный, общечеловеческий феномен [4]. Позже происходила дальнейшая дифференциация исследований мотивации, выявление в том числе и отраслевого, профессионального аспекта мотивационных факторов. В работах Д. Пельц и Ф. Эндрюс указывалось на необходимость выделения различных категорий научных работников [5].

В то же время мотивация персонала, занятого в науке и НИОКР, изучалась на основе одной из общих концепций мотивации. Главным образом это относится к идее существования внешней и внутренней мотивации. По мнению Д. Пельц и Ф. Эндрюса, внутренне мотивированный ученый ориентирован на свободу научного творчества, верит в свои идеи и стремится к расширению их рамок. Внешне мотивированный ученый в большей мере мотивирован статусом и карьерой.

В настоящее время достаточно широко исследуется мотивация конкуренции, и в некоторых работах обозначается как один из наиболее значимых факторов, мотивирующих профессиональную деятельность, однако конкуренция в науке отличается от конкуренции на производстве. Т. Дохмен и А. Фалк установили, что в производственных организациях существует прямая корреляционная связь между квалификацией работника и его предпочтением по нахождению в конкурентной среде. Однако если рассматривать научную среду (особенно российскую), то такой закономерности наблюдаться не будет [6].

² Национальный проект: наука и университеты // Национальные проекты. Режим доступа: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/ nauka-i-universitety> (дата обращения: 03.03.2021).

³ Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Научно-технологическое развитие Российской Федерации». Постановление Правительства РФ от 29.03.2019 № 377 // Гарант. Режим доступа: <http://base.garant.ru/72216664/> (дата обращения: 07.03.2021).

⁴ Методологические пояснения. Режим доступа: https://www.gks.ru/bgd/regl/b13_13/IssWWW.exe/Stg/d3/21-48met.htm (дата обращения: 07.03.2021).

⁵ Российский статистический ежегодник, 2020: приложение «Социально-экономические показатели Российской Федерации в 1991–2019 гг.». Режим доступа: https://gks.ru/bgd/regl/b20_13pr/Main.htm (дата обращения: 07.03.2021).

⁶ Дмитрий Чернышенко выступил на общем собрании членов Российской академии наук // Правительство России. 20.04.2021. Режим доступа: <http://government.ru/news/42012/> (дата обращения: 25.04.2021).

Отечественные исследования научной деятельности начинаются в середине XX в. примерно в то же время, что и за рубежом, но идут принципиально иным путем. Традиционными дисциплинами, изучавшими мотивы научного труда в СССР, а затем и в России, были науковедение и социология. Перечень и классификация мотивов, используемых представителями данных дисциплин, приведены в работе Е. В. Васильевой [7].

По мнению автора, к внутренним мотивам относятся:

- познавательные мотивы;
- мотивы, связанные с уверенностью в своих собственных идеях;
- мотивы стремления к самостоятельности и саморегуляции.

Внешние мотивы включают в себя:

- стремление к должностному продвижению;
- получение хорошего оклада;
- общение со статусными людьми;
- стремление к самоутверждению и раскрытию своих способностей;
- ориентацию на полезность своей деятельности для общества.

Также в числе внешних мотивов Е. В. Васильева считает необходимым рассматривать мотивы приобретения, избегания обвинений, созидания, обучения, признания, бережливости.

Более тонкий подход к исследованию мотивации, реализуемый через прямые и косвенные вопросы, описан в работе Л. Г. Зубовой [8]. Например, чтобы оценить особенности мотивации научных работников, задаются вопросы о престиже научной деятельности, желании научной карьеры для детей, вопрос о понимании успеха в жизни в сочетании с вопросом о причинах продолжения научной деятельности.

В результате обобщения и систематизации полученных опросных данных Л. Г. Зубова описывает семь типов мотивов научных работников:

- 1) проявляет интерес к работе и желание творческой самореализации, при этом у него отсутствует ярко выраженный интерес к заработку;
- 2) ориентируется на интересную работу в сочетании с интересом к хорошему заработку;
- 3) присутствует приоритет других интересов и запросов;
- 4) осознает полезность собственного труда для общества, при этом есть интерес к заработку;
- 5) проявляет интерес к карьерному продвижению и высокому заработку;
- 6) относится к работе как к вынужденной необходимости;
- 7) имеет смешанную мотивацию.

Плюсами данных портретов Л. Г. Зубовой могут являться узнаваемость и простота применения на первичных стадиях диагностики профессиональной направленности в научном коллективе. Однако методология не является идеальной, т.к. не охватывает вопросы об иерархии, развитии мотивов и др.

Стоит также упомянуть работу Т. В. Огородовой и Ю. С. Медведевой [9], в которой описывается авторская методика для диагностики мотивации. Методика предлагает сотруднику выбрать те мотивы (выгоды), которые подталкивают его заниматься научной деятельностью. Данные варианты представляют собой перечень из 14 пунктов и отражают некие психологические или материальные выгоды.

Представляется, что для всестороннего изучения мотивации научной деятельности недостаточно однократных диагностических замеров, т. к. профессиональная карьера ученых, чаще всего, продолжительна, а структура и содержание мотивации могут серьезно видоизменяться в зависимости от обстоятельств.

В настоящее время в рыночной экономике научные исследования и разработки применяются также и в бизнесе, поэтому возрастает число исследований в наукоемких отраслях производства. Примером может служить работа О. М. Дмитриевой [10], в которой изучается мотивация труда научно-технических работников нефтяной компании.

Мотивация сотрудников в данной сфере напрямую влияет на коммерческие результаты и имеет отличительную черту, связанную со стимулированием поиска нестандартных решений, а проблема рассматривается в сугубо прикладном аспекте.

С учетом особенностей мотивации сотрудников НИОКР предлагаются следующие меры стимулирования:

- постановка перед сотрудником целей по методике SMART;
- увеличение задач, которые он выполняет полностью самостоятельно и несет ответственность за результат;
- разработка и принятие части управленческих решений с участием сотрудников;
- увеличение эффективности управления трудовой карьерой и системы обучения персонала;
- обратная связь и признание достижений работников.

Также к дополнительным условиям автор относит финансовую стабильность работы, HR-бренд и стиль управления. Таким образом, проблемы мотивации научной деятельности в России часто привлекают социологов, науковедов и психологов. Однако исследования сталкиваются с проблемой редкого применения результатов на практике.

Исследование факторов-мотиваторов персонала биотехнологической компании

Для определения факторов мотивации научных сотрудников крупной российской биотехнологической компании в декабре 2019 г. было проведено исследование (онлайн-опрос) среди научного персонала. Общее количество занятых исследованиями и разработками в компании – 864 человека, это 36 % от общей численности персонала. В составе научного персонала 75 % женщин и 25 % мужчин, средний возраст – 31 год. Должностная

структура включает в себя руководителей групп, лабораторий и отделов, научных сотрудников различных категорий (старшие, младшие), менеджеров проектов, технологов, лаборантов, лаборантов-исследователей.

Для исследования был использован тест «Мотивационный профиль» Ш. Ричи и П. Мартина. Тест в достаточной мере апробирован и позволяет выявлять значимые и незначимые для сотрудника факторы мотивации, что позволяет судить о потенциальных источниках удовлетворенности трудом. В основу теста положено сопоставление значимости ряда мотивационных факторов, представляющих важность с точки зрения руководства персоналом. Данных мотивационных факторов в тесте 12 [11]:

1. Фактор хорошей оплаты труда. Данная потребность имеет тенденцию к изменению в процессе трудовой жизни, некоторые жизненные обстоятельства обуславливают повышение значения этой потребности.
2. Фактор комфортной окружающей обстановки на рабочем месте.
3. Фактор снижения неопределенности и установления правил и регламентов выполнения работы, а также наличия обратной связи.
4. Фактор, выраженный в социальных контактах (т.е. общение), а также доверительные и тесные связи с коллегами.
5. Фактор формирования долгосрочных стабильных взаимоотношений (трудовых и личных).
6. Фактор признания со стороны других людей. При этом сотруднику важно, чтобы окружающие ценили его заслуги и достижения.
7. Фактор достижения амбициозных и сложных целей.
8. Фактор влияния и власти, при котором сотрудник желает руководить другими.
9. Фактор разнообразия и перемен в трудовой деятельности, при котором сотрудник стремится избегать рутин.
10. Фактор креативных и нестандартных решений в профессиональной деятельности.

11. Фактор самосовершенствования и развития как личности.

12. Фактор, при котором у сотрудника есть ощущение востребованности в интересной, общественно полезной работе.

Всего было опрошено 137 человек. На рис. 1 отражены общие результаты опроса – средние показатели выраженности факторов-потребностей по всем опрошенным сотрудникам.

В мотивационном профиле научных сотрудников выделяются в качестве основных мотиваторов, помимо высокой зарплаты, возможности личного роста, самореализации, выполнения общественно полезной работы и ощущения востребованности. Данная ситуация логична и характерна для сотрудников, занятых в сфере научных исследований.

Для выявления специфики мотивационных профилей возрастных, стажевых и других групп опрошенных были сформированы соответствующие подвыборки: а) по возрасту (20–29 лет, 30–49 лет); б) по стажу работы в компании (1–3 года, 4–7 лет); в) по профессионально-должностной группе (среднее звено управления (руководители) и специалисты).

Далее были определены средние показатели факторов-потребностей в разрезе соответствующих критериев. На рис. 2 приведены средние показатели выраженности заложенных в тест факторов-потребностей по возрастным группам респондентов.

Как можно заметить, для сотрудников из «старшей» возрастной группы (30–49 лет) более выражены потребности в востребованности, высокой оплате труда и признании со стороны других людей. Респонденты из «младшей» возрастной группы (20–29 лет) в большей мере мотивированы возможностями самосовершенствования, разнообразием и креативностью в работе.

С возрастной спецификой мотивационной структуры научного персонала компании существенно коррелируют средние показатели факторов-потребностей по стажевым группам (рис. 3).



Рис. 1. Средние показатели значимости факторов-потребностей, сумма баллов по фактору
Fig. 1. Average indicators of the importance of factors-needs, the sum of points by factor

Сотрудники со стажем работы 1–3 года в большей мере придают значение разнообразности работ, возможности самосовершенствования и креативностью при решении поставленных задач. Опрошенные из стажевой группы 4–7 лет в большей степени ценят долговременные взаимоотношения и ощущение востребованности.

Также определены средние показатели факторов-потребностей в разрезе профессиональных групп (рис. 4).

В мотивационном профиле специалистов выделяются потребности в четком структурировании задач и креативном подходе к работе. Для руководителей в большей степени важна потребность в социальных контактах.



Рис. 2. Средние показатели значимости факторов-потребностей по возрастным группам, сумма баллов по фактору
Fig. 2. Average indicators of the importance of factors-needs by age groups, the sum of points by factor

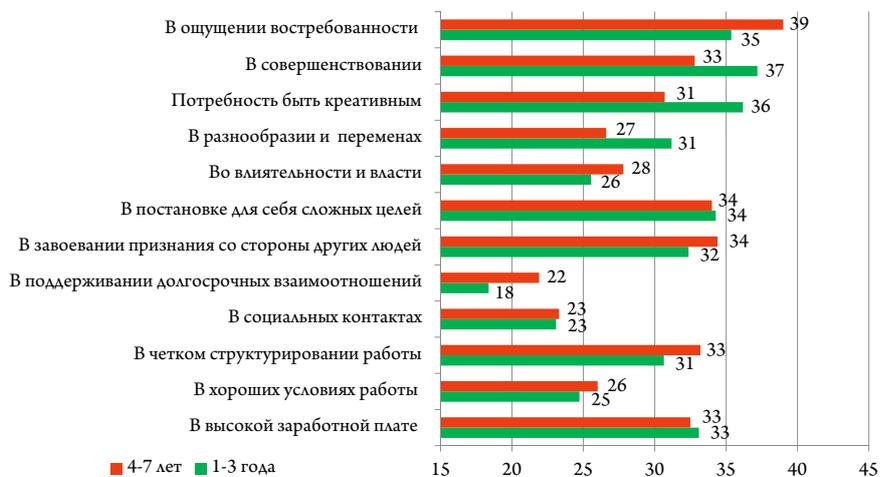


Рис. 3. Средние показатели значимости факторов-потребностей по стажевым группам, сумма баллов по фактору
Fig. 3. Average indicators of the importance of factors-needs by groups of experience, the sum of points by factor



Рис. 4. Средние показатели значимости факторов-потребностей по профессиональным группам, сумма баллов по фактору
Fig. 4. Average indicators of the importance of factors-needs for professional groups, the sum of points by factor

Результаты и обсуждение

Данные о структуре и мотивационных профилях респондентов позволяют сделать некоторые обобщения. Типичный представитель научного подразделения компании – женщина молодого возраста. Основные ожидания от работы касаются возможностей саморазвития, креативности и общественной полезности труда – это ценится даже в большей степени, чем материальные блага. Мотивационные факторы незначительно варьируются в зависимости от стажа, возраста и статуса сотрудников.

С учетом результатов исследования имеет смысл предложить некоторые краткосрочные и долгосрочные методы мотивации научного персонала компании. Отличительной чертой краткосрочной мотивации является то, что она влияет на поведение работника в ближайшем будущем и, чаще всего, основана на материальных стимулах оперативного действия. Долгосрочная мотивация действует намного обширнее и воздействует на жизненные ориентиры, ценности и цели работника.

Меры по формированию «длинной» мотивации:

– *Эффективное рабочее место.* Такое место должно стимулировать ученого к творческой активности, обеспечивая его всеми необходимыми для трудового процесса ресурсами, а также освобождать от монотонной вспомогательной работы. Стоит обеспечивать рабочее место не только основными рабочими инструментами (компьютерами, микроскопами и т.д.), но и вспомогательной техникой (кондиционерами, средствами связи, комфортной офисной мебелью). Также существуют некоторые рекомендации по освещению, кондиционированию и уровню шума на рабочем месте научного сотрудника. Площади, отведенные под рабочие места, должны обеспечивать необходимую комфортность труда, выраженную в следующих условиях:

- площадь должна составлять не менее 5 кв. м. при высоте помещения не менее 3,2. кв. м.;
- при объеме помещения менее 20 куб. м. на одного работника должна быть предусмотрена принудительная вентиляция;
- уровень шума не должен превышать 85 дБ, но благоприятным для творческой деятельности считается уровень шума не более 50 дБ;
- уровень освещения на рабочем столе лампами дневного света должен быть равен 750–800 л, включая 500 л от местного источника света⁷.

– *Особые режимы труда.* Состав работников научных организаций неоднороден, т.к. наряду с научными сотрудниками в технологических компаниях работают инженеры, а также техники и лаборанты. В силу этого режим труда не может быть универсальным

для всех категорий работников подразделения и даже для специалистов одной категории. Поэтому новые типы рабочих графиков можно рассматривать как неденежные методы стимулирования труда. В качестве подходящих типов рабочего графика обычно называют гибкий график или сжатую рабочую неделю [12].

– *Ротация работ.* Если научный персонал будет уделять небольшую часть времени другим занятиям – управлению, преподаванию, работе в производственных подразделениях, то их труд будет более производительным. За счет этого не только расширятся кругозор и круг общения, создадутся дополнительные мотивы для творческой работы, но и появляются предпосылки для вовлечения в решение организационных и коммерческих проблем компании.

– *Планирование карьеры.* Особую важность для работников научной сферы имеют сочетание служебной и научной карьеры, определяющие возможность самомотивации, самовыражения и, как правило, влияющие на качество трудовой жизни. Среди качественных показателей можно выделить:

- планирование профессиональной карьеры;
- поощрение повышения уровня образования;
- продвижение по заслугам;
- всесторонняя, объективная аттестация;
- ротация персонала.

Особую роль при этом играют обучение и образование. Образовательный процесс сам по себе стимулирует к творчеству, поиску новых оригинальных решений. Без постоянного повышения квалификации работников научно-технических подразделений компании невозможно успешно конкурировать в создании новых технологий.

– *Работа целевых групп.* Объединение работников в целевые группы позволяет решать задачи, связанные с максимальным использованием творческого потенциала, вовлечением сотрудников в управленческие процессы, повышением их ответственности в целом. Выход за рамки отделов и узких тематик работ является фактором повышения эффективности исследований и способствует развитию креативности, обширности мышления (при этом приветствуются смешанные по статусу и направленности группы).

– *Развитие внутрифирменных коммуникаций.* Создание благоприятных условий для общения сотрудников, развития хорошего психологического климата.

Меры по формированию «краткосрочной» мотивации:

– *Smart-целеполагание.* Данный инструмент является важной частью взаимосвязи работника и работодателя, так как непроработанные цели приводят

⁷ Об утверждении СанПиН 2.2.4.3359-16 «Санитарно-эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах». Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 21.06.2016 № 81 // Кодекс. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/420362948> (дата обращения: 19.03.2021).

к достижению непредвиденных и даже искаженных результатов, что существенно демотивирует сотрудников.

— *Материальное стимулирование.* С целью повышения мотивации участников научно-инновационного процесса необходимо разрабатывать и применять новые подходы к материальному стимулированию. Одним из таких подходов является система грейдов, которая позволяет поддерживать конкуренцию и активность среди персонала. Грейдовая система, обеспечивающая возможность установления нескольких уровней зарплаты для работников одной и той же специальности или должности, делает систему стимулирования более гибкой, а также решает проблему избыточного количества должностных позиций на крупных предприятиях [13]. Организация оплаты труда по системе грейдов учитывает большое количество факторов, определяющих качество труда, и позволяет сотрудникам строить свою карьеру в пределах своего уровня в организации. Таким образом, работник может получать более высокую зарплату, не поднимаясь при этом в должности. Система грейдов помогает мотивировать сотрудников к работе, к повышению квалификации, а также имеет еще ряд преимуществ:

- помогает управлять фондом оплаты труда и делает систему начисления зарплат гибкой;
- регулирует дисбаланс зарплаты на предприятии: автоматически повышается базовый оклад тех, кто играет важную роль для предприятия;
- является удобным инструментом для определения размера базового оклада новой должности;
- позволяет сравнить уровни выплат своей компании с выплатами других в одном сегменте рынка;
- позволяет соотносить среднюю заработную плату любой должности в своей компании со среднерыночными⁸.

В то же время при настройке и калибровке системы стимулирования следует избегать увлечения количественным подходом к оценке результатов деятельности персонала. Проблема заключается в том, что только те задачи, которые измеримы и вознаграждаемы, становятся центром внимания, в ущерб другим важным задачам и целям. Вследствие этого меняется характер трудовой деятельности, работники начинают манипулировать показателями результативности разными способами для получения высокой оплаты труда, что в итоге вредит организации. Сотрудники при данной системе оплаты труда подгоняют показатели или берутся только за те задания, которые улучшают показатели результативности. Начиная действовать принцип, сформулированный Ч. А. Э. Гудхартом: «когда социальный или экономический показатель

становится целью для проведения социальной или экономической политики, он перестает быть достойным доверия» («any observed statistical regularity will tend to collapse once pressure is placed upon it for control purposes») [14]. Попытки заставить людей перестроить работу так, чтобы она соответствовала заданным количественным целям (в науке это наукометрические показатели), не позволяют развиваться инновациям и творчеству, приводят к доминированию краткосрочных целей над долгосрочными, что входит в противоречие с характером научного труда.

Результатом применения количественных показателей может стать чрезмерное регулирование и усложнение системы стимулирования. Сотрудники, демотивированные количеством КРП-показателей и недостижимостью некоторых из них, могут перестать понимать, как могут повлиять на уровень своего заработка. Параллельно к этому в подобных системах мотивации на сотрудников накладывается совокупность процедур отчетности, которые поглощают время и почти не оставляют возможности заниматься реальными делами. Постоянные запросы отчетов и стандартизированных данных неизбежно снижают самостоятельность стоящих на более низких ступенях организационной иерархии, снижают значимость профессионального суждения и возможность нестандартного решения ситуации [15].

Заключение

По итогу исследования было выявлено, что наибольшее мотивационное воздействие для большинства ученых-исследователей имеет внутренняя мотивация на основе внутренних стандартов и ценностей. Таким образом, именно вера исследователей в ценность работы, которую они делают, и высокие академические стандарты, в сочетании с ценностями, которых они придерживаются как члены научного сообщества, являются основными факторами высокой мотивации. Одним из малозначимых мотиваторов в профиле ученого-исследователя является инструментальная мотивация, что подтверждается британским исследованием [16].

Проанализировав выводы, сделанные на основе нашего опроса и опыта зарубежных исследователей, можно понять, что комплекс мер по повышению мотивации ученых должен строиться с учетом следующих условий:

- не следует заострять внимание на материальном стимулировании. Лучше устранять негативные факторы и развивать мотиваторы;
- менеджмент должен проявлять инициативу в предоставлении конструктивной обратной связи;
- следует учитывать желание ученых занимать руководящие посты, а не исходить только из их научных достижений и опыта;

⁸ Слипачук С. Система грейдов: методика определения должностных окладов // HR-Portal. 19.09.2007. Режим доступа: <https://hr-portal.ru/article/sistema-greydiv-metodika-opredeleniya-dolznochnyh-okladov> (дата обращения: 29.03.2021).

- необходимо создавать открытую для познания среду, в которой научные сотрудники смогут узнавать последние тенденции, общаться с научным сообществом и пробовать себя в смежных направлениях.
- Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Литература

1. Самарина Ю. С., Шкварова А. С. Труд научных работников: применимо ли нормирование? // Наука. Инновации. Образование. 2017. Т. 12. № 3. С. 61–75.
2. Jindal-Snape D., Snape J. B. Motivation of scientists in a government research institute: scientists' perceptions and the role of management // *Management Decision*. 2006. Vol. 44. No. 10. P. 1325–1343. DOI: 10.1108/00251740610715678
3. Комков Н. И. Роль инноваций и технологий в развитии экономики и общества // *Проблемы прогнозирования*. 2003. № 3. С. 24–43.
4. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность / пер. с англ. Т. А. Гудковой; науч. ред., пер. Д. А. Леонтьев, Б. М. Величковский. 2-е изд. СПб.: Питер; М.: Смысл, 2003. 859 с.
5. Пельц Д., Эндарюс Ф. Ученые в организациях: об оптимальных условиях для исследований и разработок / пер. с англ. Р. Е. Мельцера, под общ. ред. Д. М. Гвишиани, С. Р. Миклулинского, М. Г. Ярошевского. М.: Прогресс, 1973. 471 с.
6. Dohmen T. J., Falk A. Performance pay and multidimensional sorting: productivity, preferences, and gender // *American Economic Review*. 2011. Vol. 101. No. 2. P. 556–590. DOI: 10.1257/aer.101.2.556
7. Васильева Е. В. Мотивация научной деятельности ученых Дальнего Востока в условиях вторичной институционализации отечественной науки // *Социология науки и технологий*. 2011. Т. 2. № 1. С. 25–46.
8. Зубова А. Г. Профессиональная деятельность российских ученых: ценности и мотивации // *Вестник РАН*. 1998. Т. 68. № 9. С. 775–789.
9. Огородова Т. В., Медведева Ю. С. Мотивационные структуры субъектов научной деятельности // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2013. № 26. С. 77–80.
10. Дмитриева О. М. Проблемы усиления мотивации труда научно-технических работников нефтяной компании // *Качество. Инновации. Образование*. 2008. № 7. С. 47–51.
11. Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией: 12 факторов мотивации / пер. с англ. Е. Э. Лалаян; под ред. Е. А. Климова. М.: ЮНИТИ-Дана. 2015. 399 с.
12. Изгалиева К. С., Кохно П. А. Управление НИОКР в интересах достижения цели инвестиционного проекта // *Научный вестник оборонно-промышленного комплекса России*. 2017. № 1. С. 80–93. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-niokr-v-interesah-dostizheniya-tseli-investitsionnogo-proekta> (дата обращения: 21.03.2021).
13. Потапов Я. О. Грейдинг как эффективный инструмент управления карьерой сотрудников в ТНК // *Всероссийский журнал научных публикаций*. 2012. № 2. С. 32–33.
14. Goodhart C. A. E. Problems of monetary management: the UK experience // *Papers in monetary economics*. Sydney: Reserve Bank of Australia. 1975. Vol. 1. P. 1–20.
15. Мюллер Дж. З. Тирания показателей: как одержимость цифрами угрожает образованию, здравоохранению, бизнесу и власти. М.: Альпина Паблишер. 2019. 265 с.
16. Ryan J.C. The work motivation of research scientists and its effect on research performance // *R&D Management*. 2014. Vol. 44. Iss. 4. P. 355–369. DOI: 10.1111/radm.12063.

original article

Management of Labor Motivation of Research Personnel

Vadim K. Lazutkin

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo; vadimbistro@mail.ru

Received 12 May 2021. Accepted 11 Jun 2021.

Abstract: The specifics of research and academic profession presuppose special approaches to personnel management and motivation. The selection of adequate motivational tools is often done by trial and error. The paper attempts to substantiate short-term and long-term methods of motivating scientific personnel. The experiment featured the case of a Russian biotechnological company, whose personnel underwent S. Ritchie and P. Martin's Motivational Profile Test. The dominant factors of job satisfaction included self-development opportunities, recognition, ambitious goals, creative tasks, etc. The authors developed some ways for the further development of methods for motivating research personnel.

Keywords: motivation, human resource, research staff, motivational factor, material motivation, intangible motivation, employer attractiveness

Citation: Lazutkin V. K. Management of Labor Motivation of Research Personnel. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 229–237. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-229-237>

Conflicting interests: The author declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Samarina Yu. S., Shkvarova A. S. Researchers' work: are work measurement techniques applicable? *Science. Innovation. Education*, 2017, 12(3): 61–75. (In Russ.)
2. Jindal-Snape D., Snape J. B. Motivation of scientists in a government research institute: scientists' perceptions and the role of management. *Management Decision*, 2006, 44(10): 1325–1343. DOI: 10.1108/00251740610715678
3. Komkov N. I. The role of innovations and technologies in the development of the economy and society. *Problemy prognozirovaniia*, 2003, (3): 24–43. (In Russ.)
4. Heckhausen H. *Motivation und Handeln*, tr. Gudkova T. A., eds. Leontev D. A., Velichkovskii B. M., 2nd ed. St. Petersburg: Piter; Moscow: Smysl, 2003, 859. (In Russ.)
5. Pelz D. C., Andrews F. M. *Scientists in Organizations: Productive Climates for Research and Development*, tr. Maltser R. E., eds. Gvishiani D. M., Mikulinskii S. R., Iaroshevskii M. G. Moscow: Progress, 1973, 471. (In Russ.)
6. Dohmen T. J., Falk A. Performance pay and multidimensional sorting: productivity, preferences, and gender. *American Economic Review*, 2011, 101(2): 556–590. DOI: 10.1257/aer.101.2.556
7. Vasilyeva E. V. Far eastern scientific motivation for research work under reinstitutionalization of national science. *Sotsiologiya nauki i tekhnologii*, 2011, 2 (1): 25–46. (In Russ.)
8. Zubova L. G. Professional activity of Russian scientists: values and motivations. *Vestnik RAN*. 1998. T. 68. No. 9. 775–789. (In Russ.)
9. Ogorodova T. V., Medvedeva Yu. S. Motivational structures of scientific activity subjects. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2013, (26): 77–80. (In Russ.)
10. Dmitrieva O. M. Problems of strengthening of motivation of work of scientific and technical workers of the oil company. *Quality. Innovations. Education*, 2008, (7): 47–51. (In Russ.)
11. Ritchie Sh., Martin P. *Motivation management*, tr. Lalaian E. E.; ed. Klimova E. A. Moscow: INITI-Dana, 2015, 399. (In Russ.)
12. Izgalieva K. S., Kokhno P. A. Management of the cost of scientific researches and development in the conditions of motivation. *Nauchnyi vestnik oboronno-promyshlennogo kompleksa Rossii*, 2017, (1): 80–93. (In Russ.)
13. Potapov Ia. O. Grading as an effective tool for managing the career of employees. *Vserossiiskii zhurnal nauchnykh publikatsii*, 2012, (2): 32–33. (In Russ.)
14. Goodhart C. A. E. Problems of monetary management: the UK experience. *Papers in monetary economics*. Sydney: Reserve Bank of Australia, 1975, 1: 1–20.
15. Muller J. Z. *The Tyranny of Metrics*. Moscow: Alpina Publisher, 2019, 265. (In Russ.)
16. Ryan J. C. The work motivation of research scientists and its effect on research performance. *R&D Management*, 2014, 44(4): 355–369. DOI: 10.1111/radm.12063

оригинальная статья

УДК 332

Векторы социально-экономического развития региона в условиях цифровой трансформации

Жанна Сергеевна Новикова

Альметьевский филиал Университета управления «ТИСБИ», Россия, г. Альметьевск; <https://orcid.org/0000-0001-7051-8268>

Альбина Раисовна Назмутдинова

Казанский колледж строительства, архитектуры и городского хозяйства, Россия, г. Казань; <https://orcid.org/0000-0002-9007-0189>

Надежда Леонидовна Стеняшина

Альметьевский филиал Университета управления «ТИСБИ», Россия, г. Альметьевск; <https://orcid.org/0000-0003-0764-4063>; nadingod13@mail.ru

Поступила в редакцию 06.06.2021. Принята в печать 06.07.2021.

Аннотация: Статья представляет собой обзор социально-экономического состояния Республики Татарстан в рамках решения задач развития цифровой экономики. Рассмотрены такие направления, как республиканские госуслуги, создание инфраструктуры, условия жизни населения, городская среда, предприятия и цифровое правительство, сфера медицины, сфера образования, формирование исследовательских компетенций и ИТ-инфраструктуры, кибербезопасность. Определены положительные тенденции развития цифровизации республики Татарстан, проанализированы проблемы, влияющие на темпы ее дальнейшего развития, представлены мероприятия по повышению ее эффективности. Одним из способов решения сформированности единой цифровой экосистемы государственного управления на сегодняшний день является создание Центра цифровой трансформации, запускающего новые цифровые платформы для жителей, упрощающие их взаимодействие с государством. Устойчивый рост региональной экономики не может быть обеспечен без государственной поддержки для создания и развития новых предприятий, поддержания стартапов, развития рынка персонализированного производства, мобилизации знаний через обмен, создания новых рабочих мест в высокотехнологических отраслях, подготовки преподавателей, владеющих цифровыми технологиями. На основе таких цифровых инструментов, как большие данные, сквозные информационные технологии, нейронные сети, робототехника, «Интернет вещей», искусственный интеллект, 3D-моделирование, виртуальная реальность, облачные вычисления возможно решить задачи обеспечения качественного инновационного экономического роста региона.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровая технология, цифровой помощник, Иннополис, ИТ-индустрия, Татарстан

Цитирование: Новикова Ж. С., Стеняшина Н. Л., Назмутдинова А. Р. Векторы социально-экономического развития региона в условиях цифровой трансформации // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 238–247. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-238-247>

Введение

Сегодня преобразующее влияние цифровизации сказывается практически на всех сферах жизни общества, особенно в последнее время в связи с глобализацией мировой экономики, обострением конкурентной борьбы на внутреннем и внешнем рынках за информационные ресурсы. Активное развитие социально-экономической сферы на базе цифровых технологий приводит к возникновению нового этапа эволюции территориальных социально-экономических систем – цифровой экономике. Цифровая экономика обеспечивает преобразование социально-экономической информации экономики в цифровые модельные формы для осуществления электронного управления процессом

воспроизводства [1]. Выступая в качестве нового вида хозяйственной деятельности, цифровая экономика осуществляет работу с большим объемом данных, что позволяет существенно повысить эффективность различных видов производства, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг¹.

В стране государственными органами созданы документы, призванные определить направления цифровизации общества: программа «Цифровая экономика Российской Федерации», Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих информационных ресурсов,

¹ Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р // Кодекс. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/436754837> (дата обращения: 24.03.2021).

Концепция развития связи, Доктрина информационной безопасности [2]. Основными задачами программы развития цифровой экономики страны являются создание эффективных условий для развития предпринимательства, повышение качества и изменение услуг социального характера, формирование новой структуры экономических активов, создание подходов к организации производственных отраслей и отраслей торговли, обеспечение безопасности и суверенитета [3]. Основу цифровой экономики составляют цифровые инфраструктуры, цифровые инструменты, цифровая грамотность и компетенции бизнеса [4].

Однако Россия по доле пользователей Интернетом среди взрослого населения, проникновению сотовой связи и другим показателям информационной инфраструктуры значительно отстает от стран – лидеров цифровизации. На начальном этапе находится использование цифровых технологий в ключевых сферах деятельности: реализация концепции электронного правительства, развитие электронного бизнеса, использование цифровых технологий в здравоохранении и образовании². Создание эффективной инновационной среды становится приоритетным направлением цифрового развития России. Кроме того, программой запланировано, что к 2024 г. доступ в Интернет будут иметь до 97 % российских домохозяйств, города-миллионники будут покрыты мобильными сетями связи 5G [5].

Создание и развитие эффективной инфраструктуры предполагает активное использование средств телекоммуникации, информационных технологий, использование беспилотных транспортных средств, телемедицины, робототехники в промышленности, полноценное дистанционное обучение. С широкомасштабным использованием таких цифровых технологий, как поддержка множественных форматов устройств, искусственный интеллект, облачные технологии связаны надежды на экономический рост и решение социальных проблем [6]. Цель исследования заключается в определении векторов социально-экономического развития республики Татарстан в условиях цифровой трансформации.

Методы и материалы

Включали сбор, анализ, и систематизацию информации, основанную на научных работах и прикладных результатах трудов отечественных ученых по вопросам цифровой трансформации. Перспективы развития российской медиаиндустрии в условиях цифровой среды рассматривает Е. А. Вартанова с коллегами [7]. Заслуживают внимания работы О. Б. Акимовой и М. Д. Щербина [8], Г. М. Баеновой [9], Т. В. Никулиной и Е. Б. Стариченко о цифровизации содержания образования [10]. В научных трудах В. В. Евсюкова и А. И. Пышного, Т. В. Фомичёвой

и В. И. Катаевой рассматриваются приоритетные направления развития информационного общества в РФ и особенности цифровой трансформации экономики [11; 12]. Проанализированы работы П. А. Еремеевой, Н. В. Чебышевой, касающиеся исследования вопросов развития и использования современных технологий в сфере здравоохранения [13; 14]. В исследовании применялись общенаучные методы: анализ литературы по теме исследования, изучение и обобщение сведений. Источниковую базу также составила информация Правительства РФ и его структур, открытые онлайн-источники, цифровые инструменты и сервисы. Применение указанных методов и материалов позволило рассмотреть и проанализировать направления социально-экономического развития региона в условиях цифровой трансформации.

Развитие цифровой экономики и общества в Республике Татарстан

Региональные проекты в сфере цифровой экономики реализуются в рамках национальной программы «Цифровая экономика» по следующим направлениям: нормативная база цифровой экономики, Государственное управление, информационная инфраструктура и информационная безопасность, «умный город», цифровая промышленность и торговля, цифровое строительство и коммунальное хозяйство, цифровое геопространство, кибербезопасность, цифровое здравоохранение, непрерывное образование и кадры [15, с. 39–57].

Основные цели направлений:

- *Нормативная база цифровой экономики* – создание и формирование законодательного регулирования отношений, формирование и внедрение правовых режимов, процедур и процессов, внедрение механизмов быстрого принятия национальных стандартов.
- *Государственное управление* – улучшение, повышение качества и эффективности предоставления государственных, муниципальных и социально значимых услуг в электронном виде.
- *Информационная инфраструктура* – развитие и совершенствование работы центров обработки данных, предоставление качественных, доступных и безопасных сервисов, развитие цифрового телевидения высокой четкости.
- *Умный город* – улучшение качества экологической среды города, вовлеченность населения в процессы управления, внедрение интеллектуальных систем общественной безопасности.
- *Цифровая промышленность и торговля* – создание благоприятных условий для использования инновационных разработок, продуктов, технологий и сервисов, роботизацию, выход на межрегиональные и международные рынки.

² Индикаторы цифровой экономики: 2019: статистический сборник / ред. Л. М. Гохберг, Я. И. Кузьминов, М. А. Сабельникова. М.: НИУ ВШЭ, 2019. 248 с.

- *Цифровое строительство и коммунальное хозяйство* – обеспечение качества моделирования, проектирования и строительства с использованием цифровых решений.
- *Цифровое геопространство* – создание единого координатного пространства и приемлемых условий для использования беспилотных авиационных и космических систем во всех отраслях экономики.
- *Кибербезопасность* – обеспечение единства, устойчивости и безопасности информационно-телекоммуникационной и промышленной инфраструктуры.
- *Цифровое здравоохранение* – развитие телемедицины, повышение качества и доступности медицинской помощи, совершенствование технологий обработки больших данных и аналитики для принятия достоверных врачебных решений.
- *Непрерывное образование и кадры* – доступ обучающимся к интерактивному образовательному контенту в режиме реального времени, а также вовлечение их в процесс обучения на основе технологий виртуальной реальности, геймификации и т. д. [16].

Татарстан в цифровом развитии – один из регионов-новаторов, который обладает большими возможностями для успешной реализации направлений развития цифровой трансформации, находится на втором месте в рейтинге инновационных регионов России (2019 г.) и на втором месте в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации, формируемом Агентством стратегических инициатив (2020 г.)³.

Новые продукты, модернизированные бизнес-модели, сервисы и услуги, информационные технологии, цифровые платформы являются основной движущей силой цифровой трансформации в регионе. По данным проведенного исследования сотрудниками Центра аналитических исследований и разработок уровень покрытия сотовой связи в Республике Татарстан составляет 99,8 %. На сегодняшний день 9 тыс. социально значимых организаций республики имеют интегрированную систему телекоммуникаций и единую сеть передачи данных. Домашним Интернетом ежедневно пользуются 77,4 % жителей. Более 87 % татарстанцев имеют мобильный телефон, что позволяет им взаимодействовать с органами власти и социальными службами в электронном виде. Они могут оплачивать коммунальные и прочие услуги, получать необходимую информацию, совершать интернет-покупки⁴.

В Татарстане создан Центр цифровой трансформации (ЦЦТ) – проектно-продуктовый офис, отвечающий за создание единой цифровой экосистемы государственного управления. Команда ЦЦТ запустила новые

цифровые платформы для жителей, упрощающие их взаимодействие с государством. Например, в Балтасинском районе республики начал свою работу сервис «Мои субсидии». В данной платформе фермер сможет узнать о положенных ему субсидиях и онлайн оформить их получение. Жителям и представителям бизнеса помогает быстро, удобно и комплексно решить жизненную ситуацию цифровая платформа «Я строю».

Цифровая платформа «Локло» ориентирована на жителей в многоквартирных домах, управляющих компаний и локальный малый бизнес, которые смогут сообща решать важные общедомовые вопросы, в том числе касающиеся проведения электронного голосования жильцов дома, размещения электронных досок объявлений. Уникальность платформы в том, что житель может видеть только настоящих соседей своего многоквартирного дома. В рамках проекта «Цифровая экономика» продолжается подключение новых библиотек и домов культуры к системе Национальная электронная библиотека, которая показала свою востребованность в условиях самоизоляции. Разработан и протестирован цифровой помощник «Я – школьник», который работает на русском и татарском языках.

В рамках системного проекта «Онлайн правосудие» татарстанцы могут онлайн записаться во все районные (городские) суды республики. Суды общей юрисдикции рассматривают дела с помощью системы «Онлайн правосудие» с использованием республиканской видеоконференц-связи, которая позволяет участникам процесса принимать участие в гражданских и административных делах из дома или офиса. Через федеральную единую систему идентификации и аутентификации происходит распознавание личности участника. В Татарстане впервые открыли онлайн-запись на бракосочетание.

Ак Барс Банк создал новое приложение «Забота». Сегодня можно оформить в смартфоне 8 мер поддержки, в частности во время пандемии были запущены первые в России цифровые пропуска, которые позволили организовывать выход людей из дома.

Важную роль играют цифровые технологии и в вопросах безопасности. Общественный порядок в городах Татарстана контролируют видеокamеры, благодаря которым в республике удалось раскрыть более 1800 преступлений.

Вопросы обеспечения безопасности дорожного движения контролирует цифровая система «ГЛОНАСС+112», к которой подключены более 10 тыс. транспортных средств. Благодаря ей, количество скоростных нарушений автомобилей, перевозящих детей, уменьшилось на 41 %. Развитие «умных городов» предполагает запуск беспилотного общественного транспорта в 25 российских городах и личных беспилотных автомобилей – в 10 городах.

³ Индекс «Цифровая Россия» // Сколково. Режим доступа: https://finance.skolkovo.ru/downloads/documents/FinChair/Research_Reports/SKOLKOVO_Digital_Russia_Application01_2019-04_ru.pdf (дата обращения: 18.04.2021).

⁴ Цифровая экономика: 2020: краткий статистический сборник / ред. Л.М. Гохберг, Е. Ю. Кисляков, Я. И. Кузьминов, М. А. Сабельникова. М.: НИУ ВШЭ, 2020. 112 с.

Продолжается совершенствование деятельности МФЦ. Для удобства жителей модернизированы экранные формы и факты приема, что позволило сократить время обслуживания в несколько раз⁵.

В сфере предпринимательства государство является организатором и создателем экосистемы, способной внедрять в производство инновации. Государство становится более открытым и прозрачным [17]. Цифровые преобразования, таким образом, – это приоритетное направление бизнеса. Предприниматели считают, что трансформация их компаний на цифровой уклад дает возможность реализации новых бизнес-моделей, помогает найти новые источники доходов и переосмыслить подход к аналитике данных [18]. Развитие e-commerce – это не только возможность развития предпринимательства, но и экспорта татарстанских товаров. Наряду с такими игроками рынка, как Ozon, Wildberries, Яндекс.Маркет, М.Видео, Детский мир набирает обороты компания KazanExpress, которая создана в Татарстане три года назад.

Государства многих стран в условиях пандемии используют цифровые технологии для контроля за перемещением инфицированных и всех контактных лиц, а также для более точной постановки диагноза. Специалисты в области цифровых технологий разработали приложения, которые собирают данные из государственных источников о диагностированных пациентах Covid-19 (дата, диагноз, национальность, возраст, предыдущие местоположения), и пользователь предупреждается о нахождении зараженного в радиусе 100 м. [19].

В Татарстане в сфере здравоохранения также создаются цифровые решения, направленные на «борьбу» с пандемией, виртуальные сети становятся главным инструментом коммуникации [20]. Совместно с Минздравом для жителей республики реализована возможность онлайн-записи на вакцинацию от коронавируса. Консультирует татарстанцев голосовой помощник Лилия. Создана и совершенствуется цифровая платформа автоматической диагностики патологий по медицинским изображениям. В нескольких медицинских организациях Республики Татарстан внедрена система распознавания патологии грудной клетки с использованием технологии искусственного интеллекта. Новая модель системы здравоохранения в дальнейшем будет базироваться на превентивной медицине и персонализированном подходе⁶. Цифровые технологии, применяемые в медицине, позволяют собирать и анализировать большие

объемы данных, в том числе дистанционно [14]. Эффективность использования человеческих, материальных и информационных ресурсов при оказании медицинских услуг должна вырасти на 30 % к 2025 г.⁷. Пандемия подхлестнула развитие цифровых услуг, и рынок электронной коммерции стал расти еще стремительнее. В целях профилактики инфекционных заболеваний, снижения скорости и масштабов их распространения большое количество сервисов от доставки еды и лекарств до получения любых государственных услуг ушло в онлайн и безналичный расчет. В частности, было выявлено, что большинство жителей республики (44,2 %) взаимодействуют с органами государственной и муниципальной власти или социальными службами при оплате услуг и задолженностей, более трети (36,3 %) – для подачи документов или заявлений онлайн, менее трети (31,4 %) – с целью получения информации (о времени работы, контактной информации). Возросло значение дистанционного обучения и работы на «удаленке»⁸.

Иннополис – наукоград, ориентированный на создание и реализацию высоких технологий

В 2010 г. была изложена концепция постройки центра информационных и цифровых технологий с рабочим названием «IT-деревня». Сегодня в республике появился центр Иннополис – научный город новой величины. Это жилой комплекс современных зданий и сооружений со спортивными площадками, зонами отдыха, автомобильными дорогами, образовательной инфраструктурой, промышленным технопарком, IT-парком, университетом «Иннополис», в котором созданы комфортные условия для работающих и проживающих в городе граждан. Наукоград привлекает и притягивает студентов, молодых и перспективных ученых, руководителей цифрового бизнеса и всех, кто занят в IT-индустрии и хочет ее развивать. IT-парк – это центр биометрических технологий, мехатроники, робототехники и промышленных роботов с совершенным интеллектом. В Иннополисе разработана первая российская мобильная операционная система «Аврора» с высокой степенью защиты данных, что позволяет использовать ее в государственных учреждениях. Компания «Новые облачные технологии» спроектировала офисное программное обеспечение для корпоративных коммуникаций и работы с документами. Иннополис развивает деловое сотрудничество с московским высокотехнологичным центром «Сколково».

⁵ Цифровая экономика и Электронный Татарстан // Tadviser. 05.02.2018. Режим доступа: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Цифровая_экономика_и_Электронный_Татарстан (дата обращения: 24.03.2021).

⁶ «Деревянный» юбилей «цифрового города»: что сделано в Иннополисе за пять лет // Рамблер. 09.06.2020. Режим доступа: https://finance.rambler.ru/other/44317578/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 24.03.2021).

⁷ Цифровой Татарстан. Digital Tatarstan. Режим доступа: <https://kgeu.ru/Document/GetDocument/28e1b6e6-7b69-49cf-9803-4fb13bd89615> (дата обращения: 24.03.2021).

⁸ Все приоритетные госуслуги переведены в электронный вид только в 10 регионах – исследование // D-Russia.ru. 04.06.2019. Режим доступа: <http://d-russia.ru/vse-prioritetnye-gosuslugi-perevedeny-v-elektronnyj-vid-tolko-v-10-regionah-issledovanie.html> (дата обращения: 24.03.2021).

На территории наукограда расположен Университет Иннополис, специализирующийся на образовании и научных исследованиях в области информационных технологий и робототехники. Вуз функционирует по уникальной для России модели, сочетающей образование, науку и бизнес. Сегодня там работает 81 научно-педагогический сотрудник, учатся 602 студента из 28 стран. С 2018 г. Университет выиграл 13 грантов на реализацию различных научных проектов и исследований. Специалисты Института искусственного интеллекта работают над сервисами по геотехническому моделированию и внутритрубной диагностике для ПАО «Газпром», проектами с использованием искусственного интеллекта для ГК «Росатом» и ПАО «Аэрофлот», алгоритмами для распознавания объектов по данным космо- и аэросъемки для лесного и сельского хозяйств.

В феврале 2021 г. на платформе «Иннополиса» стартовал новый проект «Цифровизация страны», обеспечивающий развитие цифровой экономики (в частности, он содержит информацию об использовании технологий блокчейн и «Интернет вещей»). Одной из новаций блока должно стать создание электронной базы образовательных и трудовых достижений татарстанцев. Школьников будет обучать основам ИТ, а студенты смогут в качестве дипломной работы сдавать стартапы.

В стенах Университета Иннополиса создан единый учебный методологический центр по цифровизации экономики РФ. Его работа направлена на такие основные ветки развития, как бакалавриат, магистратура, аспирантура – традиционная система высшего образования, но с уклоном на дополнительное образование для постоянного повышения квалификации ИТ-специалистов. И самое важное – это подготовка и переподготовка профессорско-преподавательского состава вузов страны.

На базе опорного образовательного центра идет обучение по двум направлениям цифровой экономики: роль методиста и роль преподавателя. Методисты актуализируют образовательные программы, куда включают цифровые компоненты, а преподаватели адаптируют свои дисциплины так, чтобы студенты получали знания в области информационных, цифровых и сквозных технологий. При разработке программ привлекаются представители индустрии, которые задают направление обучения, чтобы полученные компетенции оказались максимально востребованными в реальном секторе экономики. Преподавателей обучают по программе повышения квалификации «Цифровые технологии в преподавании профильных дисциплин». Новые знания и навыки уже получают 700 человек. Это преподаватели и методисты 45 вузов и ссузов не только из Татарстана, но и со всех федеральных округов России. Целью обучения в режиме онлайн

является развитие педагогических, технологических и цифровых навыков при обучении студентов и школьников. По оценкам Университета «Иннополис», подготовленные преподаватели и методисты смогут обучить цифровым компетенциям 10 тысяч студентов широких предметных областей⁹.

Цифровая экономика требует от системы образования комплексного подхода с новыми целями, структурой и содержанием образовательного процесса. Для обучающихся разрабатываются различные приложения, облачные сервисы, которые они могут использовать для обмена ресурсами и хранения файлов с выполненными заданиями. Цифровые приложения позволяют создавать собственные карточки для запоминания информации, использовать тексты, аудио и видео, делать быстрые наброски, сохранять материал и переносить его на компьютер или отправить по электронной почте [9]. Преподаватель становится проводником в огромном поле цифровой информации, лидером при решении конкретных задач в команде. Передавая свой личный опыт и знания, он учит эффективно, научно, безопасно и интересно исследовать предмет, процесс или явление с использованием всех возможностей цифровой и «не цифровой» среды, призывая студентов к активному участию в учебно-исследовательской деятельности [21].

Развитие цифровой экономики поддерживает интерес к востребованности профессий, связанных с ИТ-технологиями: аналитик данных «Интернета вещей», веб-дизайнер, интернет-маркетолог, копирайтер, юрист цифрового общества, специалисты в области робототехники и нанотехнологий [22]. Цифровизация играет значимую роль в вопросах увеличения числа бюджетных мест на ИТ-специальности. Образовательный Центр Университета «Иннополис» начинает заниматься также подготовкой «айтишников» и специалистов из разных областей: медицины, нефтегазовой промышленности, сельского хозяйства, журналистики, инженерного дела, строительства.

Проблемы и перспективы цифровизации экономики региона с позиции инновационного развития

Поскольку цифровая экономика становится укладом жизни и цифровые сервисы пронизывают всю промышленность, отметим основные направления государственной поддержки цифровой отрасли:

- новый налоговый режим;
- стимулирование спроса;
- поддержка внедрения инноваций;
- помощь стартапам;
- развитие государственно-частного партнерства;
- расширение кадровой базы отрасли [23].

⁹ Университет Иннополис обучает цифровым компетенциям 4 899 преподавателей и методистов из 62 регионов России // Министерство цифрового развития государственного управления, информационных технологий и связи Республики Татарстан. 15.04.2021. Режим доступа: <https://digital.tatarstan.ru/index.htm/news/1965051.htm> (дата обращения: 24.03.2021).

Цифровая экономика, как любая новая программа, имеет не только блестящие перспективы, но и проблемы. Одна из них – нехватка кадров и недостаточный уровень кадрового обеспечения в IT-сфере для решения задач цифровой трансформации – изложена в докладах и руководящих документах Правительства РФ¹⁰. Другая проблема – недостаточный уровень межведомственного взаимодействия и обмена данными между государственными, муниципальными и общественными организациями, а также хозяйствующими субъектами.

Существуют также проблемы, влияющие на темпы дальнейшего развития цифровой трансформации: сокращение рабочих мест на фоне цифровизации; роботизация многих трудовых процессов¹¹; недостаточный уровень научных исследований и отечественных разработок в IT-сфере, необходимых для решения существующих проблем; наличие избыточного числа слабо интегрированных между собой государственных информационных систем, направленных преимущественно на решение отдельных ведомственных задач.

Оптимизация государственных расходов в IT-сфере затрудняется отсутствием реальных данных о фактических издержках на внедрение и поддержку применяемых решений в системе оказания государственных услуг и исполнения государственных функций. Сдерживает процессы цифровой трансформации в системе государственного управления наличие существенных инфраструктурных, технологических и правовых ограничений.

Остаются нерешенными проблемы неравномерности территориального развития, бюрократизации процесса внедрения цифровых технологий в регионе и отсутствия четко сформулированной законодательной базы в данной сфере. Не менее острая проблема – кибербезопасность. С переходом на «удаленку» личные устройства для обмена корпоративными данными оказались с недостаточным уровнем защиты [24].

С появлением роботизации у сотрудников возникли большие риски потери рабочего места. Автоматизация и роботизация заменяют человека не только на производстве, но и в управленческой деятельности. Более того, сотрудникам придется приобретать соответствующие компетенции, знания и навыки [25].

Для решения вышеперечисленных проблем предлагается следующее:

1. Чтобы обеспечить высокий уровень цифровой грамотности жителей республики, необходимо не только широко пользоваться цифровыми услугами, но и вести конструктивный диалог по разработке и принятию более

комфортных и рациональных механизмов решения в процессе их осуществления. Общественная экспертиза при создании и внедрении цифровых решений должна стать важным элементом обратной связи. Необходимо создать систему обучения жителей, особенно старших возрастных категорий, по использованию цифровых сервисов и услуг, которая должна проходить на образовательных онлайн-платформах, в многофункциональных центрах, клубах, школах, университетах¹².

2. Внутри исполнительного органа государственной власти должен быть создан «Цифровой офис», ответственный за цифровую трансформацию. Руководитель цифровой трансформации организации (Chief Digital Transformation Officer) обязан знать и понимать, каким образом и для чего внедрять цифровые технологии, какие предпринять действия и изменения для успешного продолжения цифровой трансформации. В обязанности ответственного специалиста по работе с данным (Chief Data Officer) входит формирование данных только в цифровом формате, создание системы принятия решений на основе данных. Специалисты с другими необходимыми компетенциями в сфере информационных технологий должны выполнять такие функции, как обработка, структурирование данных, управление проектированием, нахождение из огромного потока данных полезной информации. Сотрудники «цифрового офиса» нацелены на реализацию планов и проектов цифровой трансформации, на оптимизацию и непрерывное совершенствование процессов деятельности учреждения для решения задач цифровой трансформации и оказания государственных услуг.

3. При помощи цифровых медицинских сервисов и технологий модернизировать систему здравоохранения для эффективного лечебного процесса. В медицинских учреждениях организовать цифровые платформы для получения достоверной и оперативной информации по оказанию своевременной и качественной медицинской помощи. Оказание медицинской помощи в дистанционном формате позволит сократить контакты между пациентами и врачами. Посредством телемедицины можно осуществлять наблюдение за хроническими заболеваниями, с помощью цифровых интеллектуальных устройств и медицинских роботов – повысить эффективность клинических исследований, на основе видеоаналитики – осуществлять контроль за повышением качества обслуживания пациентов, следить за здоровьем персонала [13].

4. Цифровая трансформация системы образования должна быть реализована с помощью интерактивных систем, позволяющих одновременно работать с анимированной

¹⁰ Послание Президента Федеральному Собранию // Президент России. 01.12.2016. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/53379> (дата обращения: 02.06.2021).

¹¹ Устюгова Е. Цифровые технологии в российских компаниях // КМРГ. 2019. 40 с. Режим доступа: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2019/01/ru-ru-digital-technologies-in-russian-companies.pdf> (дата обращения: 02.06.2021).

¹² Регионы России. Социально-экономические показатели – 2019 г. // Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: https://gks.ru/bgd/regl/b19_14p/Main.htm (дата обращения: 18.04.2021).

компьютерной графикой, звуком, видеокадрами, статическими текстами и изображениями. В преподавании все больше делается упор на самостоятельную работу студента. Обучающийся осваивает материал без участия преподавателя, выполняющего в новых условиях роль консультанта-тьютора [8].

Благодаря цифровым образовательным ресурсам, обучающим программам, онлайн-курсам, доступным через Интернет, появляется реальная возможность подбирать учебные материалы с учетом индивидуальных особенностей и потребностей. Для этого в образовательных организациях необходимо предоставить широкополосный доступ в Сеть и создать единую базу знаний на республиканском уровне.

Перспектива успешной реализации цифровизации образования видится в разработке и внедрении в образовательный процесс учебных учреждений электронной информационно-образовательной среды, в моделировании методики работы с цифровыми технологиями, в совершенствовании материальной базы, программного и методического обеспечения, в приобретении преподавателями соответствующего опыта, отвечающего новым требованиям и ключевым компетенциям [26].

Специализированная электронная информационно-образовательная среда призвана обеспечивать создание индивидуальной образовательной траектории в целях повышения самостоятельной работы студентов с использованием цифровых технологий [27]. Например, университет управления «ТИСБИ» внедрил программный комплекс «ИСУ ВУЗ» (Интегрированная система управления учебным процессом в вузе), который позволяет использовать современные цифровые платформы для реализации потока знаний, эффективно взаимодействовать в образовательном процессе посредством синхронной и асинхронной коммуникации, автоматизировать контроль знаний студентов, формировать электронный

банк данных учебно-методических материалов, осуществлять контроль исполнительской дисциплины и критерияльных показателей образовательного учреждения, отслеживать «цифровой след» и индивидуальные образовательные траектории обучающихся, выполнять мониторинг качества образования и оценки применения электронного обучения в образовательной организации.

Заключение

Таким образом, за последние годы в регионе достигнуты определенные успехи в развитии цифровых технологий на уровне домашних хозяйств, городской среды, промышленных предприятий, цифрового правительства, в области здравоохранения и образования. С целью развития цифровой экономики в регионе необходима организация обучения цифровым технологиям региональных управленцев, создание всеобщего рейтинга цифрового развития региона и обмен лучшими практиками, координация процесса цифровизации и выравнивание ситуации в регионе. Такие передовые технологические направления, как искусственный интеллект, робототехника, блокчейн, технологии виртуальной и дополненной реальности предоставляют уникальные возможности для решения различных задач. Создание новых структур по развитию цифровизации, собственные научные решения и передовые разработки, сотрудничество по горизонтали и вертикали между отраслями экономики, взаимодействие государства, исследовательских институтов на базе университетов и частных предприятий позволят и дальше развивать цифровую экономику в Татарстане.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

Литература

1. Цирик О. А. Цифровая экономика – новый вектор развития современной экономики // Современная наука: идеи, которые изменят мир: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (Брянск, 22–23 ноября 2018 г.) Брянск, 2018. С. 273–277.
2. Пяткин В. В., Колчин А. И. От информационного общества к цифровой экономике или к экономике знаний? // Вестник современных исследований. 2018. № 7.1. С. 244–246.
3. Гретченко А. А. Сущность цифровой экономики, генезис понятия «цифровая экономика» и предпосылки ее формирования в России // Научно-аналитический журнал Наука и практика Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2018. Т. 10. № 3. С. 23–37.
4. Косолапова М. В., Свободин В. А. Методологические вопросы системно-цифровой экономики – взаимосвязь системной и цифровой экономик // Мягкие измерения и вычисления. 2019. № 6. С. 13–16.
5. Кончакова Д. И., Шавина Е. В. Цифровая экономика – будущее российской экономики? // Актуальные вопросы экономической безопасности: сб. науч. тр. I Всерос. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (Казань, 21 мая 2018 г.) Казань, 2018. С. 35–40.
6. Кочкина Е. В., Газизова О. В. Цифровая экономика – путь ускоренного развития экономики России // Экономическое развитие в XXI веке: тенденции, вызовы и перспективы: сб. науч. тр. VI Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (Казань, 31 мая 2018 г.) Казань, 2018. С. 179–184.
7. Вартанова Е. Л., Вырковский А. В., Макеенко М. И., Смирнов С. С. Индустрия российских медиа: цифровое будущее. М.: МедиаМир, 2017. 160 с.

8. Акимова О. Б., Щербин М. Д. Цифровая трансформация образования: своевременность учебно-познавательной самостоятельности обучающихся // Инновационные проекты и программы в образовании. 2018. № 1. С. 27–34.
9. Баенова Г. М. Цифровые инструменты для повышения эффективности обучения // Информатизация образования и методика электронного обучения: цифровые технологии в образовании: мат-лы IV Междунар. науч. конф. (Красноярск, 6–9 октября 2020 г.) Красноярск, 2020. С. 25–29.
10. Никулина Т. В., Стариченко Е. Б. Информатизация и цифровизация образования: понятия, технологии, управление // Педагогическое образование в России. 2018. № 8. С. 107–113. DOI: 10.26170/ro18-08-15
11. Евсюков В. В., Пышный А. И. «Цифровая экономика» – новый этап информатизации общества // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2018. № 4-1. С. 11–19.
12. Фомичёва Т. В., Катаева В. И. Ценности россиян в контексте цифровизации российской экономики // Уровень жизни населения регионов России. 2019. № 2. С. 80–84. DOI: 10.24411/1999-9836-2019-10067
13. Еремеева П. А. Особенности применения цифровых технологий в здравоохранении // Стратегии бизнеса. 2020. Т. 8. № 8. С. 223–227. DOI: 10.17747/2311-7184-2020-8-223-227
14. Чебышева Н. В. Информационные технологии и их применение в современной системе здравоохранения // Актуальные концепции развития гуманитарных и естественных наук: экономические, социальные, философские, политические, правовые аспекты: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Новосибирск, Краснодар, Саратов, Армавир, Тихорецк, 27 июня 2016 г.) Энгельс, 2016. С. 115–117.
15. Сологубова Г. С. Составляющие цифровой трансформации. М.: Юрайт, 2021. 147 с.
16. Юсупова И. В. Концепция цифровой трансформации как модель роста Республики Татарстан // Региональная экономика. Юг России. 2018. № 4. С. 101–108. DOI: 10.15688/region.volsu.2018.4.10
17. Авдеева И. А., Головина Т. А., Полянин А. В. Государственное регулирование приоритетных направлений предпринимательства в условиях цифровой экономики // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. № 4. С. 13–21. DOI: 10.22394/2079-1690-2018-1-4-13-21
18. Турко Л. В. Сущность феномена цифровой экономики, анализ определений понятия «цифровая экономика» // Российский экономический интернет-журнал. 2019. № 2. Режим доступа: <http://www.e-rej.ru/Articles/2019/Turko.pdf>.
19. Талапина Э. В., Черешнева И. А. Применение цифровых технологий в условиях пандемии с точки зрения прав человека: аналитический обзор // Мониторинг экономической ситуации в России: тенденции и вызовы социально-экономического развития. 2020. № 12. С. 5–10.
20. Михайленок О. М., Малышева Г. А. Пандемия COVID-19 – новый этап цифровой трансформации общества // Социальные и гуманитарные знания. 2021. Т. 7. № 1. С. 28–39. DOI: 10.18255/2412-6519-2021-1-28-39
21. Мякишев А. А. Цифровая экономика – единственная экономика современности // Цифровая трансформация образования: электронный сб. тезисов докладов I науч.-практ. конф. (Минск, 30 мая 2018 г.) Минск, 2018. С. 468–472.
22. Идигова Л. М., Рахимова Б. Х. Кадры для цифровой экономики: востребованные специальности в условиях цифровизации национальной экономики // Вестник КНИИ РАН. 2020. № 3. С. 120–124. DOI: 10.34824/VKNPIRAN.2020.3.3.014
23. Захаров Д. В. Цифровизация экономики: проблемы и перспективы // Развитие науки, национальной инновационной системы и технологий: сб. науч. тр. по мат-лам Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 13 мая 2020 г.) Белгород, 2020. С. 102–107.
24. Зубенко Н. В., Ланская Д. В. Цифровая экономика как комплементарная часть экономики знаний // Проблемы общества и экономики, основанных на знаниях: инновации и неиндустриализация. Краснодар: КубГУ, 2018. С. 139–147.
25. Ковригин Е. А. Интеграция современных цифровых технологий в систему менеджмента качества высокотехнологичных предприятий: дис. ... канд. техн. наук. М., 2020. 144 с.
26. Козлова Н. Ш. Актуальные вопросы кадрового обеспечения ИТ-специалистов в период цифровой трансформации // Цифровая экономика: особенности и тенденции развития. Майкоп: ИП Коблева М. Х., 2018. С. 45–48.
27. Суркова Н. Е. Методика разработки и использования цифровых образовательных ресурсов в системе дистанционного обучения в учреждении среднего профессионального образования: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Москва, 2007. 24 с.

original article

Vectors of socio-economic development of the region in the context of digital transformation

Zhanna S. Novikova

Almetyevsk branch of University of Management "TISBI",
Russia, Almetyevsk; <https://orcid.org/0000-0001-7051-8268>

Nadezhda L. Stenyashina

Almetyevsk branch of University of Management "TISBI",
Russia, Almetyevsk; <https://orcid.org/0000-0003-0764-4063>;
nadingod13@mail.ru

Albina R. Nazmutdinova

Kazan College of Civil Engineering, Architecture and
Urban Management, Russia, Kazan; <https://orcid.org/0000-0002-9007-0189>

Received 6 Jun 2021. Accepted 6 Jul 2021.

Annotation: The article reviews the socio-economic state of the Republic of Tatarstan during digital economy development, namely public services, infrastructure, living conditions, urban environment, business, digital government, medicine, education, research competencies, IT infrastructure, cybersecurity, etc. The authors focused on the positive trends, problems, and improvement measures. They proposed to set up a Digital Transformation Center that would launch new digital platforms for residents in order to make their life easier. The sustainable growth of the regional economy cannot happen without the state support of new enterprises, startups, customized production market, exchange of knowledge, new jobs in high-tech industries, digital teaching methods, etc. Big data, end-to-end information technologies, neural networks, robotics, the Internet of Things, artificial intelligence, 3D modeling, virtual reality, and cloud computing can facilitate the innovative economic growth in the region.

Keywords: digital economy, digital technology, digital assistant, Innopolis, IT industry, Tatarstan

Citation: Novikova Zh. S., Stenyashina N. L., Nazmutdinova A. R. Vectors of Regional Socio-Economic Development in the Context of Digital Transformation. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 238–247. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-238-247>

Conflict of interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article.

References

1. Tsirik O. A. Digital economy as a new vector of development of modern economy. *Modern science: ideas that will change the world*: Proc. All-Russian Sci.-Prac. Conf., Bryansk, 22–23 Nov 2018. Bryansk, 2018, 273–277. (In Russ.)
2. Pyatkin V. V., Kolchin A. I. From the information society to the digital economy or to the knowledge economy? *Vestnik sovremennykh issledovaniy*, 2018, (7.1): 244–246. (In Russ.)
3. Gretchenko A. A. The essence of the digital economy, the genesis of the concept "digital economy" and the preconditions of its formation in Russia. *Nauchno-analiticheskii zhurnal Nauka i praktika Rossiiskogo ekonomicheskogo universiteta im. G. V. Plekhanova*, 2018, 10(3): 23–37. (In Russ.)
4. Kosolapova M. V., Svobodin V. A. Methodological issues of system-digital economy – the interaction between the system and the digital economy. *Soft Measurements and Calculations*, 2019, (6): 13–16. (In Russ.)
5. Konchakova D. I., Shavina E. V. Digital economy – the future of the Russian economy? *Current issues of economic security*: Proc. I All-Russian Sci.-Prac. Conf., Kazan, 21 May, 2018. Kazan, 2018, 35–40. (In Russ.)
6. Kochkina E. V., Gazizova O. V. Digital economy – the way of accelerated development of Russian economy. *Economic development in the XXI century: trends, challenges, and prospects*: Proc. VI Intern. Sci.-Prac. Conf. of Students, Postgraduates and Young Scientists, Kazan, 31 May 2018. Kazan, 2018, 179–184. (In Russ.)
7. Vartanova E. L., Vyrkovsky A.V., Makeenko M. I., Smirnov S. S. *The Russian media industry: the digital future*. Moscow: MediaMir, 2017, 160. (In Russ.)
8. Akimova O. B., Shcherbin M. D. Digital transformation of education: timeliness of educational and cognitive independence of students. *Innovative projects and programs in education*, 2018, (1): 27–34. (In Russ.)
9. Baenova G. M. Digital tools to improve learning. *Informatization of education and e-learning methods: digital technologies in education*: Proc. IV Intern. Sci. Conf., Krasnoyarsk, 6–9 Oct 2020. Krasnoyarsk, 2020, 25–29. (In Russ.)

10. Nikulina T. V., Starichenko E. B. Information and digital technologies in education: concepts, technologies, management. *Pedagogicheskoe obrazovaniye v Rossii*, 2018, (8): 107–113. (In Russ.) DOI: 10.26170/po18-08-15
11. Evsyukov V. V., Pyshny A. I. "The digital economy" – a new stage informatization of society. *Izvestiia Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomicheskie i iuridicheskie nauki*, 2018, (4-1): 11–19. (In Russ.)
12. Fomicheva T. V., Kataeva V. I. Russian values in the context of digitalization of the Russian economy. *Living Standards of the Population in the Regions of Russia*, 2019, (2): 80–84. (In Russ.) DOI: 10.24411/1999-9836-2019-10067
13. Eremeeva P. A. Features of digital technology in health care. *Strategii biznesa*, 2020, 8(8): 223–227. (In Russ.) DOI: 10.17747/2311-7184-2020-8-223-227
14. Chebysheva N. V. Information technologies and their application in the modern healthcare system. *Current concepts of the development of the humanities and natural sciences: economic, social, philosophical, political, and legal aspects*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Novosibirsk, Krasnodar, Saratov, Armavir, Tikhoretsk, 27 Jun 2016. Engels, 2016, 115–117. (In Russ.)
15. Sologubova G. S. *Components of digital transformation*. Moscow: Iurait, 2021, 147. (In Russ.)
16. Yusupova I. V. Concept of digital transformation as a growth model of the Republic of Tatarstan. *Regionalnaya ekonomika. Yug Rossii*, 2018, (4): 101–108. (In Russ.) DOI: 10.15688/re.volsu.2018.4.10
17. Avdeeva I. L., Golovina T. A., Polyanin A. V. State regulation of priority areas of entrepreneurship in the digital economy. *Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski*, 2018, (4): 13–21. (In Russ.) DOI: 10.22394/2079-1690-2018-1-4-13-21
18. Turko L. V. The essence of the phenomenon of digital economy, overview definition of digital economy. *Russian Economic Online Journal*, 2019, (2). Available at: <http://www.e-rej.ru/Articles/2019/Turko.pdf>. (In Russ.)
19. Talapina E. V., Cheresheva I. A. Digital technologies during pandemic from the point of view of human rights: an analytical review. *Monitoring of the economic situation in Russia: trends and challenges of socio-economic development*. 2020, (12): 5–10. (In Russ.)
20. Mikhailenok O. M., Malysheva G. A. COVID-19 pandemic – new stage of social digital transformation. *Social'nye i gumanitarnye znaniya*, 2021, 7(1): 28–39. (In Russ.) DOI: 10.18255/2412-6519-2021-1-28-39
21. Miakishev A. A. Digital economy – the only economy of our time. *Digital transformation of education*: Proc. I Sci.-Prac. Conf., Minsk, 30 May 2018. Minsk, 2018, 468–472. (In Russ.)
22. Idigova L. M., Rakhimova B. Kh. Staff for the digital economy: demanded specialties in the conditions of digitalization of the national economy. *Bulletin of the KNII RAS*, 2020, (3): 120–124. (In Russ.) DOI: 10.34824/VKNIIRAN.2020.3.3.014
23. Zakharov D. V. Digitalization of the economy: problems and prospects. *Development of science, national innovation system, and technologies*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Belgorod, 13 May 2020. Belgorod, 2020, 102–107. (In Russ.)
24. Zubenko N. V., Lanskaya D. V. The digital economy as a complementary part of the knowledge economy. *Problems of knowledge-based society and economy: innovations and neo-industrialization*. Krasnodar: KubGU, 2018, 139–147. (In Russ.)
25. Kovrigin E. A. *Integration of modern digital technologies into the quality management system of high-tech enterprises*. Cand. Tech. Sci. Diss. Moscow, 2020, 144. (In Russ.)
26. Kozlova N. Sh. Current issues of staffing of IT specialists in the period of digital transformation. *Digital economy: features and development trends*. Maykop: IP Kobleva M. Kh., 2018, 45–48. (In Russ.)
27. Surkova N. E. *Methodology for the development and use of digital educational resources in the distance learning system in a secondary vocational education institution*. Cand. Ped. Sci. Diss. Abstr. Moscow, 2007, 24. (In Russ.)

оригинальная статья

УДК 332.05

Гендерные различия предпринимателей, специализирующихся на торговле и информационных технологиях

Юлия Семеновна Пиньковецкая

Ульяновский государственный университет, Россия, г. Ульяновск; judy54@yandex.ru

Поступила в редакцию 02.04.2021. Принята в печать 12.05.2021.

Аннотация: Статья посвящена оценке создания новых бизнесов в торговле и информационно-коммуникационной сфере. Рассматриваются гендерные различия в предпринимательской активности по странам. В исследовании изучались особенности деятельности предпринимателей, занимающихся услугами в таких секторах, как торговля и информационно-коммуникационное обслуживание учреждений и организаций, а также частных клиентов. При этом учитывались принципы и концепции сложившегося развития отраслевой структуры предпринимательства. Реализация исследования состояла из пяти этапов. Информационная база включала итоги анкетных опросов респондентов-предпринимателей по 59 государствам при мониторинге их деятельности в 2018 году. В ходе экономико-математического моделирования были разработаны шесть моделей, отражающих распределение по субъектам России следующих показателей: удельный вес женщин и мужчин, создавших бизнесы в торговле, в общей численности начавших предпринимательскую деятельность женщин и мужчин; удельный вес женщин и мужчин, создавших бизнесы в информационно-коммуникационной сфере, в общей численности начавших предпринимательскую деятельность женщин и мужчин. Кроме того, рассчитаны соотношения удельных весов, описывающих оказание услуг женщинами-предпринимателями и мужчинами-предпринимателями в торговом секторе и информационно-коммуникационной сфере. По каждой из 59 стран было установлено, имеют ли место превышения значений показателей, которые характеризуют соответствующие удельные веса мужчин-предпринимателей и женщин-предпринимателей. По большинству стран эти значения существенно отличались, что свидетельствует о гендерных разрывах. Были выделены государства с максимальными и минимальными величинами рассматриваемых индексов. Проведен анализ, позволивший сравнить полученные средние значения с данными, отражающими показатели российских предпринимателей. Удельный вес женщин-предпринимателей в торговле выше, чем удельный вес по мужчинам-предпринимателям. Удельный вес мужчин-предпринимателей в сфере информационно-коммуникационных услуг в два раза выше, чем удельный вес по женщинам-предпринимателям. Результаты работы возможно применить при разработке прогнозов развития торговли и информационно-коммуникационных услуг на перспективу.

Ключевые слова: предпринимательство, оптовая торговля, розничная торговля, информационно-коммуникационные услуги, женщины-предприниматели, мужчины-предприниматели

Цитирование: Пиньковецкая Ю. С. Гендерные различия предпринимателей, специализирующихся на торговле и информационных технологиях // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 248–255. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-248-255>

Введение

Предпринимательство в двадцать первом веке стало ключевым сектором экономики в абсолютном большинстве государств. На долю предпринимателей приходится более 90 % всех создаваемых фирм и предприятий в европейских странах. Около половины численности взрослых людей занято в этих фирмах и предприятиях¹. Предпринимательская деятельность обеспечивает повышение эффективности экономик и государств, стимулирует конкуренцию на действующих и создает новые рынки, что в конечном итоге обеспечивает существенное увеличение внутреннего валового продукта [1–3]. Предпринимательство

создает предпосылки улучшения социального климата, поскольку бизнесмены, наряду с обеспечением себя и привлекаемых сотрудников рабочими местами, формируют средний класс и повышают свой общественный статус [4; 5]. Кроме того, предпринимательство имеет существенное значение для развития инноваций в современных экономиках [6; 7]. Динамичность деятельности предпринимателей позволяет быстро реагировать на участвовавшие в последнее время кризисные проявления². В частности, этот вывод получил подтверждение в 2020–2021 гг., когда на производственную деятельность

¹ Kraemer-Eis H., Lang F., Torfs W., Gvetadze S. European Small Business Finance Outlook / ed. H. Kraemer-Eis. Luxembourg: European Investment Fund, 2017. 126 p.

² Adapting in tough times: The growing resilience of UK SMEs. London: The Economist Intelligence Unit, 2013. 20 p.

(особенно в сфере услуг) негативное воздействие оказали последствия пандемии коронавирусной инфекции.

Решение актуальной проблемы развития новых бизнесов в сервисной сфере требует понимания соответствующих потребностей со стороны нуждающихся в услугах людей, а также организаций. Поэтому для проведения мероприятий по росту предпринимательской активности и для оказания помощи людям, стремящимся стать предпринимателями необходимо изучение особенностей их специализации в отдельных отраслях. Несмотря на значительное число научных публикаций, рассматривающих такое явление, как предпринимательство, отраслевые аспекты его не нашли широкого освещения. Поэтому в нашей работе рассматривалась деятельность предпринимателей, специализированных на двух отраслях: оптовой и розничной торговле, а также сфере информационно-коммуникационных услуг. Выбор этих двух отраслей обусловлен следующими причинами. Оптовая и розничная торговля являются наиболее распространенными видами деятельности предпринимателей в большинстве стран³ [8]. Информационно-коммуникационные услуги в последние годы стали наиболее быстро развивающимся видом деятельности [9; 10].

В последнее время отмечается возрастание значения гендерного, а также межстранового анализа [11–13]. Поэтому в процессе исследования изучались различия создания бизнесов в указанных отраслях женщинами и мужчинами, являющимися предпринимателями в разных государствах.

2. Методы и материалы

Теоретические и прикладные аспекты предпринимательства в оптовой и розничной торговле рассмотрены в ряде зарубежных научных публикаций. В статьях зарубежных исследователей изучаются принципы организации фирм, основные особенности и процессы их деятельности [14; 15]. Функционирование малых и средних предприятий в сфере оптовой и розничной торговли в Сербии анализируется в работе К. Мijić и соавторов, ими сделан вывод о значительной прибыльности этого вида деятельности [16].

Специализация предпринимателей на выполнении информационно-коммуникационных услуг описана в ряде статей [17–20]. В них обращается внимание на необходимость высококвалифицированных кадров, что является определенным барьером создания новых фирм, особенно в развивающихся странах. Вместе с тем требуемое начальное финансирование в таких предприятиях не особенно велико, что важно для начинающих предпринимателей. Существенную роль для этих предпринимателей имеет

наличие бизнес-инкубаторов, которые создаются в большинстве современных стран.

Цель исследования – установление удельного веса женщин и мужчин – предпринимателей, оказывающих услуги в двух видах деятельности: оптовой и розничной торговле и информационно-коммуникационных услугах в современных национальных экономиках. Реализация исследования состояла из пяти этапов:

1) формирование информационной базы, описывающей начальный этап деятельности женщин и мужчин – предпринимателей, оказывающих услуги в двух видах деятельности, – секторе торговли и информационно-коммуникационной сфере;

2) оценка значений удельных весов женщин и мужчин – предпринимателей, оказывающих указанные услуги в общем количестве предпринимателей;

3) определение средних значений удельных весов женщин и мужчин – предпринимателей, оказывающих указанные услуги;

4) выделение государств с максимальными и минимальными величинами рассматриваемых индексов;

5) сравнение полученных средних значений по государствам с данными, отражающими показатели российских предпринимателей.

Информационная база включала итоги анкетных опросов респондентов-предпринимателей по 59 странам при мониторинге деятельности предпринимателей в 2018 г.⁴ По каждому из этих государств в опросах участвовало более 2 тыс. респондентов, которые сообщали о своей специализации. Нами рассматривались 6 показателей, описывающих специализацию женщин и мужчин – предпринимателей по рассматриваемым странам. Исследование предполагало проверку следующих гипотез:

1) в большинстве стран имеют место гендерные различия в удельном весе женщин и мужчин, создавших бизнесы в торговле;

2) в большинстве стран имеют место гендерные различия в удельном весе женщин и мужчин, создавших бизнесы в информационно-коммуникационной сфере;

3) для значений исследуемых показателей характерна значительная дифференциация по разным государствам;

4) государства с максимальными и минимальными величинами рассматриваемых показателей имеют различное географическое положение;

5) государства с максимальными и минимальными величинами рассматриваемых показателей характеризуются различными уровнями доходов населения.

В ходе экономико-математического моделирования были разработаны шесть моделей, отражающих распределение по субъектам России следующих показателей удельный вес женщин и мужчин, создавших бизнесы

³ Olbrecht V. Effect of the Service Directive on wholesale and retail companies: diff in diff in diff evidence. Brno: Mendel University, 2016. 19 p.

⁴ Elam A. B., Brush C. G., Greene P. G., Baumer B., Dean M., Heavlow R. Global Entrepreneurship Monitor. 2018 / 2019 Women's Entrepreneurship Report. London: Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, 2019. 108 p.

в торговле, в общей численности начавших предпринимательскую деятельность женщин и мужчин; удельный вес женщин и мужчин, создавших бизнесы в информационно-коммуникационной сфере, в общей численности начавших предпринимательскую деятельность женщин и мужчин. Кроме того, рассчитаны соотношения удельных весов, описывающих оказание услуг женщинами и мужчинами – предпринимателями в торговом секторе и информационно-коммуникационной сфере. При разработке моделей учитывалось следующее. Каждый предприниматель является самостоятельным хозяйствующим субъектом. Он формирует свои цели и задачи, на основе анализа сформировавшихся эндогенных и экзогенных факторов учитывает возникающие риски и старается получить прибыль. Во всех странах количество предпринимателей огромно (от десятков тысяч до миллионов). Развитие предпринимательства в рассматриваемых государствах было обусловлено влиянием многочисленных экономических, исторических, климатических, демографических, образовательных и других факторов. Эти факторы определили особенности предпринимательского климата в каждой из стран. Все это обуславливает вероятностный (стохастический) характер распределения величин показателей по странам [21; 22]. Распределение средних значений показателей может описываться функциями нормального распределения при соблюдении следующего условия: все значения имеют конечные математические ожидания и дисперсию, но ни одно из значений резко не отличается от остальных. Именно это условие выполняется в нашем исследовании. Количество исходных эмпирических данных оказывает определяющую роль при построении функций нормального распределения. В литературе указывается, что минимальное количество наблюдений должно быть не менее 40 [23]. В исследовании использованы данные по 59 странам, т. е. этот критерий соблюдается. Ранее нами был представлен методический подход к их разработке и использованию для определения средних значений показателей по рассматриваемым государствам и диапазонов вариации значений по большинству стран [24; 25].

Результаты

В ходе экономико-математического моделирования были разработаны шесть следующих моделей:

1) удельный вес женщин-предпринимателей, оказывающих услуги в торговом секторе, в общей численности начавших предпринимательскую деятельность женщин (показатель 1), %:

$$y_1(x_1) = \frac{663,75}{19,06 \times \sqrt{2\pi}} \times e^{-\frac{(x_1-46,98)^2}{2 \times 19,06^2}}; \quad (1)$$

2) удельный вес мужчин-предпринимателей, оказывающих услуги в торговом секторе, в общей численности начавших предпринимательскую деятельность мужчин (показатель 2), %:

$$y_2(x_2) = \frac{639,17}{14,36 \times \sqrt{2\pi}} \times e^{-\frac{(x_2-40,28)^2}{2 \times 14,36^2}}; \quad (2)$$

3) отношение значений показателей, характеризующих удельный вес женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей, оказывающих услуги в торговом секторе (показатель 3):

$$y_3(x_3) = \frac{16,01}{0,28 \times \sqrt{2\pi}} \times e^{-\frac{(x_3-1,16)^2}{2 \times 0,28^2}}; \quad (3)$$

4) удельный вес женщин-предпринимателей, оказывающих услуги в информационно-коммуникационной сфере, в общей численности начавших предпринимательскую деятельность женщин (показатель 4), %:

$$y_4(x_4) = \frac{78,67}{1,62 \times \sqrt{2\pi}} \times e^{-\frac{(x_4-2,01)^2}{2 \times 1,62^2}}; \quad (4)$$

5) удельный вес мужчин-предпринимателей, оказывающих услуги в информационно-коммуникационной сфере, в общей численности начавших предпринимательскую деятельность мужчин (показатель 5), %:

$$y_5(x_5) = \frac{185,42}{3,96 \times \sqrt{2\pi}} \times e^{-\frac{(x_5-5,10)^2}{2 \times 3,96^2}}; \quad (5)$$

6) отношение значений показателей, характеризующих удельный вес женщин и мужчин – предпринимателей, оказывающих услуги в информационно-коммуникационной сфере (показатель 6):

$$y_6(x_6) = \frac{16,86}{0,37 \times \sqrt{2\pi}} \times e^{-\frac{(x_6-0,55)^2}{2 \times 0,37^2}}. \quad (6)$$

На следующем этапе исследования были выявлены закономерности, характеризующие распределение рассматриваемых показателей (табл. 1).

Табл. 1. Значения показателей, характеризующих уровни специализации женщин и мужчин – предпринимателей в 2018 г.

Tab. 1. Values of indicators that characterize the levels of specialization of women and men entrepreneurs in 2018

Показатель	Средние величины	Значения по большинству стран
1	46,98	27,92–66,04
2	40,28	25,92–54,64
3	1,16	0,88–1,44
4	2,01	0,69–3,33
5	5,10	1,14–9,06
6	0,55	0,18–0,92

Среднее значение удельного веса женщин-предпринимателей, оказывающих услуги в торговле, в общей численности начавших предпринимательскую деятельность женщин, достигало в 2018 г. почти 47 %. То есть немногим менее половины женщин-предпринимателей предпочли торговую деятельность при создании своих бизнесов.

Соответствующий показатель по мужчинам-предпринимателям был несколько ниже – 40,3 %. Превышение указанного показателя по женщинам-предпринимателям характерно для большинства (44) стран. В Марокко значения показателей по женщинам и мужчинам были равны. В 14 странах показатели по женщинам-предпринимателям были ниже, чем по мужчинам-предпринимателям. Среднее значение отношения величин показателей, описывающих участие женщин и мужчин – предпринимателей в торговле, составило в 2018 г. 1,16. Таким образом, гипотеза о гендерных различиях в торговой деятельности предпринимателей в рассматриваемых странах подтвердилась. В большинстве стран преобладали женские торговые бизнесы.

Среднее значение удельного веса женщин, создавших бизнесы в информационно-коммуникационной сфере, в общей численности начавших предпринимательскую деятельность женщин, в 2018 г. составило 2 %. Этим видам деятельности отдала предпочтение каждая пятая женщина-предприниматель. Соответствующий показатель по мужчинам-предпринимателям был существенно (в 2,5 раза) выше – 5,1 %. Тенденция превышения указанного показателя по мужчинам-предпринимателям характерна для большинства (39) государств. В 14 странах имело место превышение показателя по женщинам-предпринимателям по сравнению с мужчинами. В 6 странах

значения показателей по женщинам и мужчинам – предпринимателям отличались незначительно. Среднее значение отношения величин показателей в 2018 г. составило 0,55. Подтвердилась гипотеза о наличии в большинстве стран гендерных различий в сфере информационно-коммуникационных услуг, поскольку удельный вес мужских бизнесов отмечался на более высоком уровне, по сравнению с женскими.

Для проверки гипотезы о дифференциации значений показателей по странам проводился анализ данных, представленных в третьем столбце табл. 1, показавший существенную дифференциацию значений каждого из 6 показателей по рассматриваемым странам. Следовательно, гипотеза подтвердилась.

На следующем этапе были выделены государства с максимальными и минимальными величинами рассматриваемых показателей (табл. 2). К максимальным и минимальным относятся значения, соответственно превышающие верхние границы диапазонов, продемонстрированных в третьем столбце табл. 1, и меньшие нижних границ.

Анализ информации показал, что государства с максимальными и минимальными величинами рассматриваемых показателей имеют различное географическое положение, а также характеризуются различными уровнями доходов населения.

Табл. 2. Страны с максимальными и минимальными значениями показателей в 2018 г.

Tab. 2. Countries with maximum and minimum values of indicators in 2018

Показатель	Значение	Страны	Уровень доходов населения
1	max	<ul style="list-style-type: none"> Азия (Вьетнам, Индонезия, Китай, Малайзия, Таиланд); Латинская Америка (Гватемала, Мексика, Панама, Эквадор); Африка (Ангола) 	<ul style="list-style-type: none"> Высокий (1 страна); Средний (5 стран); Низкий (4 страны)
	min	<ul style="list-style-type: none"> Европа (Босния и Герцеговина, Великобритания, Латвия, Люксембург, Нидерланды, Хорватия, Швейцария, Швеция); Азия (Израиль, Иран); Австралия (Австралия) 	<ul style="list-style-type: none"> Высокий (8 стран); Средний (1 страна); Низкий (1 страна)
2	max	<ul style="list-style-type: none"> Азия (Вьетнам, Индия, Индонезия, Саудовская Аравия); Африка (Ангола, Египет, Марокко); Латинская Америка (Мехико, Перу) 	<ul style="list-style-type: none"> Высокий (1 страна); Средний (2 страны); Низкий (6 стран)
	min	<ul style="list-style-type: none"> Европа (Босния и Герцеговина, Великобритания, Германия, Люксембург, Нидерланды, Словацкая Республика, Словения, Эстония); Азия (Израиль); Северная Америка (США) 	<ul style="list-style-type: none"> Высокий (9 стран); Средний (1 страна)
3	max	<ul style="list-style-type: none"> Европа (Германия, Словацкая Республика); Латинская Америка (Панама, Чили); Азия (Тайвань, Турция); Африка (ЮАР) 	<ul style="list-style-type: none"> Высокий (5 стран); Средний (2 страны)
	min	<ul style="list-style-type: none"> Европа (Кипр, Нидерланды, Хорватия, Швейцария, Швеция); Азия (Индия, Иран, Катар, Саудовская Аравия) 	<ul style="list-style-type: none"> Высокий (7 стран); Низкий (2 страны)

Показатель	Значение	Страны	Уровень доходов населения
4	max	<ul style="list-style-type: none"> • Европа (Великобритания, Ирландия, Кипр, Словения, Франция, Хорватия, Швейцария, Эстония); • Азия (Япония); • Австралия (Австралия); • Северная Америка (Канада) 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокий (11 стран)
	min	<ul style="list-style-type: none"> • Азия (Индия, Ливан, Малайзия, Саудовская Аравия, Таиланд); • Латинская Америка (Гватемала, Мексика, Панама, Чили); • Африка (Египет) 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокий (3 страны); • Средний (3 страны); • Низкий (4 страны)
5	max	<ul style="list-style-type: none"> • Европа (Австрия, Германия, Ирландия, Испания, Люксембург, Нидерланды, Хорватия, Швеция); • Азия (Япония); • Латинская Америка (Уругвай) 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокие (9 стран); • Средний (1 страна)
	min	<ul style="list-style-type: none"> • Азия (Индия, Ливан, Малайзия, Таиланд, Турция); • Африка (Египет, Мадагаскар, Судан); • Латинская Америка (Панама, Эквадор) 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокий (1 страна); • Средний (3 страны); • Низкий (6 стран)
6	max	<ul style="list-style-type: none"> • Европа (Греция, Кипр, Франция, Хорватия, Швейцария); • Азия (Турция, Япония); • Африка (Судан); • Латинская Америка (Эквадор) 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокий (6 стран); • Средний (2 страны); • Низкий (1 страна)
	min	<ul style="list-style-type: none"> • Европа (Германия, Италия, Нидерланды, Польша, Швеция); • Латинская Америка (Гватемала, Мексика, Уругвай); • Азия (Вьетнам) 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокий (5 стран); • Средний (3 страны); • Низкий (1 страна)

Затем был проведен сравнительный анализ средних значений с данными, отражающими показатели российских предпринимателей, в результате: показатель 1 – 42,5 %, показатель 2 – 31,0 %, показатель 3 – 1,4 %, показатель 4 – 1,0 %, показатель 5 – 4,2 %, показатель 6 – 0,24.

Значения всех показателей (кроме третьего) по России меньше по сравнению с зарубежными государствами. Следовательно, в нашей стране как женщины, так и мужчины-предприниматели реже осуществляют оказание услуг в рассмотренных видах деятельности, чем зарубежные предприниматели.

Заключение

Цель исследования, связанного с установлением удельных весов женщин и мужчин – предпринимателей в современных национальных экономиках, оказывающих услуги в двух видах деятельности, – оптовой и розничной торговле и информационно-коммуникационных услугах, была выполнена. В основе работы лежал авторский методический подход моделирования распределения шести показателей, демонстрирующих страновые различия (по 59 странам) в специализации предпринимателей на указанных видах экономической деятельности. Доказано, что более 40 % предпринимателей в 2018 г. специализировались

на оптовой и розничной торговле в рассматриваемых странах. Специализация женщин-предпринимателей на оказании торговых услуг была выше в 1,17 раза, чем у мужчин. Удельный вес мужчин-предпринимателей в сфере информационно-коммуникационных услуг был в два раза выше, чем у женщин. Для обоих рассматриваемых отраслевых секторов были характерны существенные гендерные различия в большинстве государств. Исследование показало значительную вариацию каждого из шести показателей в каждой из стран. Составлены перечни государств, по которым показатели имели максимальные и минимальные величины. Проведен анализ, позволивший сравнить полученные средние значения с данными, отражающими показатели российских предпринимателей.

Итоги работы представляют определенный интерес для людей, которые планируют начать оказывать услуги в торговом секторе, а также в информационно-коммуникационной сфере. Результаты исследования возможно применить при разработке прогнозов развития торговли и информационно-коммуникационных услуг.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Литература

1. Decker R., Haltiwanger J., Jarmin R., Miranda J. The role of entrepreneurship in US job creation and economic dynamism // *Journal of Economic Perspectives*. 2014. Vol. 28. No. 3. P. 3–24. DOI: 10.1257/jep.28.3.3
2. Simón-Moya V., Revuelto-Taboada L., Ribeiro-Soriano D. Influence of economic crisis on new SME survival: reality or fiction? // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2016. Vol. 28. No. 1-2. P. 157–176. DOI: 10.1080/08985626.2015.1118560
3. Tomovska Misoska A., Dimitrova M., Mrsik J. Drivers of entrepreneurial intentions among business students in Macedonia // *Economic Research – Ekonomiska Istraživanja*. 2016. Vol. 29. No. 1. P. 1062–1074. DOI: 10.1080/1331677X.2016.1211956
4. Borbás L. The role of SMEs in the European entrepreneurship policy // *Volume of Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century II* / ed. P. Michelberger. Budapest: Obuda University, 2015. P. 71–88.
5. Zahra S. A., Wright M. Understanding the social role of entrepreneurship // *Journal of Management Studies*. 2016. Vol. 53. Iss. 4. P. 610–629. DOI: 1111/joms.12149
6. Radas S., Božić L. The antecedents of SME innovativeness in an emerging transition economy // *Technovation*. 2009. Vol. 29. Iss. 6-7. P. 438–450. DOI: 10.1016/j.technovation.2008.12.002
7. Zygmunt A. Innovation activities of Polish firms. Multivariate analysis of the moderate innovator countries // *Oeconomia Copernicana*. 2017. Vol. 8. No. 4. P. 505–521. DOI: 10.24136/oc.v8i4.31
8. Dettmer B. Trade effects of the European Union's Service Directive: contrasting ex ante estimates with empirical evidence // *The World Economy*. 2015. Vol. 38. Iss. 3. P. 445–478. DOI: 10.1111/twec.12149
9. Neirotti P., Raguseo E., Paolucci E. How SMEs develop ICT-based capabilities in response to their environment: past evidence and implications for the uptake of the new ICT paradigm // *Journal of Enterprise Information Management*. 2018. Vol. 31. Iss. 1. P. 10–37. DOI: 10.1108/JEIM-09-2016-0158
10. Afolayan A., Plant E., White G. R. T., Jones P., Beynon-Davies P. Information technology usage in SMEs in a developing economy // *Strategic Change*. 2015. Vol. 24. Iss. 5. P. 483–498. DOI: 10.1002/jsc.2023
11. Chhabra M., Karmarkar Y. Gender gap in entrepreneurship – a study of small and micro enterprises // *ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research*. 2016. Vol. 6. Iss. 8. P. 82–99.
12. Grosser K., Moon J. CSR and feminist organization studies: towards an integrated theorization for the analysis of gender issues // *Journal of Business Ethics*. 2019. Vol. 155. Iss. 2. P. 321–342. DOI: 10.1007/s10551-017-3510-x
13. Sperber S., Linder C. Gender-specifics in start-up strategies and the role of the entrepreneurial ecosystem // *Small Business Economics*. 2019. Vol. 53. Iss. 2. P. 533–546. DOI: 10.1007/s11187-018-9999-2
14. Chazireni B., Kader A. The impact of CSR on the sustainable growth of wholesale and retail SMEs: the case of eThekweni municipal region // *Expert Journal of Business and Management*. 2019. Vol. 7. Iss. 2. P. 221–229.
15. De Massis A., Kotlar J., Wright M., Kellermanns F. W. Sector-based entrepreneurial capabilities and the promise of sector studies in entrepreneurship // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2018. Vol. 42. Iss. 1. P. 3–23. DOI: 10.1177/1042258717740548
16. Mijić K., Nuševa D., Jakšić D. The determinants of SMEs profitability in the wholesale and retail sector in Serbia // *TEME*. 2018. Vol. XLII. No. 1. P. 97–111. DOI: 10.22190/TEME1801097M
17. Dey B., Ali F. A critical review of the ICT for development research // *ICTs in Developing Countries* / eds. B. Dey, K. Sorour, R. Filieri. London: Palgrave Macmillan, 2016. P. 3–23. DOI: 10.1057/9781137469502_1
18. Theis T. N., Horn P. M. Basic research in the information technology industry // *Physics Today*. 2003. Vol. 56. Iss. 7. P. 44–49. DOI: 10.1063/1.1603079
19. Hanna N. K., Qiang C. Z.-W. China's emerging informatization strategy // *Journal of the Knowledge Economy*. 2010. Vol. 1. Iss. 2. P. 128–164. DOI: 10.1007/s13132-009-0001-z
20. López-Nicolás C., Solo-Acosta P. Analyzing ICT adoption and use effects on knowledge creation: an empirical investigation in SMEs // *International Journal of Information Management*. 2010. Vol. 30. Iss. 6. P. 521–528. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2010.03.004
21. Cramer H. *Mathematical methods of statistics*. Princeton: Princeton University Press, 1962. 590 p.
22. Jenish N., Prucha I. R. Central limit theorems and uniform laws of large numbers for arrays of random fields // *Journal of Econometrics*. 2009. Vol. 150. Iss. 1. P. 86–98. DOI: 10.1016/j.jeconom.2009.02.009
23. Heinhold I., Gaede K. W. *Ingenieur statistik*. München-Wien: R. Oldenbourg Verlag, 1972. 388 p.
24. Pinkovetskaia Iu., Slepova V. Estimation of fixed capital investment in SMEs: the existing differentiation in the Russian Federation // *Business Systems Research*. 2018. Vol. 9. No. 1. P. 65–78. DOI: 10.2478/bsrj-2018-0006
25. Пиньковецкая Ю. С. Анализ закономерностей и прогноз развития малых предприятий в России // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2012. № 3. С. 92–106.

original article

Gender Differences in Business Structures Operating in Trade, Information and Communication Services

Iuliia S. Pinkovetskaia

Ulyanovsk State University, Russia, Ulyanovsk; judy54@yandex.ru

Received 2 Apr 2021. Accepted 12 May 2021.

Abstract: The article is devoted to the assessment of the creation of new businesses in trade and information and communication sphere. Gender differences in entrepreneurial activity by country are considered. The study examined the specifics of the activities of entrepreneurs engaged in services in such sectors as trade and information and communication services for institutions and organizations, as well as private clients. At the same time, the principles and concepts of the existing development of the sectoral structure of entrepreneurship were taken into account. The implementation of the study consisted of five stages. The information base included the results of questionnaire surveys of respondents-entrepreneurs in 59 states when monitoring the activities of entrepreneurs in 2018. In the course of economic and mathematical modeling, six models were developed that reflect the distribution of the following indicators across the subjects of Russia: the proportion of women and men who have created businesses in trade, in the total number of women and men who have started entrepreneurial activity; the share of women and men who have created businesses in the information and communication sphere in the total number of women and men who have started entrepreneurial activities. In addition, the ratios of specific weights describing the provision of services by women entrepreneurs and men entrepreneurs in the trade sector and the information and communication sphere are calculated. For each of the 59 countries, it was determined whether there is an excess of the values of indicators that characterize the corresponding specific weights of male entrepreneurs and female entrepreneurs. For most countries, these values differed significantly, which indicates gender gaps. In addition, the States with the maximum and minimum values of the indices under consideration were identified. The analysis was carried out, which made it possible to compare the obtained average values with the data reflecting the indicators of Russian entrepreneurs. The share of female entrepreneurs in trade is higher than the share of male entrepreneurs. The share of male entrepreneurs in the field of information and communication services is twice as high as the share of female entrepreneurs. The results of the work can be applied in the development of forecasts for the development of trade and information and communication services in the future.

Keywords: entrepreneurship, wholesale trade, retail trade, information and communication services, women entrepreneurs, men entrepreneurs

Citation: Pinkovetskaia Iu. S. Gender Differences in Business Structures Operating in Trade, Information and Communication Services. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 248–255. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-248-255>

Conflicting interests: The author declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Decker R., Haltiwanger J., Jarmin R., Miranda J. The role of entrepreneurship in US job creation and economic dynamism. *Journal of Economic Perspectives*, 2014, 28(3): 3–24. DOI: 10.1257/jep.28.3.3
2. Simón-Moya V., Revuelto-Taboada L., Ribeiro-Soriano D. Influence of economic crisis on new SME survival: reality or fiction? *Entrepreneurship and Regional Development*, 2016, 28(1-2): 157–176. DOI: 10.1080/08985626.2015.1118560
3. Tomovska Misoska A., Dimitrova M., Mrsik J. Drivers of entrepreneurial intentions among business students in Macedonia. *Economic Research – Ekonomska Istraživanja*, 2016, 29(1): 1062–1074. DOI: 10.1080/1331677X.2016.1211956
4. Borbás L. The role of SMEs in the European entrepreneurship policy. *Volume of Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century II*, ed. Michelberger P. Budapest: Óbuda University, 2015, 71–88.
5. Zahra S., Wright M. Understanding the social role of entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 2016, 53(4): 610–629. DOI: 1111/joms.12149
6. Radas S., Božić L. The antecedents of SME innovativeness in an emerging transition economy. *Technovation*, 2009, 29(6-7): 438–450. DOI: 10.1016/j.technovation.2008.12.002
7. Zygmunt A. Innovation activities of Polish firms. Multivariate analysis of the moderate innovator countries. *Oeconomia Copernicana*, 2017, 8(4): 505–521. DOI: 10.24136/oc.v8i4.31

8. Dettmer B. Trade effects of the European Union's Service Directive: contrasting ex ante estimates with empirical evidence. *The World Economy*, 2015, 38(3): 445–478. DOI: 10.1111/twec.12149
9. Neirotti P., Raguseo E., Paolucci E. How SMEs develop ICT-based capabilities in response to their environment: past evidence and implications for the uptake of the new ICT paradigm. *Journal of Enterprise Information Management*, 2018, 31(1): 10–37. DOI: 10.1108/JEIM-09-2016-0158
10. Afolayan A., Plant E., White G. R. T., Jones P., Beynon-Davies P. Information technology usage in SMEs in a developing economy. *Strategic Change*, 2015, 24(5): 483–498. DOI: 10.1002/jsc.2023
11. Chhabra M., Karmarkar Y. Gender gap in entrepreneurship – a study of small and micro enterprises. *ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research*, 2016, 6(8): 82–99.
12. Grosser K., Moon J. CSR and feminist organization studies: towards an integrated theorization for the analysis of gender issues. *Journal of Business Ethics*, 2019, 155(2): 321–342. DOI: 10.1007/s10551-017-3510-x
13. Sperber S., Linder C. Gender-specifics in startup strategies and the role of the entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 2018, 53(2): 533–546. DOI: 10.1007/s11187-018-9999-2
14. Chazireni B., Kader A. The impact of CSR on the sustainable growth of wholesale and retail SMEs: the case of eThekweni municipal region. *Expert Journal of Business and Management*, 2019, 7(2): 221–229.
15. De Massis A., Kotlar J., Wright M., Kellermanns F. W. Sector-based entrepreneurial capabilities and the promise of sector studies in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2018, 42(1): 3–23. DOI: 10.1177/1042258717740548
16. Mijić K., Nuševa D., Jakšić D. The determinants of SMEs profitability in the wholesale and retail sector in Serbia. *TEME*, 2018, XLII(1): 97–111. DOI: 10.22190/TEME1801097M
17. Dey B., Ali F. A critical review of the ICT for development research. *ICTs in Developing Countries*, eds. Dey B., Sorour K., Filieri R. London: Palgrave Macmillan, 2016, 3–23. DOI: 10.1057/9781137469502_1
18. Theis T. N., Horn P. M. Basic research in the information technology industry. *Physics Today*, 2003, 56(7): 44–49. DOI: 10.1063/1.1603079
19. Hanna N. K., Qiang C. Z.-W. China's emerging informatization strategy. *Journal of the Knowledge Economy*, 2010, 1(2): 128–164. DOI: 10.1007/s13132-009-0001-z
20. López-Nicolás C., Solo-Acosta P. Analyzing ICT adoption and use effects on knowledge creation: an empirical investigation in SMEs. *International Journal of Information Management*, 2010, 30(6): 521–528. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2010.03.004
21. Cramer H. *Mathematical methods of statistics*. Princeton: Princeton University Press, 1962, 590.
22. Jenish N., Prucha I. R. Central limit theorems and uniform laws of large numbers for arrays of random fields. *Journal of Econometrics*, 2009, 150(1): 86–98. DOI: 10.1016/j.jeconom.2009.02.009
23. Heinhold I., Gaede K. W. *Ingenieur statistik*. München-Wien: R. Oldenbourg Verlag, 1972, 388.
24. Pinkovetskaia Iu. S., Slepova V. Estimation of fixed capital investment in SMEs: the existing differentiation in the Russian Federation. *Business Systems Research*, 2018, 9(1): 65–78. DOI: 10.2478/bsrj-2018-0006
25. Pinkovetskaia Iu. S. Analysis of trends and development forecast of small enterprises in Russia. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2012, (3): 92–106. (In Russ.)

оригинальная статья
УДК 659.441.87

Специфика PR-продвижения досуговой организации

Наталья Константиновна Розова
Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого, Россия, г. Санкт-Петербург

Арина Константиновна Несмелова
Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого, Россия, г. Санкт-Петербург;
nsmelovaarina71@gmail.com

Поступила в редакцию 20.05.2021. Принята в печать 05.07.2021.

Аннотация: Исследование посвящено изучению возможностей продвижения средствами связей с общественностью петербургской оранжереи Таврического сада – организации, предоставляющей уникальную историческую площадку для досуга посетителей. Объектом исследования выступило PR-продвижение досуговой организации, предметом – его специфика при работе с иностранной аудиторией. Определены ключевые характеристики, присущие анализируемой досуговой организации, предложены особенности ее PR-продвижения. Составлена матрица SWOT-анализа PR-деятельности компании, содержащая сильные и слабые стороны связей с общественностью оранжереи, а также актуальные возможности и угрозы внешней среды для этой деятельности. Проанализированы медиастатистика учреждения и поисковые запросы интернет-пользователей. Приведены результаты изучения опыта лучших зарубежных и российских конкурирующих организаций. Представлены данные опроса, проведенного среди иностранных граждан, временно находящихся на территории Санкт-Петербурга, с целью определения их информированности об анализируемой организации и оценки уровня удовлетворенности данной категории потребителей качеством предоставляемых компанией услуг. На основе результатов исследования сформулирован ряд рекомендаций по совершенствованию PR-продвижения оранжереи Таврического сада, направленного на иностранных посетителей. Результаты исследования могут быть востребованы практиками в области управления досуговыми организациями при планировании и проведении PR-мероприятий, направленных на привлечение внимания иностранной аудитории к подобного типа площадкам.

Ключевые слова: связь с общественностью, иностранная аудитория, медиастатистика, имидж организации, бенчмаркинг, рекламные мероприятия

Цитирование: Розова Н. К., Несмелова А. К. Специфика PR-продвижения досуговой организации // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 256–265. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-256-265>

Введение

Перед организациями сферы досуга зачастую стоят цели, достижение которых возможно только на основе реализации долгосрочных PR-кампаний, что обуславливает необходимость в стратегическом планировании их маркетинговых коммуникаций. В условиях современного развитого рынка развлекательных услуг и постоянно усиливающейся конкуренции между организациями сферы досуга необходима разработка стратегий PR-продвижения подобных компаний. Стратегии PR-продвижения основаны на наборе таких PR-инструментов, как СМИ, презентации, печатные материалы и издания, социальные сети, работа с инфопартнерами, проведение интерактивов, создание новостных поводов и др. [1]. При этом необходимо учитывать особенности, характерные для PR-продвижения в данной сфере бизнеса, к числу которых относятся высокая эффективность event-мероприятий и кросс-промо акций с организациями сферы услуг, а также значительная действенность статей в отраслевых изданиях.

Еще одной особенностью являются сроки проведения PR-кампаний. В случае, если организация ориентируется одновременно на два сегмента – B2B и B2C, отсутствуют

возможность проведения длительных циклических PR-кампаний с регулярной корректировкой и адаптацией креативов к каждому сегменту целевой аудитории. Чаще всего бизнес в сфере досуговых учреждений использует краткосрочные PR-кампании с ограниченным набором каналов продвижения, которые способствуют максимальному охвату целевой аудитории и укладываются в рамки выделенного бюджета.

В проведенном исследовании было использовано следующее определение термина *связи с общественностью (PR)*: PR – это безличная форма коммуникации, которая направлена на то, чтобы вызвать позитивное отношение общественности к бизнесу и тем самым стимулировать продажу товаров или услуг. Определение указанного понятия кратко, емко и непротиворечиво раскрывает его смысл, содержащийся сегодня более чем в пятистах определениях и, в частности, в компромиссном определении «отца науки о связях с общественностью», австро-американского ученого Э. Бернейса, и в альтруистическом, отражающем цели общественной гармонизации, определении американского ученого С. Блэка. С. Блэк

определил *связи с общественностью* как «искусство и науку достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности» [2, с. 17], а Э. Бернейс как «усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот» [3, с. 12].

Объектом исследования является PR-продвижение досуговой организации, предметом – его специфика при работе с иностранными потребителями. Цель исследования – совершенствование PR-продвижения досуговой организации на иностранную аудиторию. Особенности PR-продвижения досуговой организации рассмотрены применительно к петербургской компании ООО «Оранжерея Таврического сада». Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач:

- определение специфических характеристик, значимых для формирования позитивного имиджа досуговой организации;
- диагностика современного восприятия оранжереи иностранцами;
- изучение особенностей PR-продвижения анализируемой компании;
- поиск новых путей продвижения учреждения, нацеленных на иностранную аудиторию.

Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности применения досуговыми организациями разработанных рекомендаций в целях совершенствования их коммуникационной политики в целом и, в частности, PR-продвижения своих услуг при работе с иностранной аудиторией. Некоторые из предложенных рекомендаций в настоящее время внедрены в практическую деятельность оранжереи Таврического сада, и уже доказана их эффективность.

Методы и материалы

Теоретическую и методологическую основу проведенного исследования составляют концепции, теории и идеи зарубежных и отечественных ученых и специалистов в области маркетинговых коммуникаций, результаты прикладных исследований PR-продвижения организаций сферы досуга, а также элементы системного подхода, способствующие научно обоснованному изучению объекта исследования. При решении поставленных задач были использованы такие методы, как индукция, синтез, метод аналогии, бенчмаркинг, SWOT-анализ, анализ медиастатистики, опрос потребителей.

Важной задачей исследования является определение специфических характеристик, присущих ООО «Оранжерея Таврического сада». Оранжерейный комплекс на территории Таврического сада существует с конца XVIII в. Современное здание оранжереи было возведено в Царском Селе в 1900 г. и перевезено в Ленинград в 1935 г. Местонахождение организации является

историческим, на площадке компании проводятся экскурсии, мероприятия как для физических, так и для юридических лиц [4; 5]. Цель организации – предоставление содержательного и рационального досуга жителям и гостям Санкт-Петербурга, удовлетворение культурных потребностей потребителей. Основным источником дохода учреждения является продажа билетов в рекреационную зону. В интерьерах оранжереи кинематографисты сняли эпизоды более двадцати пяти картин, наиболее известной среди которых является сериал «Приключения Шерлока Холмса и доктора Ватсона». Одним из основных видов услуг является предоставление уникальной исторической рекреационной зоны для организации досуга посетителей. На территории оранжереи можно устроить фотосессию, посетить уютное кафе, цветочную лавку, выставки, мастер-классы, концерты, тематические вечера. Компания предоставляет услугу аренды площадки для проведения различных мероприятий.

PR-продвижение организации и ее event-мероприятия направлены на различные аудитории: потребителей культурных услуг (посетителей площадки), спонсоров (если мероприятие носит характер совместного запуска для достижения общей цели в области рекламы), СМИ (для получения большего охвата до или после реализации специальных мероприятий событийного маркетинга).

Результаты

Одним из показателей популярности компании сегодня является интерес, проявляемый к ней в Интернете [6; 7]. В табл. 1 представлена медиастатистика анализируемой организации за 2020 г. Анализ публикаций и медиастатистики свидетельствует о том, что основными средствами PR-коммуникации с целевой аудиторией каждого сегмента являются официальный сайт компании, социальные сети, онлайн-журналы о достопримечательностях Санкт-Петербурга, платформы для путешественников, сайты с билетами на мероприятия площадки, российский медиа-холдинг РБК, новостные порталы города [8–10]. Однако этого недостаточно для коммуникации со всеми сегментами целевой аудитории, на которые ориентируется компания, поскольку выпуск новостной повестки на данных площадках происходит на непостоянной основе, многие публикации выпущены однократно. Более того, на многих площадках не обновляется актуальная информация о работе оранжерейного комплекса. Отметим отсутствие даже на туристических и широко известных сайтах переведенного на иностранные языки контента, что свидетельствует о неготовности площадки к коммуникации с иноязычной аудиторией. Таким образом, можно сделать вывод о том, что организации целесообразно уменьшить количество СМИ-платформ, но осуществлять работу с ними на постоянной основе, поскольку это приведет к увеличению просмотров, охватов, переходов по ссылкам и, как следствие, к повышению узнаваемости организации [11].

Табл. 1. Медиастатистика ООО «Оранжерея Таврического сада» за 2020 г.

Tab. 1. Media Statistics on the greenhouse complex of the Tauride Garden, 2020

Площадка	Количество упоминаний	Рейтинг (негативный / позитивный отклик)
https://vk.com/	1 позиция по ключевому слову «оранжерея»	–
https://kuda-spb.ru/	6	3,3
https://kudago.com/	7	–
https://peterburg2.ru/	1	–
https://www.tripadvisor.ru/	1	3,5
https://www.instagram.com/	более 1000 отмен от посетителей	–
https://spb.zoon.ru/	1	3
https://yandex.ru/maps/	1	4,4
http://www.visit-petersburg.ru/ru/	1	–
https://www.rbc.ru/	9	–
https://spb.kassir.ru/	если проводятся мероприятия	–
https://peterburg.center/	1	–
https://2gis.ru/	1	3,5

На основе использования инструментария Яндекс Wordstat проведен анализ поисковых запросов пользователей, содержащих информацию о профиле деятельности организации, что позволило оценить пользовательский интерес к указанной тематике. Результаты анализа представлены в табл. 2.

Анализ поискового спроса показал, что более частотными являются запросы с указанием региона или адреса, а самым популярным стал ключ с указанием наименования организации – 5136 показов за месяц. Пользователей также интересовали билеты и их цена за посещение рекреационной зоны – 422 и 165 запросов в месяц соответственно.

На сегодняшний день разработано и применено множество современных инструментов в области PR-продвижения для бизнеса развлечений, в особенности – оранжерей. Наиболее успешные зарубежные компании используют в своей деятельности разнообразные креативные средства и способы PR-продвижения. Об этом свидетельствует подготовительный этап международного бенчмаркинга – поиск объектов бенчмаркинга (успешных

Табл. 2. Результаты анализа поискового спроса пользователей

Tab. 2. The results of the analysis of the search demand of users

Поисковый запрос	Показы за месяц
Статистика по словам	
Оранжерея Таврического сада	5136
Петербург оранжерея таврического сада	1344
Оранжерея таврического сада в Санкт-Петербурге цена	1125
Оранжерея таврического сада цена	422
Оранжерея таврического сада в Санкт-Петербурге цена	270
Оранжерея таврического сада билеты	189
Таврический сад оранжерея цена билета	165
Шпалерная 43 оранжерея таврического сада	141
Оранжерея таврического сада режим работы	130
Оранжерея таврического сада СПб	126
Оранжерея таврического сада официальный	122
Оранжерея таврического сада сайт	110
Кафе в оранжерее таврического сада	107
Оранжерея таврического сада официальный сайт	104
Оранжерея таврического сада Санкт-Петербург официальный сайт	103
Оранжерея таврического сада цена билета 2020	69
Оранжерея СПб	1362
Оранжерея СПб ботанический	240
Оранжерея ботанического сада СПб	230
Таврическая оранжерея СПб	177
Оранжерея таврического сада СПб	126
Кафе оранжерея СПб	120
Работа в оранжерее СПб	45
Оранжерея СПб Чернышевская	39
Оранжерея купить СПб	38
Работа в оранжерее вакансии СПб	38
Оранжерея СПб ботанический сад цена	35
Цветы в СПб оранжерея	20
Оранжерея таврического сада СПб режим работы	19
Лимонад оранжерея СПб	18
Оранжерея таврического сада часы работы	17
Оранжерея Петра Великого СПб	–

зарубежных практик оранжерейных комплексов), его результаты представлены в табл. 3.

Современный иностранный опыт показывает необходимость внедрения digital-инструментов для общения с аудиторией, а также адаптации PR-продвижения на туристов из разных стран мира. За рубежом популярны лекции и научно-популярные мероприятия в онлайн-формате. Востребован и текстовый контент (статьи, пресс-релизы). Тем не менее не существует

универсальной системы для проведения успешной PR-кампании, которая подойдет подобной площадке в любой точке мира, поскольку каждая из них выбирает основной сегмент своей целевой аудитории, с которой ведет большее количество коммуникации. Сравнение опыта PR-продвижения анализируемой организации с PR-практикой подобных ей российских культурных площадок представлено в табл. 4.

Табл. 3. Зарубежный опыт продвижения оранжерейных комплексов
Tab. 3. Foreign experience in promoting greenhouse complexes

Компания	Инструменты PR-продвижения
Бруклинский ботанический сад	мастер-классы по фотографии растений, представление полезной информации о комнатных растениях на официальном сайте
Чикагский ботанический сад	уроки йоги онлайн, дни открытых дверей для детей, мастер-классы по каллиграфии
Денверский ботанический сад	дни бесплатного посещения, выставки-продажи растений, проведение концертов и других мероприятий
Нью-Йоркский ботанический сад	интерактивный мобильный гид, программа для аудио-медитации
Пражский ботанический сад	версии сайта на чешском и английском языках, информация для русскоговорящей аудитории на сторонних ресурсах, дегустация вин
Королевские ботанические сады Кью в Лондоне	познавательные статьи и пресс-релизы на сайте, статьи в картинках, видеоролики о комнатных растениях

Табл. 4. Сопоставительный анализ: опыт лучших российских организаций

Tab. 4. Best practice in Russia: a comparative analysis

Компания	Инструменты PR-продвижения
Оранжерея Таврического сада, г. Санкт-Петербург	проведение концертов, организация банкетов, индивидуальные фотосессии, информация об истории организации на сайте площадки
Оранжерея музея-заповедника «Царицыно», г. Москва	выставки, спецпроекты, онлайн трансляции концертов
Ботанический сад ЮФУ, г. Ростов-на-Дону	выставки-продажи растений, экскурсии, мастер-классы по росписи
Центральный сибирский ботанический сад, г. Новосибирск	выставки-продажи растений, экскурсии, научная деятельность (конференции, изучение биоразнообразия Сибири)

Сопоставительный анализ позволяет сделать вывод о том, что каждая компания, располагаясь в разных городах России, направляет PR-деятельность согласно своей специфике, но:

- не адаптирует ее на иностранную аудиторию;
- не следует общей идее PR-продвижения подобных площадок;
- не задействует все возможности современных онлайн-инструментов;
- продвигает себя традиционными методами и способами, не привлекая значительной доли туристов и молодежной аудитории к посещению подобных рекреационных зон.

Проведен опрос иностранных граждан, временно находящихся и проживающих на территории Санкт-Петербурга, с целью определения их информированности об организации и оценки уровня удовлетворенности качеством предоставляемых компанией услуг. В опросе приняли участие 510 иностранных респондентов из следующих стран: Грузия, Китайская Народная Республика, Республика Казахстан, Республика Молдова, Республика Беларусь, Федеративная Республика Германия, Чехия. Возраст респондентов – от 23 до 35 лет. Распределение опрошенных по половому признаку: женщин – 290, мужчин – 220.

Уровень информированности иностранной аудитории Санкт-Петербурга об анализируемой организации составляет около 57 %, при этом 43 % респондентов вообще не знают о существовании компании и предлагаемых ею услугах. Оценка визуальной узнаваемости оранжереи показала, что только 43 % опрошенных иностранцев представляют, как выглядит рекреационная культурная площадка, остальные респонденты ответили неправильно, даже если посещали данную организацию. Неоднократный опыт пребывания на территории культурной площадки имеют 15, 7% респондентов, 33,3 % опрошенных посещали организацию однократно. Об отсутствии потребительского опыта заявили более половины участников опроса – 51 %. Таким образом, большинство иностранных граждан, гостей и жителей Санкт-Петербурга, либо не знали о наличии культурного комплекса, либо посещали его однократно и не обращались к услугам компании повторно.

Основным источником информации об организации для иностранных граждан в Санкт-Петербурге являются сведения, полученные ими от друзей и знакомых, так ответили 36,4 % респондентов. Более 18 % опрошенных указали в качестве основного источника информации популярные социальные сети, подразумевая под этим посты лидеров мнений, знакомых, случайные публикации в ленте и аккаунт самой компании. Около 9,1 % респондентов отметили, что узнали о комплексе из статей в СМИ, что показывает недостаточную информационную эффективность разовых публикаций в средствах массовой информации. Получена оценка уровня

потребительской удовлетворенности качеством предоставляемых компанией услуг по 5-балльной шкале, где 1 – самая низкая оценка, а 5 – соответственно, самая высокая.

Сводный рейтинг организации, согласно результатам опроса, составил всего 2,4 балла из 5 возможных, что свидетельствует о наличии у комплекса значительных проблем, среди которых посетители ранее отмечали неудовлетворительное состояние помещения, необходимость ремонта, низкий уровень сервиса.

Оценка намерений потребителей рекомендовать компанию своим друзьям и знакомым показала, что около 31,4 % респондентов готовы это сделать, 22,9 % ответили отрицательно, остальные 46,7 % опрошенных затруднились ответить. Полученные данные свидетельствуют о недостаточно высоком уровне лояльности потребителей, представляющих иностранную аудиторию Санкт-Петербурга, что вполне коррелирует с результатами предыдущих этапов исследования. Намерение рекомендовать компанию выразили менее трети положительно ответивших респондентов, но намерение – это не действие, и потребители не всегда его реализуют.

Проведен SWOT-анализ PR-деятельности компании, выявлены ее сильные и слабые стороны, определены возможности и угрозы со стороны внешней среды (табл. 5).

TSWOT-анализ PR-деятельности показал, что, организация имеет значительные преимущества: более чем 200-летнюю историю, устойчивое положение на рынке досуговых организаций Санкт-Петербурга, высокую степень сотрудничества со СМИ, о чем свидетельствуют показатели медиастатистики.

О деятельности и мероприятиях организации жители и гости города могут узнать не только из вышеперечисленных средств информации, но и с помощью площадок для отзывов, тем самым компания старается поддерживать положительный имидж в глазах целевой аудитории. Но в целом комплекс находится в зоне риска: организация не задействует в PR-деятельности современные онлайн-технологии, поэтому она не может идти в ногу с более продвинутыми в онлайн-пространстве конкурентами и противостоять им. Компания не имеет и долгосрочных PR-стратегий. Это касается как онлайн, так и офлайн сферы. Почти все PR-кампании, публикации, мероприятия – однодневные, что, как показали

Табл. 5. SWOT-анализ PR-деятельности оранжереи аврического сада

Tab. 5. SWOT analysis of PR-activity of the Tauride Garden greenhouse

Сильные стороны	Слабые стороны
1) устойчивое положение на рынке досуговых организаций Петербурга; 2) налаженные процессы коммуникации с отраслевыми СМИ; 3) наличие большого количества статей и упоминаний с положительным откликом; 4) круглогодичное предоставление услуг; 5) небольшое количество конкурентов на территории Санкт-Петербурга; 6) выгодное географическое положение по отношению к другим районам города	1) подверженность спроса на услуги сезонным колебаниям (в том числе туристическим); 2) отсутствие команды (наличие 1 специалиста по рекламе и PR); 3) отсутствие четкой долгосрочной стратегии для планирования PR-кампаний; 4) отсутствие языковой адаптации к иностранной аудитории; 5) сезонные болезни растений; 6) отсутствие партнеров-инвесторов
Возможности	Угрозы
1) многообразие СМИ для продвижения организации; 2) наличие организаций смежных отраслей – туристической и event-индустрий; 3) повышенный интерес к досуговым организациям в постпандемический период; 4) наличие в городе потенциальных партнеров, нуждающихся в нестандартных способах продвижения.	1) угрозы со стороны контролирующих органов и администрации (частичный запрет на проведение мероприятий во время пандемии); 2) рост цен на запуск PR-кампании в онлайн-пространстве; 3) высокая конкуренция среди площадок для досуга в медиапространстве Санкт-Петербурга; 4) низкий спрос на развлекательные площадки подобного рода; 5) необходимость ответа за предоставленную в СМИ информацию (случаи с фейк-ньюс); 6) появление более развитых в технологическом плане конкурентов; 7) слабая вовлеченность аудитории в новостную повестку площадки

проведенные исследования, негативно влияет на узнаваемость и имидж организации, на посещаемость и, соответственно, на прибыль.

Проанализировав текущее состояние коммуникаций, можно сделать вывод, что организация PR-кампаний оранжереи Таврического сада выстраивается согласно традиционным методам продвижения. Основными задачами продвижения являются распространение информации для целевой аудитории, получение широкой узнаваемости площадки, формирование положительного имиджа.

Компания имеет значительный потенциал в области кросс-промоушн с туристическими организациями, ресторанами, отелями для привлечения российских и иностранных туристов. Услуги организации имеют выраженную сезонность, что характерно для многих других досуговых учреждений, но компания не стремится работать на полную мощность и сглаживать сезонные колебания за счет грамотно выстроенной PR-программы.

Площадка не адаптирована к иностранной аудитории потребителей. Отсутствуют указатели на иностранных языках, не проводятся экскурсии по рекреационной зоне, меню в кафе и все раздаточные материалы переведены в основном на один, в редких случаях – на 2–3 иностранных языка. Иностранным клиентам трудно понять историю и миссию этой площадки, они не имеют возможности получить полноценную информацию о ней, и, как следствие, в большинстве случаев не посещают данную досуговую организацию.

Согласно данным проведенных исследований, выпуск новостной повестки компании в различных СМИ осуществляется на непостоянной основе, а на многих площадках не обновляется актуальная информация об организации. В связи с этим рекомендуется уменьшить количество платформ в СМИ, но на постоянной основе осуществлять работу с ними, регулярно актуализировать и редактировать информацию об организации, что приведет к повышению ее узнаваемости организации на территории Санкт-Петербурга.

Влияние на имиджевую составляющую культурного продукта – основная задача бизнеса в сфере культурно-просветительских проектов. Возникает потребность в повышении вовлечения иностранных гостей и туристов в деятельность организации. Рекомендуется периодическое (например, ежеквартальное) проведение флешмоб-акций для иностранных туристов и жителей города. Суть акций может заключаться, например, в обмене книг на билеты для посещения (кроссбукинг). Компания имеет однократный опыт проведения такого мероприятия, получившего положительные отзывы посетителей из разных стран в социальных сетях. Опыт проведения флешмобов показал их высокую эффективность, организация получила позитивные отклики в СМИ. Поэтому представляется целесообразным включение флешмобов в программу PR-продвижения компании на регулярной основе.

Оранжерея Таврического сада использует социальные сети как основной канал продвижения и связи с аудиторией, но этого недостаточно для коммуникации с иностранными клиентами, поскольку социальные сети не индексируются в поисковых системах по иноязычным запросам на первых строках поиска. Поэтому рекомендуется в качестве основного PR-канала для взаимодействия с иностранной аудиторией использовать сайт компании, обновив и модифицировав его. Кроме того, в этих целях необходимо разработать мобильное приложение [12], сделать перевод сайта на несколько основных иностранных языков – английский, немецкий, французский, китайский, испанский и итальянский. Поскольку наиболее популярными являются запросы с указанием региона, адреса или наименования компании, предлагается выстраивать SEO-оптимизацию с использованием указанных ключей.

Анализируемая организация представляет собой культурно-просветительский проект, но при этом компания лишена серьезной финансовой поддержки и нуждается в привлечении спонсоров, т. к. она не находится в собственности государства. Для повышения узнаваемости площадки и ее сводного рейтинга, а также исправления недочетов, связанных с состоянием помещения и уровнем сервиса, рекомендуется использовать фандрайзинг с крупным бизнесом. Для привлечения спонсоров необходимо разработать для них специальные предложения с наличием таких пакетов PR-продвижения, как размещение бренда спонсора в социальных сетях площадки, на билетах, в раздаточных рекламных материалах или в экстерьере здания.

Еще одной рекомендацией по совершенствованию PR-продвижения компании является организация тематических кросс-промо event-проектов, направленных на разноязычную аудиторию, совместно с высокорейтинговыми ресторанами города [13]. С этой целью необходимо подготовить тематическое event-мероприятие событийного маркетинга, перевести меню на основные иностранные языки, а также привлечь партнеров проекта для дополнительного вовлечения аудитории [14–16].

По результатам проведенного бенчмаркинга организации рекомендуется:

- разработать версии сайта на основных иностранных языках – английском, немецком, французском, китайском, испанском и итальянском;
- проводить экскурсии, а также создать для посетителей интерактивный мобильный гид на всех указанных языках;
- организовывать дни бесплатного посещения и дни открытых дверей для школьников, студентов и пенсионеров с целью сглаживания сезонных колебаний спроса на услуги;
- разработать и предлагать клиентам программу для аудио-медитации;

- осуществлять онлайн трансляции проводимых концертов и иных мероприятий на территории площадки;
- предоставлять площадку для проведения научных конференций для детей и взрослых.

Итак, оценка намерений потребителей рекомендовать компанию своим друзьям и знакомым свидетельствует о недостаточно высоком уровне лояльности потребителей, представляющих иностранную аудиторию Санкт-Петербурга [17–19]. Необходимо разработать программу лояльности потребителей не только на русском, но и на основных иностранных языках с возможностью использования ее мобильной безбумажной версии на основе мобильного приложения [20; 21]. Данные меры помогут иностранцам получить больше информации о площадке и привлекут больший процент иноязычной аудитории среди жителей и гостей Санкт-Петербурга. При осуществлении PR-продвижения оранжереи на иностранную аудиторию необходимо сделать акцент на повышении ее визуальной узнаваемости. Поскольку более 18 % опрошенных иностранцев указали в качестве основного источника информации социальные сети, то именно в этом канале продвижения следует повышать визуальную узнаваемость организации (Instagram, Facebook, ВКонтакте, Tik-Tok).

Для более быстрого прохождения компанией раннего постпандемического периода рекомендуется:

- выделить целевое ядро потребителей (клиентов, приносящих площадке наибольший доход);
- сфокусироваться на работе с наиболее выгодными потребителями в социальных сетях;
- организовать проведение zoom-party с указанной частью целевой аудитории;
- предложить удобные форматы обратной связи, для чего создать новые онлайн-аккаунты;
- транслировать больший объем новостей о площадке, в т. ч. на основных иностранных языках;
- внедрить ежедневный мониторинг упоминаний об организации в СМИ и социальных сетях;
- анализировать информацию, с помощью которой можно будет корректировать свою онлайн- и офлайн-стратегию продвижения;
- создать аккаунт в новой социальной сети Tik-Tok и сопровождать публикации титрами на английском

языке для привлечения дополнительного сегмента целевой аудитории – молодежи;

- снимать познавательные 15-ти секундные ролики об истории оранжереи, публиковать их в социальных сетях площадки и сопровождать мини-комментариями на английском языке.

Внедрение в деятельность организации разработанных рекомендаций будет способствовать совершенствованию PR-продвижения площадки на иностранную аудиторию, позволит закрепить положительные воспоминания посетителей и высокий имидж компании в глазах клиентов, увеличит долю рынка и конкурентоспособность учреждения.

Заключение

Определены специфические характеристики, присущие рассматриваемой досуговой организации, предложены особенности ее PR-продвижения. Собрана медиастатистика компании, проанализирован поисковый спрос пользователей. Выполнен предварительный этап международного бенчмаркинга – выбраны объекты, изучен их опыт в области связей с общественностью. Проведен опрос иностранных гостей Санкт-Петербурга с целью определения уровня информированности и удовлетворенности качеством услуг, предоставляемых ООО «Оранжерея Таврического сада». На базе SWOT-анализа PR-деятельности организации выявлены ее сильные и слабые стороны, внешние возможности и угрозы.

На основе результатов исследования разработан и частично внедрен в практическую деятельность компании ряд рекомендаций по совершенствованию ее PR-продвижения, ориентированного на иностранных гостей Санкт-Петербурга. Реализация всех предложений будет способствовать повышению эффективности PR-продвижения, улучшит имидж и конкурентоспособность организации.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

Литература

1. Арнаутова Е. М., Кэмерон Г. Т., Олт Ф. Х., Уилкоккс Д. Л. Самое главное в PR / пер. с англ. В. Елизарова, Н. Качановой, под ред. К. А. Ивановой. СПб.: Питер, 2004. 558 с.
2. Блэк С. Паблик рилейшенз. Что это такое? М.: Модино пресс, 1989. 240 с.
3. Бернейс Э. Л. Связи с общественностью / пер. А. Айзенштадт. М.: ВШЭ; Никколо М, 2019. 463 с.
4. Смирнова В. С. Ботанические сады Санкт-Петербурга и Ленинградской области // Колпинские чтения по краеведению и туризму: мат-лы межрегион. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Санкт-Петербург, 26 марта 2019 г.) Санкт-Петербург, 2019. Ч. 2. С. 149–157.
5. Арнаутова Е. М. История оранжерейных коллекций Ботанического сада Петра Великого // Hortus botanicus. 2015. Т. 10. С. 25–38. DOI: 10.15393/j4.art.2015.3102

6. Радькова Н. О. Теоретические аспекты медиапланирования // Вестник Брянского государственного технического университета. 2016. № 5. С. 277–285. DOI: 10.12737/article 58f9c4da062a22.97116398
7. Артамонова Д. Е. Инновационный подход к стратегическому планированию рекламной кампании // Современные инновации. 2017. № 6. С. 117–119.
8. Львова Е. Н. Медиа-технологии позиционирования современных культурно-досуговых практик в Санкт-Петербурге: возможности и ограничения // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2020. № 2. С. 108–114. DOI: 10.24412/2310-1679-2020-10212
9. Быков А. Е. Аспекты коммуникационного процесса // Инновационная наука. 2020. № 11. С. 89–91.
10. Тараканова Т. С. Интернет-коммуникации в продвижении социально-ориентированных проектов // Технологии PR и рекламы в современном обществе: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 20 марта 2018 г.) Санкт-Петербург, 2018. С. 212–216.
11. Green P. S. Winning PR Tactics: Effective Techniques to Boost Your Sales (Institute of Management). London: Pitman, 1994. 192 p.
12. Wilcox D. L., Nolte L. W. Public Relations Writing and Media Techniques, 2nd ed. N. Y.: HarperCollins, 1995. 514 p.
13. Аржанова К. А., Довжик Г. В., Ионцева М. В. Современные PR-технологии продвижения компании // Компетентность. 2020. № 5. С. 30–36. DOI: 10.24411/1993-8780-2020-10505
14. Маслова В. М. Формирование и продвижение персонального бренда // Образование. Наука. Научные кадры. 2020. № 2. С. 150–152. DOI: 10.24411/2073-3305-2020-10089
15. Парыгина Н. Н., Невзгодина Е. Л. Гудвилл и деловая репутация: сравнительная характеристика // Вестник Омского университета. Серия. Право. 2017. № 4. С. 83–87. DOI 10.25513/1990-5173.2017.4.83-87
16. Несмелова А. К. Событийный маркетинг как инструмент управления вовлеченностью персонала // Наука и бизнес: пути развития. 2019. № 6. С. 174–176.
17. Плешкова Н. А., Несмелова А. К. Разработка event-мероприятий для потребителей водоочистного оборудования ЗАО «Аквафор-Маркетинг» // Интеллектуальный и ресурсный потенциалы регионов: активизация и повышение эффективности использования: мат-лы V Всерос. науч.-практ. конф. (Иркутск, 16 мая 2019 г.) / под науч. ред. А. П. Суходолова, Н. Н. Даниленко, О. Н. Баевой. Иркутск: Байкальский государственный университет, 2019. С. 396–401.
18. Плешкова Н. А., Латков Н. Ю., Латкова Е. В. Позиционирование товара как инструмент повышения конкурентоспособности организации // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 10-3. С. 370–372.
19. Маркеева А. В., Гавриленко О. В. Цифровая платформа как новый экономический актор и новая инстанция социального контроля // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. 2019. № 5. С. 29–48.
20. Скуба Р. В. Потребительская удовлетворенность – основной показатель эффективности маркетинга региональной коммерческой организации // Московский экономический журнал. 2020. № 7. С. 451–457. DOI: 10.24411/2413-046X-2020-10505
21. Писарева Е. В., Сергиенко Е. С. Основные управленческие принципы формирования лояльности потребителей к брендам региональных компаний // Управление. 2018. Т. 6. № 3. С. 40–44. DOI: 10.26425/2309-3633-2018-3-40-44

original article

PR-Promotion of a Recreational Organization

Natalya K. Rozova

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia,
St. Petersburg

Arina K. Nesmelova

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia,
St. Petersburg; nesmelovaarina71@gmail.com

Received 20 May 2021. Accepted 5 Jul 2021.

Abstract: The article introduces some PR-promotion opportunities for the greenhouse complex of the Tauride Garden (St. Petersburg), which provides a unique historical platform for recreational activities and leisure time. The research featured PR-promotion techniques that can be employed by organizations of leisure and recreation, especially when targeting foreign audience. The author defined key characteristics inherent to leisure organizations and the features of their PR-promotion. The paper contains a SWOT analysis, a review of media statistics, a search profile, and an analysis of the best foreign and Russian practices. The study also involved a survey conducted among foreign citizens visiting St. Petersburg, which made it possible to determine their awareness of the leisure opportunities offered by the Tauride Garden and assess the related level of satisfaction. The author proposes a number of recommendations for PR-promotion of the greenhouse complex of the Tauride Garden among foreign visitors.

Keywords: public relations, foreign audience, media statistics, organization image, benchmarking, promotional events

Citation: Rozova N. K., Nesmelova A. PR-Promotion of a Recreational Organization. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 256–265. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-256-265>

Conflict of interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

References

1. Agee V. K., Kameron G. T., Ault Ph. H., Wilcox D. L. *Essentials of Public Relations*, tr. Elizarov V., Kachanova N., ed. Ivanova K. A. St. Petersburg: Piter, 2004, 558. (In Russ.)
2. Black S. *Public relations. What is it?* Moscow: Modino press, 1989, 240. (In Russ.)
3. Bernays E. L. *Public Relations*, tr. Aizenshtadt A. Moscow: VShE; Nikkolo M, 2019, 463. (In Russ.)
4. Smirnova V. S. Botanical Gardens of St. Peterburg and the Leningrad region. *Kolpino readings on local lore and tourism: Proc. Interreg. Sci.-Prac. Conf. with Intern. Participation*, St. Petersburg, 26 Mar 2019. St. Petersburg, 2019, pt. 2, 149–157. (In Russ.)
5. Arnautova E. M. History of the glasshouse collections of the Peter the Great Botanical Garden. *Hortus botanicus*, 2015, 10: 25–38. (In Russ.) DOI: 10.15393/j4.art.2015.3102
6. Rad'kova N. O. Theoretical aspects of mass media planning. *Bulletin of Bryansk State Technical University*, 2016, (5): 277–285. (In Russ.) DOI: 10.12737/article58f9c4da062a22.97116398
7. Artamonova D. E. An innovative approach to strategic planning of an advertising campaign. *Sovremennye innovatsii*, 2017, (6): 117–119. (In Russ.)
8. Lvova E. N. Media technologies of the contemporary cultural-pastime practices' in Saint-Petersburg: opportunities and limitations. *Kultura i obrazovanie: nauchno-informatsionyi zhurnal vuzov kultury i iskusstv*, 2020, (2): 108–114. (In Russ.) DOI: 10.24412/2310-1679-2020-10212
9. Bykov A. E. Aspekts of the communication process. *Innovatsionnaia Nauka*, 2020, (11): 89–91. (In Russ.)
10. Tarakanova T. S. Internet-communications in promoting social-oriented projects. *PR and advertising technologies in modern society: Proc. All-Russian Sci.-Prac. Conf.*, St. Petersburg, 20 Mar 2018. St. Petersburg, 2018, 212–216. (In Russ.)
11. Green P. S. *Winning PR Tactics: Effective Techniques to Boost Your Sales (Institute of Management)*. London: Pitman, 1994, 192.
12. Wilcox D. L., Nolte L. W. *Public Relations Writing and Media Techniques*, 2nd ed. N. Y.: HarperCollins, 1995, 514.
13. Arzhanova K. A., Dovzhik G. V., Iontseva M. V. Modern PR-technologies company promotion. *Competentnost*, 2020, (5): 30–36. (In Russ.) DOI: 10.24411/1993-8780-2020-10505
14. Maslova V. M. Creating and promoting a personal brand. *Obrazovanie. Nauka. Nauchnye kadry*, 2020, (2): 150–152. (In Russ.) DOI: 10.24411/2073-3305-2020-10089

15. Parygina N. N., Nevzgodina E. L. Goodwill and business reputation: comparative analysis. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya: "Pravo"*, 2017, (4): 83–87. (In Russ.) DOI 10.25513/1990-5173.2017.4.83-87
16. Nesmelova A. K. Event marketing as a tool of staff involvement. *Nauka i biznes: puti razvitiya*, 2019, (6): 174–176. (In Russ.)
17. Pleshkova N. A., Nesmelova A. K. Development of events for consumers of water treatment equipment of "Akvafor-Marketing". *Intellektual and resource potentials of the regions: activation and improvement of the efficiency of use: Proc. V All-Russian Sci.-Prac. Conf., Irkutsk, 16 May 2019, ed. Sukhodolov A. P., Danilenko N. N., Baeva O. N. Irkutsk: Baikalskii Gosudarstvennyi universitet*, 2019, 396–401. (In Russ.)
18. Pleshkova N. A., Latkov N. Yu., Latkova E. V. Product positioning as a tool for improving the competitiveness of the organization. *Konkurentnospobnost v globalnom mire: ekonomika, nauka, tekhnologii*, 2017, (10-3): 370–372. (In Russ.)
19. Markeeva A. V., Gavrilenko O. V. Digital platform as a new economic actor and new instance of social control. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 7. Filosofia*, 2019, (5): 29–48. (In Russ.)
20. Scuba R. V. Consumer satisfaction – the basic indicator of marketing efficiency of the regional commercial organization. *Moskovskii ekonomicheskii zhurnal*, 2020, (7): 451–457. (In Russ.) DOI: 10.24411/2413-046X-2020-10505
21. Pisareva E. V., Sergienko E. S. Basic management principles of the formation of consumer loyalty to brands of regional companies. *Upravlenie*, 2018, 6(3): 40–44. (In Russ.) DOI: 10.26425/2309-3633-2018-3-40-44

оригинальная статья
УДК 338.22.01

Как модель тройной спирали инноваций меняет борьбу с COVID-19 в Индии?

Самрат Рэй

Университет Алагатта, Индия, г. Каранкуди; samratray@rocketmail.com

Поступила в редакцию 22.03.2021. Принята в печать 05.05.2021.

Аннотация: Было бы некорректно анализировать масштабы академического капитализма с неуклонным ростом важности предпринимательского университета в соответствии с тенденциями западной образовательной политики. В развивающихся экономиках лишь долгий путь дал надежду на вхождение в число супердержав. В них предпринимательские университеты являются весьма современной концепцией постлиберальной экономики, а изменения правительственных практик и утрата контроля над бюрократическими делами привели к более глубокой инновационной взаимосвязи промышленности, образования и правительства в построении нации. В последние годы произошел серьезный кризис, связанный с пандемией COVID-19, изменивший идеологию, теоретические модели, лежащие в основе экономик благополучных государств, и скорость денежного оборота в обществе. В огромном массиве работ, посвященных исследованиям предпринимательских университетов, очень мало внимания уделяется актуальным вопросам о том, как модель тройной спирали появилась в Индии; как центральное правительство Индии радикально изменило свои убеждения, приняв такую модель в своей инновационной практике, чтобы отстаивать дело создания новых продуктов, экономического благосостояния, разработки продуктов. До настоящего момента не был описан путь, который перевернул ориентацию Индии на импорт медицинских продуктов в сторону создания собственной экспертной и материальной базы для экспорта, тем самым полностью изменив цикл торговли и глобальной логистики в экономической практике здравоохранения. Автором исследована история успеха Индии в использовании модели тройной спирали инноваций в национальной политике и мировой экономике.

Ключевые слова: мировая экономика, предпринимательский университет, подрывные инновации, кризис, национальная политика Индии

Цитирование: Samrat Ray. How Triple-Helix Model of Innovation is Changing the Indian COVID-19 Fight? // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 266–273. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-266-273>

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

original article

How the Triple-Helix Model of Innovation is changing the Indian COVID-19 Fight?

Samrat Ray

Alagappa University, India; samratray@rocketmail.com

Received 22 Mar 2021. Accepted 5 May 2021.

Abstract: It is indeed a great misnomer to analyze the dimensions of academic capitalism with the steady rise of entrepreneurial university in line with Western educational policies. It has been a long journey in emerging underdeveloped economies has given the dream of the next superpower where entrepreneurial universities are a very recent concept of post-liberal economy, change in governmental practices and bureaucratic affairs. This has led to a stronger innovation landscape of industry-education-government nexus in building the nation. Recent years have seen the great crisis of COVID-19 pandemic which has changed the ideologies and theoretical models underlying economically well-off states and the velocity of money circulation. Amidst the huge amount of literature in entrepreneurial university studies, very little work has been done which answers the very pertinent question and covers the research gap. Namely, how the Triple Helix model arrived in India and

how the central government in India dramatically changed its beliefs by inheriting such a model in its innovation practices. The model that championed the cause of bringing about new products, economic welfare and product development. These transformed India's idea of being an importer of healthcare facilities to becoming an expert and exporter of medical facilities, thus completely reversing the cycle of trade and global logistics in healthcare economic practices. This paper works on such an exploratory case study concerning India's success story in employing triple helix model of innovation in national policy practices and world economy.

Keywords: world economy, entrepreneurial university, disruptive innovation, crisis, Indian national policy

Citation: Samrat Ray. How Triple-Helix Model of Innovation is Changing the Indian COVID-19 Fight? *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 266–273. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-266-273>

Introduction

Knowledge management in its nascent form has been a miracle for quite a long time now. It has been a wonder for both advanced as well as emerging economies to dive into various facets of academic maneuvers and educational management. There have been disputable measures relating to control over educational involvement arising out of regional imbalances and cultural transformation. Whereas the East has seen a more conservative approach to education and academic enlightenment, capitalism saw a faster growth in the Western economies. Trade and commerce has been integral to academic capitalism for quite a long time with the opening of the borders and sea shores with travelers across Asia plunging into multifarious trade and dialectical shifts. It is imperative to point out that the very term of Academic capitalism is quite a new field of study in poorer countries like India as well as African countries [1]. Though there has been a rise of multipolar domination in global economic spheres, such countries were under post-colonial stress and traditions deeply influenced by the colonial rulers. Britain transferred its educational practices to a more industry specific curriculum that looked more liberal than those of universities like London School of Economics and Oxford University. These institutions were the founders of Modern day post-independence university structures in India, which saw rise of colonial state level university structures like Delhi [2], Kolkata and Mumbai. The flavors of British Raj still haunted the very corridors of public policies and governance with missing nationalism in educational flora and fauna. Following independence era [3], the then Prime minister of India, Nehru realized that liberal policies towards national growth were necessary for human development in India. These dialects gave rise to autonomy in educational institutes with the birth of highly ranked institutes like IIM, IIT, ISI which still enjoy comparative advantages and autonomy as compared to industry-academic nexus and policy-making strategic initiatives. With markets opening up, foreign investments inflow and favorable balance of payments showed a change in the national monetary policy. This change was also reflected in the national government's agenda of educational policy and subsequent privatization, giving rise to the impetus of academic capitalism which contributed effectively to national income and economic benefits. In India, such political discourses saw rise of socialist blended political

economy. This new strategy put at question the license of raj and bureaucratic hurdles as compared to Western dominance in liberal education and economics of knowledge management. Such Western dominance was obvious with USA championing the goal of industry-led academic initiatives in funded universities across its borders. The advent of innovation hubs and institutes of higher learning contributed to technological progress across the national hinterland during the World War II years. In the Indian subcontinent early educational discourses also believed higher enlightenment work much faster than even French and Scottish schools. The advent of modern day education platform was laid by the travelers from Far East and China; the substantial rise of university structures like Nalanda saw the necessity for practical knowledge. There were indeed vast exchanges of scholarly dialects and schools of thoughts where trade and commerce got interlinked to educational progress creating sustainability with development of novel science and technology in scholarly pursuits. Thus was born the internationalization of educational purposes. Though substantial jolt was felt during the great depression of 1932 when FDR went forward with the Keynesian policies of governmental intervention, post-Keynesian neoclassical discourses and national planning saw the birth of liberal thoughts and free markets dominating the education industry at large. Examples of such knowledge spillovers were born out of Silicon Valley where MIT-led educational practices saw the rise of nexus between industry and academic pursuits with the growth of innovation pockets on route 218 where BELL labs and the likes cooperated in their actions for individual amalgamation of policies towards innovation. In the sense of emerging practices, India did not lag behind. With the opening up of the market after 1991, the government decided to move towards a public-private partnership in skill development targeting grassroots levels and involving society within its technological gambit. Whereas the MIT university industry championed over many facets in the development of new technology with patenting options, Stanford's Technology Venture Program showcased the involvement of different structures in the rise of scientific pursuits. This helped solve global discrepancies, providing solutions which could be implemented in real life situations through university-led incubation mechanisms [4].

The evolution of national intelligentsia seems quite distant whereas the concept of the "Can Subaltern Speak" highlighted in the writings of J. Derrida and professor G.C. Spivak hit upon the concept of post-colonial political economy which rocked the very foundation of national built-up of India. Countries with high heterogeneity like India saw a steady rise of market economic structure with growth amidst destitution, and national well-being saw the educational rise of elites born out of colonial educational structures. In fact, the term Knowledge Economy rose to prominence with the seminal works of Austrian-born economist Machlup relating to production as well as distribution of knowledge in the USA. By 1958, the economist states, such knowledge economy amounted to 30 % of GNP. He is subsequently credited with knowledge measurements with respect to distribution of research and developmental issues. Machlup propounded some thesis relating to:

- knowledge being part and parcel of national budget and income;
- social welfare relating to knowledge economy;
- knowledge relativity to communication technology;
- rise of modern day brain workers;
- knowledge being a unit of economic growth and sustainability [5]¹.

In knowledge management, according to Gilbert Ryle's philosophy, cognitive aspects in knowledge put humans at a beneficial status over animals with respect to cognition and cultural insights [6]. Thus, there rose two schools of thoughts in knowledge management. Namely, acceleration school which propounds the utility and innovation cycle whereas retardation school limits the scope of innovation cycle. OECD Framework of entrepreneurial university model propounds its definition with seven charters [7]:

- leadership as well as governance;
- organization as well as people;
- entrepreneurial thought process in teaching activity;
- path openings to entrepreneurs;
- university-industry relation as basis for knowledge exchanges;
- internationalization;
- measuring impacts of entrepreneurial university structure.

The concept of educational delivery [8] has changed over the last few years with the rise of economic drivers and education, taken as catalysts for regional as well as social developments across various nations moving towards the concept of entrepreneurial universities [9]. According to H. Etzkowitz (2004) [10], the academic revolution is twofold, with one fold moving to research output as a result of teaching endeavors, whereas the second step means economic pursuits added to academic ones [11].

According to H. Etzkowitz, entrepreneurial university can be defined as an organization which reflects patenting and funding of its project-based activities linked to teaching. Whereas, Clark and Kirby presume "entrepreneurial university" is an innovation hotspot, where taking risks and coming to conclusions matters.

North propounds another bright theory of institutions as being game changers in a society. Such notion is well reflected in the Indian Case study analysis too. In 1995, P. F. Drucker stated that idea, mission, actions and productivity lie at the foundation of institutional innovation mechanism [12]. Middlehurst and later McNay have propounded that bureaucracy and corporate practices evolved, while university functioning changed over time [13]. Further on, H. Etzkowitz in 2004 stated that capitalism means autonomy, proportional to positive functioning of entrepreneurial university structure. Krueger and Brazeal stated in 2001 that with increase in graduate involvements into entrepreneurship education, the entrepreneurial university concept acquires higher chances for success [14]. Subsequently, Shapero's Entrepreneurial Event Model reflects on the environmental impacts on entrepreneurial decision impulses, etc. Another important getaway from the so-called helix formation concept is the Timmons model of entrepreneurship where opportunity plays a critical role in achieving success [15]. The Indian scenario portrays a model opportunity in the pandemic situation creating search for innovation and creativity in the time of national emergency.

This research builds on previous research works and global literature available pertaining to national economic policy and development imbibing Triple Helix model as well as discovering the basic foundations of entrepreneurial university concepts. There has been lately a wide research gap in economic implications of university-industry spillover concerning national crisis situations like COVID-19 which is changing the economic landscape of national boundaries. This research work builds on bridging the gap of research work in emerging countries, fighting the pandemic with the help of profound research on triple helix innovation on nationwide vaccination drive.

Materials and methods. This research paper is the result of exploratory case analysis and a few interviews with local medical colleges and vaccination centers in Eastern Indian facility of Kolkata. Various Indian government agencies conscious of triple helix adaptation, relating to economic restructuring, such as NITI Ayog, All India Medical Sciences, and Health Ministry of the Government of India – the pillars of vaccine creation and administration across the nation – have been reviewed. The case study has been built up to evaluate, understand and create a prediction on future scopes and availability of resources for policy implementations nationwide.

¹ Usher A., Cervenán A. Global Higher Education Rankings 2005. Toronto, ON: Educational Policy Institute, 2005, 73.

Case study analysis

Serum Institute of India: One of the best biotechnological companies specializing in vaccine administration with the record number of vaccine delivered till date. It expanded its global scope by acquiring Netherland based Bilthoven Biologicals thus improving on its vaccine production capacity [14]. Particularly, this institute has been selected amidst a range of research institutes that have successfully worked hand in hand with government agencies in India in its fight against COVID-19. Recently this institute has tied up with Merck to produce advanced monoclonal antibodies which is proving to be a global innovation footprint with wide accessibility in the global vaccination drive. AstraZeneca, in nexus with Serum Institute propounded COVISHIELD vaccine that was granted permission to be implemented on 18+ patients by WHO-led strategic expert group. This is in fact a success of the Government of India initiative to create sustainable resistance to the virus. The vaccine was, actually, prepared for global delivery – the first of its achievements in ‘Made in India’ campaign of the government. Shipments were carried out by the Ministry of Foreign Affairs to Bangladesh as well as Canada under its umbrella program of "VaccineMaitri".

Key takeaways:

1. The proposed case under study reflects Triple Helix cooperation in growth and development with the government playing a distinct role of supervisor.
2. The case reflects Timmons' Model of Entrepreneurship with greater focus on resource allocation and opportunity building measures rather than mere business plan.
3. The institute rightly portrayed its technology transfer mechanism through knowledge spillover through tacit knowledge building apparatus [15].
4. Though there was a chance of another Helix build-up towards vaccine administration and logistics, strategic cooperation indulging in careful observance of international bodies resulted in resilient actions.
5. N-helix build-up was estimated due to the internationalization approach of development but neglected due to nationalistic approaches [16].

Analyzing the case of vaccine drive, the Government of India called on startups as well as SMEs to fasten vaccine deployments, thus creating a Triple Helix foundation to fight COVID-19. The second stage was establishing consultation liaison with regional medical facilities, research centers and state-led governments to conduct feasibility studies and clinical trials for several vaccines to be administered. To chart out vaccination drive regional crisis points, morbidity rates and risk clusters were denoted and studied by NITI Ayog, a national planning organization, aided by leading medical research institutes in New Delhi [10]. This rightly displays how entrepreneurial university structure can effectively and economically create innovation funnels. Thus, India jumped into the World's largest vaccination drive praised even by the World Health Organization.

The above case study distinctly demonstrates the foundations of research put into practice via Triple Helix innovation model [17].

Econometric analysis

In these experiments we took into consideration the various indicators of mutual collaborations ranging from producers' publications to the university researchers' data at one to one basis (Tab. 1). The number of coauthored publications dealing with technology transfer in vaccine-related publications was taken into account. The data was calculated according to extensive field work done in collaboration with national research foundations of the Government of India during vaccination drive.

Tab. 1. University-Firm and SS-Firm pairs and spillover collaborations available dataset

Табл. 1. Данные по парам университет – фирма и выборочное исследование – фирма и о вторичном сотрудничестве

Level of analysis	Spillover collaborations	Pairs
University – Firm	1,980	1,226
SS – Firm	2,360	1,755

Tab. 2, in respective graphs, shows an average of functionaries vs. scientists over 136 SSs under experiment within 2005–2021.

Tab. 2. Total number of scientific and technological spillover between Indian universities and private national enterprises

Табл. 2. Общее количество научных и технологических взаимодействий между индийскими университетами и частными национальными предприятиями

University	Coll	University	Coll
EconoUniversity of Bombay (1582)	123	University of Allahabad (136)	22
University of Calcutta (1454)	159	University of Goa (235)	11
University of Patna (1310)	126	Indian Institute of Technology, Guhawati (310)	17
University of Bombay (2532)	90	Indian Institute of Management, Indore (620)	15
University of Patuli (1123)	86	University of Punjab (610)	13
University of Madras (690)	74	University of Rajasthan (315)	14
University of Jharkhand (1034)	73	Indian Institute of management, Tiruchirrapali (202)	13
Polytechnic of Kashmir (543)	62	Vellore Institute of Technology (36)	12

University	Coll	University	Coll
University of Bangalore (1662)	62	University of Pune (210)	12
University of North Bengal (952)	63	Anna university (149)	13
University of Kalyani (1086)	64	Indian Institute of management, Shillong (123)	3
University of Adamas (1021)	50	Indian Institute of management, Visakhapatnam (26)	4
Jaipuria University (710)	53	University of Kerala (233)	5
Anna University (436)	53	University of Gujarat (192)	5
Alagappa University (446)	46	University of Assam (82)	4
Calicut university (536)	43	University of Guwahati (406)	5
Bombay regional university (710)	44	IIPM (46)	4
Amity University (746)	43	IIRM (171)	4
Central university of Jharkhand (320)	43	IIFT (180)	4
Indian Statistical Institute (446)	42	IIFT, Delhi (138)	5
Maulana Abdul Kalam University (263)	36	UPM (110)	3
Indian Institute of Technology Kharagpur (778)	35	University of Calicut (80)	4
Indian Institute of Technology, Bombay (510)	33	EEDI (155)	4
Indian Institute of Technology, Madras (850)	31	IIT, Delhi (34)	3
Indian Institute of Management, Ranchi (236)	26	ISI (90)	2
Indian Institute of management, Bangalore (386)	23	ISI Dehradun (63)	2
Indian Institute of planning (236)	25	University of Garhwali (126)	2
IICB (900)	23	IIM Raipur (24)	2
Jadavpur University (1010)	22	University of Telengana (43)	2

The calculation shows that the top 55 % are in the southern region of India, which is level for vaccine production with the established indices producing a correlation basis for university spillovers. Between the top 15, top 3 are in the Southern region which actively participates in university-firm collaboration with patenting transfer facilities (Tab. 3).

Tab. 3. Regional spillover frequency

Табл. 3. Частота взаимодействий по регионам

Region	Number of collaborations by universities	Frequency, %
Chennai	363	17,2
Kerala	296	14,0
Bangalore	169	7,6
Kolkata	129	5,8
Delhi	57	2,0
Assam	54	2,9

Dependent variability is defined by the tenacity of the individual university to collaborate and be productive in collaboration. The first model takes into consideration the distance and spillover mechanism of university in the given timeframe. Model two reflects the size and variability and also the qualitative measures of university research.

We implement regression analysis using advanced statistical tools to understand the correlation between innovation, university spillover and technology transfer mechanism effects (Tab. 4, Tab. 5).

The two econometric models can be described as:

$$CPS_{SS} = f(m_{SS}, ds_{SS});$$

$$CPS_{SS} = f(m_{SDS}, ds_{SS}, excels_{SS}, star_scientists_{SS}),$$

where f indicates the possible regression function; CPS_{SS} – the capacity building in collaboration; m_{SDS} – the total number of research material; ds_{SS} – the technology spillover in Indian region; $excels_{SS}$ – the staff quality; $star_scientists_{SS}$ – the size of leading scientists concentration indices; this criteria is chosen to differentiate between the top 2 % quality scientists and a greater portion of related university activity with co-authorship.

SS-Scientific sector as defined by clause 201 of research patent of Government of India.

Results show that spillover is having an influence on university industry collaboration outputs. Also, innovation parameters are guided by variability in top-scientist category based on top authorship in journals meaning retrospective patenting mechanism.

Based on the empirical data followed by extensive case analysis and filed experiments a model was generated. It demonstrates social inclusion and the traditional historical Triple Helix model, correctly encapsulating the notion and spirit of multidisciplinary approaches to innovation funnel (Fig.).

Tab. 4. Descriptive statistical analysis of regression variable, in vaccine pharmacogenomics

Табл. 4. Описательный статистический анализ переменной регрессии в фармакогеномике вакцин

Variable	Definition	Observed Values	Mean	Standard deviation	Min	Max
CS _{SS}	Spillover capability	43	2,376	3,271	0,000	12,000
m _{SS}	Number of scientists	43	14,225	12,628	1,000	68,000
ds _{SS}	Distance (km)	43	368,403	201,464	173,901	857,280
excel _{SS}	Scientific impact per scientist	43	266,345	262,247	0,000	1622,110
star_scientists _{SS}	Concentration of leading scientists	43	0,932	1,605	0,000	9,428

Tab. 5. Negative binomial regression formulating prediction of spillovers in university-Firm mutual collaborations regarding vaccine production

Табл. 5. Отрицательная биномиальная регрессия, отражающая прогноз вторичных эффектов при взаимном сотрудничестве университета и предприятия при производстве вакцин

Variable	Model 1	Model 2
m _{SS}	0,045 (0,010)***	0,049 (0,014)***
ds _{SS}	-0,002 (0,002)	-0,001 (0,001)**
excel _{SS}	-0,001	0,002 (0,001)
const	0,396 (0,452)	-0,080 (0,451)
n	43	43
LR chi square α=0	16,75***	15,05***

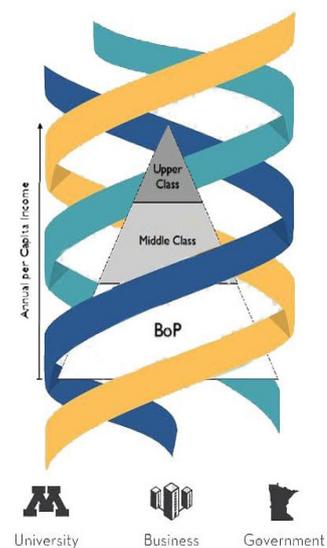
Note: Statistical rationality: the study has a dependent variable pertaining to collaboration; statistical methodology of estimation: negative binomial regression; indicators of statistical significance: * – p<0,10; ** – p<0,05; *** – p<0,01.

The above model not only encapsulates the intrinsic factors of technology spillovers and calculative distances in university industry mechanism. It also has a social essence with a social innovation funnel and inclusion, important for national development goals, pertaining to mass eradication of poverty and maintaining economic stability and resilience during crises like the COVID-19. The model develops on historical nexus models of entrepreneurial university goals in advanced countries and can also be implemented in emerging economies like India. The uniqueness of this model concerns growth formulations in regions with disparity in income distribution indices.

Analysis

While stability of governmental policy is highly linked to national investments and stability in currency fluctuations and devaluations, human knowledge also receives comparative advantages if nurtured via innovation channels. There is substantial literature, where colonial influences in university structures even after declaration of independence in countries like India were proved, but it took the government considerable courage to change its outlook towards knowledge practices [18]. The central government with its

Fig. Amalgamation model of innovation
Рис. Модель объединения инноваций



various policy agencies changed their strategy towards health infrastructure during the COVID emergency. Researchers, both private and public industry players, battled in favor of a triple helix foundation to develop and implement newer technologies along with changing times. Not only were such steps necessary but again proved the changing dimensions of innovator-led development of Schumpeterian thoughts into a Neo-Schumpeterian innovation base. The Indian concept is quite unique and is destined to be transplanted for future application in other emerging economies fighting crises. The concept of entrepreneurial university, developed after 1990, though being quite old and not scientifically justified, has gained prominence in emerging countries within the last years. Recent developments related to vaccine developments saw India's prominence in applying Triple Helix for technological transfer [19], knowledge spillovers, as well as patenting policy advancing with the rise of "entrepreneurial scientist". This case study depicts the emergence of innovation strategy, groundbreaking in its conception as related to established scientific facts and theories. There still exists a belief of Triple Helix model unethical intervention as a new innovation funnel. But ethical practices in academic pursuits with the involvement of industrial players must be disrupted.

The COVID crisis proved the beneficial positive sides of the model for the prosperity of the national economy.

Deduction

It is imperative to point out that in Western countries the behavioral and cognitive aspects of knowledge are wide and quite different with respect to emerging countries like India and Russia. Dialectical aspects of knowledge quite perfectly rotate around Hayek's Austrian Economic school philosophy where human action is *prima facie* to development and growth. It took some time for underdeveloped countries to tread the roads to liberal thoughts, imbibing the notion of Triple Helix in its innovation chain [20]. Thus brought forth concept of "Necessity is the mother of all creations" made India rapidly learn from failures of red tapes and involved entrepreneurial university structure 'researchers and scientists' to create knowledge spillovers for national growth and prosperity.

In the time when the whole country with a billion population was aghast with sufferings and deaths due to the deadly virus [21], India trod the paths to rapid mobilization of its frontline healthcare involving industry and research universities to create a global case study which could be used as reference for future generations and policy-makers while dealing with crisis [22]. At the time when death was tolling high, India changed its strategy from being an importer of health devices to becoming an exporter of facilities, highly praised by global agencies like the WHO.

This research work depicts a global platform where India is projected as a model study. The crisis was handled effectively by national policy makers by involving entrepreneurial university concept and building on innovation channels starting a future prospect for other emerging countries to apply its public policy as and when required. This research work belongs to a series of others, showcasing the necessity of nexus among government-industry-academic bodies which can be effectively applied to emerging countries too. Such research once again puts forth advancement of academic capitalism and knowledge economy that can be

a boon to crisis management and creation of governmental approach globally [23]. The research opens up newer channels of thought regarding how effective the Triple Helix Model is in fighting crises like COVID, generating revenue with knowledge as well as creating a welfare function by means of innovation.

Future Research Implications

This particular research work addresses the long-pending research gap in evolution of Triple Helix model in emerging economies like India where great heterogeneity lies amidst mass poverty and inequality. The World Bank in its SDG charter fights for forging gap in knowledge management through sustainable development, the future looks brighter. Hopefully, academicians and policy-makers making literature are ready to create a blueprint for cooperation and build up to the Helix model of innovation. Moreover, as crisis hits back, poorer countries, deprived of resources, can start off the ladder of innovation and create resilient plans at national economic levels.

Conclusion

Despite the changing colours of the pandemic with various strains and logistics of vaccination indulging in further disruption in innovation the need for interconnected research work with multidisciplinary approach is needed to fight the pandemic. The concept of triple helix model of innovation though is quite evolving post liberalisation phases post 1990 saw remarkable utility during the pandemic in India with substantial resource mobilisation and transfer of technology across borders with support from national governments to fight the crisis at large. There is indeed an ideal scenario created with applications of entrepreneurial university models with cross border spillovers which are quite unique and never earlier researched field which requires considerable thought for future academic exploration on how fertile and fruitful can be the model hybridisation of government, industry and university collaboration for benefit of humankind at large.

Conflicting interests: The author declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Etzkowitz H., Leydesdorff L. The Triple Helix: University – Industry – Government relations: a laboratory for knowledge based economic development. *EASST Review*, 1995, 14(1): 14–19.
2. Agrawal A. K. University-to-industry knowledge transfer: literature review and unanswered questions. *International Journal of Management Reviews*, 2001, 3(4): 285–302. DOI: 10.1111/1468-2370.00069
3. Janice V. W., Famiola M. Perceived risks in entrepreneurial process among culinary SMEs. *International Journal of Management and Applied Science*, 2018, 4(11): 21–27.
4. Clark B. R. *Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation*. Oxford: Pergamon, 1998, 163.
5. Altbach P. G. Globalization and the university: myths and realities in an unequal world. *Tertiary Education and Management*, 2005, 10(1): 3–25. DOI:10.1023/B:TEAM.0000012239.55136.4b
6. Audretsch D. B., Lehmann E. E., Warning S. University spillovers and new firm location. *Research Policy*, 2005, 34(7): 1113–1122. DOI: 10.1016/j.respol.2005.05.009

7. Audretsch D. B. *Entrepreneurial society*. N. Y.: Oxford University Press, 2007, 248.
8. Stake R. E. *The art of case study research*. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 1995, 175.
9. Kirby D. A. Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education and Training*, 2004, 46(8/9). DOI:10.1108/00400910410569632
10. Etzkowitz H. The evolution of the entrepreneurial university. *International Journal of Technology and Globalization*, 2004, 1(1): 64–77. DOI:10.1504/IJTG.2004.004551
11. Etzkowitz H., Leydesdorff L. The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of University – Industry – Government relations. *Research Policy*, 2000, 29(2): 109–123. DOI: 10.1016/S0048-7333(99)00055-4
12. Drucker P. F. *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. London: Heinemann, 1985, 258.
13. Middlehurst R. Changing internal governance: a discussion of leadership roles and management structures in UK universities. *Higher Education Quarterly*, 2004, 58(4), 258–279. DOI: 10.1111/j.1468-2273.2004.00273.x
14. Krueger N. F. Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. *Understanding the entrepreneurial mind*, eds. Carsrud A. L., Brannback M. London: Springer, 2009, 51–72. DOI: 10.1007/978-1-4419-0443-0_4
15. Acs Z. J., Braunerhjelm P., Carlsson B., Audretsch D. B. Knowledge creation, entrepreneurship, and economic growth: a historical review. *Industrial and Corporate Change*, 2009, 18(6): 1193–1229. DOI:10.1093/icc/dtp043
16. Sampath P. G., Ayitey D. External opportunities, innovation and industrial growth: The case of GVCs in Africa. *Sustainable industrialization in Africa*, eds. Sampath P. G., Oyelaran-Oyeyinka B. London: Palgrave Macmillan, 2016, 85–12. DOI: 10.1007/978-1-137-56112-1_5
17. Shenoy M. Industrial ecology in developing countries. *Taking stock of industrial ecology*, eds. Clift R., Druckman A. Cham: Springer, 2016, 229–245. DOI: 10.1007/978-3-319-20571-7_11
18. Quartey S. H., Oguntoye O. Understanding and promoting industrial sustainability in Africa through the Triple Helix approach: a conceptual model and research propositions. *Journal of the Knowledge Economy*, 2020. DOI: 10.1007/s13132-020-00660-2
19. Etzkowitz H. Research groups as 'quasi-firms': the invention of the entrepreneurial university. *Research Policy*, 2003, 32(1): 109–121. DOI: 10.1016/S0048-7333(02)00009-4
20. Spivak G. C. Can the subaltern speak? *Marxism and the interpretation of culture*, eds. Nelson C., Grossberg L. Urbana: University of Illinois Press, 1988, 271–313.
21. Bednarzewska K. University – Business – Government the Triple Helix model of innovation. *Managing innovation and diversity in knowledge society through turbulent time: Proc. MakeLearn and TIIM Joint Intern. Conf., Timisoara, 25–27 May 2016*. Bangkok-Celje-Lublin: ToKnowPress, 2016, 109–110.
22. Cai Yu. Implementing the Triple Helix model in a non-Western context: an institutional logics perspective. *Triple Helix*, 2014, 1(1). DOI: 10.1186/s40604-014-0001-2
23. Galvao A., Mascarenhas C., Marques C., Ferreira J., Ratten V. Triple Helix and its evolution: a systematic literature review. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 2019, 10(3): 812–833. DOI: 10.1108/JSTPM-10-2018-0103

оригинальная статья
УДК 338.242.2

Управление конгрессно-выставочной деятельностью в вузе

Антонина Юрьевна Степанова

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия, г. Санкт-Петербург; <https://orcid.org/0000-0001-5337-2682>; stepanova_ayu@spbstu.ru

Поступила в редакцию 21.06.2021. Принята в печать 12.07.2021.

Аннотация: Статья посвящена изучению конгрессно-выставочной деятельности в высших образовательных организациях как эффективного средства продвижения научно-инновационных разработок. Цель работы – выявление основных проблем управления конгрессно-выставочной деятельностью в высших учебных заведениях. Исследование проводилось на материале моделей управления конгрессно-выставочной деятельностью технических вузов Санкт-Петербурга: Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербургского горного университета и Национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики. Сформулированы рекомендации, принципы управления конгрессно-выставочной деятельностью для технических вузов. Описана модель, охватывающая число технологических способов осуществления конгрессной деятельности организаций. Рассмотрены формы научной деятельности, изучены управленческие структуры международных служб и нормативные документы для осуществления управления. Выделены такие проблемы, связанные с управлением конгрессно-выставочной деятельностью, как недостаточная нормативная база для осуществления управления; отсутствие отдельной службы, ответственной за данный вид деятельности; низкий уровень языковой подготовки и навыков межкультурной коммуникации студентов, части профессорско-преподавательского состава и сотрудников; недостаточное мотивационно-стимулирующее обеспечение; отсутствие инициативы со стороны профессорско-преподавательского состава, сотрудников и студентов; недостаточное информирование студентов и профессорско-преподавательского состава о возможностях участия в научных мероприятиях; недостаток знаний у части сотрудников основных аспектов управления конгрессной и научной деятельностью. Сформулирован вывод о взаимосвязи вышеперечисленных проблем и необходимости их комплексного решения.

Ключевые слова: университет, управление инновациями, инновационная деятельность, конгресс, выставка, механизм управления

Цитирование: Степанова А. Ю. Управление конгрессно-выставочной деятельностью в вузе // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 274–279. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-274-279>

Введение

Актуальность исследования объясняется слабой степенью освещенности проблемы. В трудах российских специалистов изучается выставочная деятельность в общем, конгрессной деятельности уделяется недостаточно внимания [1–16]. Анализ более двадцати литературных источников показал, что не определено и не проанализировано управление конгрессно-выставочной и научной деятельностью в высших образовательных организациях [17–24].

В связи с усилением инновационной направленности социально-экономического развития России актуальность приобретают проблемы обеспечения устойчивой динамики инновационных процессов на региональном уровне. Наиболее успешными способами развития конгрессно-выставочной деятельности (КВД), как правило, являются сравнительный анализ, корректировка лучших практик других городов для укрепления собственных брендов, создание уникальных конкурентных преимуществ [25].

На сегодняшний день по причине активной интеграции мирового академического сообщества особенно остро стоит вопрос конкурентоспособности вуза. В связи с этим

уделяется большое внимание как образовательной, так и научной деятельности университета. Научная работа является неотъемлемой частью деятельности образовательного учреждения, а научные достижения – показателем эффективности его работы. Работа по активизации развития вузовской науки представляет особую важность для технических вузов [26].

Цель исследования – выявление основных проблем управления КВД в высших учебных заведениях.

Методы и материалы

Методологической основой исследования является системный подход к изучению экономических явлений и процессов. Исследование развития КВД как коммуникационной деятельности образовательных учреждений проводилось на основе методов логического обобщения, анализа, сравнения. Обоснование содержания теоретических понятий осуществлялось с помощью метода научной абстракции, направлений совершенствования управления КВД – на базе экономико-статистического моделирования.

Рассмотрено управление КВД в технических вузах Санкт-Петербурга на примере Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого (СПбПУ), Санкт-Петербургского горного университета (Университет «Горный») и Национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики (НИУ ИТМО). Выбор данной категории вузов обусловлен следующими критериями: статусом – исследовательский университет, основным направлением деятельности – ведущий технический университет, а также позиционирующим себя как вуз, активно участвующий в конгрессно-выставочной деятельности.

Результаты

Сформулированы основные проблемы, связанные с управлением КВД в технических университетах Санкт-Петербурга:

1. Недостаточная нормативная база для осуществления управления. Отсутствие нормативного документа, который регламентирует работу отдела, отвечающего за КВД, отражается на эффективности управления. Эта проблема может стать преградой для быстрого принятия управленческого решения в ситуации, когда необходимые полномочия не прописаны и отделу необходимо обращаться к вышестоящему руководству.

2. Отсутствие отдельной службы, ответственной за КВД, в некоторых вузах. Это влечет за собой проблемы, главная из которых – недостаточное внимание к реализации форм и, как следствие, торможение развития международной деятельности в целом. Существует и другая ситуация – отдел, ответственный за КВД, есть, однако этот вид деятельности не является главным для подразделения (например, в НИУ ИТМО). В этом случае аналогичные проблемы проявляются в меньшей степени.

3. Низкий уровень языковой подготовки и навыков межкультурной коммуникации студентов, части профессорско-преподавательского состава (ППС) и сотрудников, участвующих в КВД. Для студентов и ППС это закрывает доступ к участию в международной научной активности, для сотрудников – тормозит работу всего отдела и международных служб, для университета – это дополнительная трата бюджетных средств, т. к. необходимо нанимать профессионального переводчика для осуществления коммуникации.

4. Недостаточное мотивационно-стимулирующее обеспечение КВД, отмеченное как респондентами анкеты, так и представителями служб. Из данной проблемы вытекает сопутствующая: низкая мотивация студентов и ППС к участию в КВД. У преподавателей не хватает свободного времени для научной активности, т. к. в связи с небольшой заработной платой им приходится работать сразу в нескольких местах. У студентов при нынешнем размере стипендии возникает необходимость работать помимо учебы, чтобы обеспечить себе прожиточный минимум.

5. Недостаток квалифицированных кадров в отделах. Управление КВД – сложный процесс, требующий знания навыков управления, межкультурной коммуникации, иностранного языка и специфики работы вуза [4].

6. Отсутствие инициативы к участию в КВД со стороны ППС, сотрудников и студентов. Причины такой проблемы разнообразны, основными из них являются нехватка времени, недостаточное материальное стимулирование и недостаточная осведомленность о возможностях участия в КВД.

7. Недостаточное информирование студентов и ППС о возможностях участия в КВД.

8. Неосведомленность части сотрудников об основных аспектах управления КВД.

Все вышеперечисленные проблемы взаимосвязаны, поэтому для развития КВД необходимо их комплексное решение. Предложена модель, охватывающая некоторые технологические способы осуществления КВД организаций. Представленная на рисунке модель имеет четыре сектора: низкий ресурс – высокая результативность, высокая ресурсно-результативность, низкая ресурсно-результативность, высокий ресурс – низкая результативность. Рассмотрим виды КВД, согласно модели:

- высокая ресурсно-результативность. Выставка, конференция, форум относятся к мероприятиям, которые требуют больших вложений для диверсификации и научных исследований и впоследствии достигают коммуникационного результата. Однако они являются самыми эффективными с точки зрения организации и проведения. Несмотря на большие затраты в части организации конференции, этот вид КВД приносит прибыль университету, но нуждается в дополнительном финансировании для удержания своих позиций;
- низкая ресурсно-результативность. Онлайн-мероприятие и мастер класс практически не требуют вложений ресурсов, что и не позволяет достичь максимального результата. В перспективе лучше прекратить вложения инвестиций в данный вид КВД;

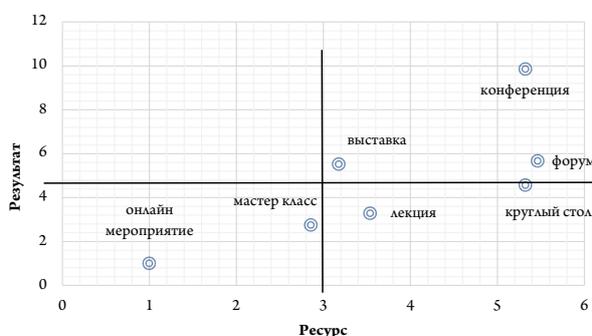


Рис. Модель распределения КВД для целей высшего учебного заведения

Fig. Model of distribution of pressure build-up for the purposes of a higher educational institution

- высокий ресурс – низкая результативность. Лекция и круглый стол – самые неэффективные мероприятия, при этом на их организацию уходит много ресурсов;
- низкий ресурс – высокая результативность.

Заключение

Проанализировано управление КВД в технических университетах Санкт-Петербурга. Рассмотрены формы КВД этих вузов, изучены управленческие структуры. Сделан вывод, что наиболее развитой и имеющей разнообразные формы является КВД СПбПУ. Для технических вузов особую важность представляют выделение развития КВД в качестве значимого фактора конкурентоспособности университета, повышение языкового уровня сотрудников, ППС и студентов и разработка единого нормативного документа, регламентирующего управление КВД.

На основе анализа анкетирования и выявленных проблем сформулирован ряд рекомендаций по совершенствованию управления КВД для технических вузов в целом. Рекомендации адресованы представителям двух групп: руководству вузов и руководителям международных служб.

Рекомендации руководству вузов:

- на уровне стратегических документов вуза выделить развитие КВД в качестве важного фактора конкурентоспособности университета;
- систематически проводить мероприятия, направленные на повышение языкового уровня у ППС, сотрудников и студентов;
- провести повышение квалификации среди сотрудников, включив в программу такие вопросы, как нормативная база управления КВД, управленческая структура КВД.

Литература

1. Романова И. М., Левченко И. Н. Понятие и виды выставочно-конгрессной деятельности // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3. С. 927–931.
2. Воронова О. В., Лящук А. С., Смирнова С. А., Белокурова М. Э. Конгрессно-выставочная деятельность как сфера внешнеэкономической деятельности // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. № 4. С. 103–108. DOI: 10.31775/2305-3100-2019-4-103-108
3. Аселедченко О. М. Развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в условиях конкурентной борьбы и увеличения потребностей // Молодой ученый. 2017. № 2. С. 358–361.
4. Грядов В. А. Состояние и перспективы развития выставочной деятельности в России // Архитектон: известия вузов. 2005. № 2. Режим доступа: http://archvuz.ru/2005_2/21/ (дата обращения: 15.01.2021).
5. Зыкова Н. В. Исследование подходов к оценке эффективности деятельности организаций // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 12. Режим доступа: <https://ekonomika.snauka.ru/2014/12/6529> (дата обращения: 15.01.2021).
6. Лавреникова М. А. Актуализация проблемы оценки эффективности организации конгрессно-выставочных мероприятий в г. Санкт-Петербурге // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2016. № 29. С. 111–116.
7. Карнаухова В. К., Краковская Т. А. Сервисная деятельность. 2-е изд. М.: МарТ; Ростов н/Д.: МарТ, 2008. 254 с.
8. Рубинштейн Е. Д., Блинова О. Н. Выставочная деятельность за рубежом: анализ и перспективы развития // Теория и практика общественного развития. 2015. № 5. С. 45–48.

Рекомендацией для обеих групп стало заключение о необходимости повышения мотивации сотрудников и студентов к участию во всех формах КВД посредством:

- а) материального стимулирования такой активности (создание фиксированной системы вознаграждений);
- б) усиления взаимодействия между сотрудниками, студентами и представителями организаций, заинтересованных в проведении научных исследований;
- в) активного привлечения сотрудников и студентов к участию в международных конференциях, семинарах и выставках.

На основании результатов анкетирования сформулированы основные рекомендации, направленные на совершенствование управления КВД в СПбПУ. Рекомендацией руководству вуза является предложение организовать проведение повышения квалификации для сотрудников и заместителей директоров институтов с целью:

- а) ознакомления с нормативными документами, регламентирующими КВД;
- б) ознакомления со структурой научного комплекса СПбПУ с разъяснением управленческих связей;
- в) ознакомления заместителей директоров с возможностями получения информации о грантах и стипендиях;
- г) активизации работы заместителей директоров по формированию контента сайтов институтов в области КВД.

Реализация рекомендаций позволит решить существующие проблемы, активизировать развитие КВД и повысить конкурентоспособность вуза в международной научной и академической среде.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

9. Евтеев М. А. Развитие выставочной деятельности на территории Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2012. № 4. С. 156–158.
10. Осовцев В. А., Улановская О. Н. Определение цены выставочной площади в зависимости от качества экспонирования // Практический маркетинг. 2017. № 10. С. 30–40.
11. Куркина Н. И. Формирование и развитие интегрированных организационных структур выставочного маркетинга: дис. ... канд. экон. наук. Ростов н/Д., 2011. 176 с.
12. Кушнарева И. Ю., Гомилевская Г. А. Перспективы развития конгрессно-выставочной деятельности в Приморском крае и создания конгресс-бюро в г. Владивостоке // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16333> (дата обращения: 15.01.2021).
13. Александрова Н. В., Филоненко И. К. Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации. М.: ПРОЭКСПО, 2006. 382 с.
14. Архипова О. В. Конгрессно-выставочная деятельность. СПб.: СПбГИЭУ, 2010. 184 с.
15. Критсотакис Я. Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. М.: Ось-89, 1997. 224 с.
16. Петелин В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности. М.: ЮНИТИ-Дана, 2015. 447 с.
17. Улицкий М. П. Оценка эффективности деятельности предприятий. М.: Транспорт, 2014. 143 с.
18. Харин А. А. Инновационная деятельность как важнейшая составляющая региональной научно-технической политики. М.: Изд-во Всемирного технологического университета. 2014. 216 с.
19. Шибина М. А., Морозко Н. И. Оценка эффективности деятельности предприятия // Наука. 2015. Т. 7. № 2. Режим доступа: <https://naukovedenie.ru/PDF/118EVN215.pdf> (дата обращения: 17.01.2021). DOI: 10.15862/118EVN215
20. Карлина М. М. Значение конгрессной и выставочной деятельности в формировании инновационного имиджа региона // Вестн. Астрахан. гос. техн. ун-та. Сер.: Экономика. 2013. № 2. С. 188–193.
21. Зуева С. В. Оптимизация расходов на реализацию выставочно-конгрессной деятельности органов исполнительной власти региона // Финансовая экономика и современное государство / под ред. А. Б. Парфеновой. Ярославль: ЯрГУ, 2016. С. 45–53.
22. Глебова Г. Ф. Классический университет и общеобразовательная школа в открытой региональной системе непрерывного образования: актуальные проблемы взаимодействия // Непрерывное образование: XXI век. 2014. № 1. С. 119–134.
23. Окрепилов В. В. Интеграция академической и вузовской науки в инновационном процессе // Научно-технические ведомости СПбГПУ. 2010. № 4. С. 20–23.
24. Певзнер М. Н., Ширин А. Г. Международная деятельность вуза как средство интернационализации вузовской науки // Успехи современного естествознания. 2007. № 12. С. 85–87.
25. Степанова А. Ю., Кичигин О. Э. Аспекты и проблемы управления конгрессно-выставочной деятельностью в СПбПУ // Цифровая экономика, умные инновации и технологии: сб. тр. Нац. (Всерос.) науч.-практ. конф. с зарубежным участием. (Санкт-Петербург, 18–20 апреля 2021 г.) СПб., 2021. С. 577–580. DOI: 10.18720/IER/2021.1/185
26. Степанова А. Ю., Кичигин О. Э. Эффективность конгрессно-выставочной деятельности университета в области инновационного развития региона // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2021. № 1. С. 132–137.

original article

Management of Congress and Exhibition Activities at the University

Antonina Yu. Stepanova

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia, St. Petersburg; <https://orcid.org/0000-0001-5337-2682>;
stepanova_ayu@spbstu.ru

Received 21 Jun 2021. Accepted 12 Jul 2021.

Abstract: Congress and exhibition activities are an effective means of promoting scientific and innovative development in institutions of higher education. The present research objective was to identify the main problems of managing congress and exhibition activities at universities. The paper focuses on various problems relevant for technical universities of Saint-Petersburg. It describes the experience of Peter the Great Polytechnic University, Saint-Petersburg Mining University, and the National Research University of Information Technologies, Mechanics, and Optics. The author compiled a list of recommendations and principles of management to be used by technical universities when organizing congresses and

exhibitions. The proposed model covers different approaches to congress activities, forms of scientific activity, management structure of international services, and regulatory documents. Universities have neither regulatory framework nor separate service responsible for this type of activity. Students, employees, and most academics lack necessary skills in foreign languages and cross-cultural communication. Moreover, they do not get motivational and stimulating support, hence the lack of initiative. Students and academics receive little information about scientific events. Most employees simply do not know how to organize congresses and conferences. This network of problems needs a comprehensive approach.

Keywords: university, innovation management, scientific and innovative activities, congress, exhibition, management tools

Citation: Stepanova A. Yu. Management of Congress and Exhibition Activities at the University. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 274–279. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-274-279>

Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Romanova I. M., Levchenko I. N. Concept and types of exhibition and congress activity. *Ekonomika i predprinimatelstvo*, 2015, (3): 927–931. (In Russ.)
2. Voronova O. V., Liashchuk A. S., Smirnova S. A., Belokurova M. E. Congress and exhibition activity as a field of foreign economic activity. *Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management*, 2019, (4): 103–108. (In Russ.) DOI: 10.31775/2305-3100-2019-4-103-108
3. Aseledchenko O. M. Development of exhibition and fair and congress activities in the conditions of competition and increasing needs. *Molodoi uchenyi*, 2017, (2): 358–361. (In Russ.)
4. Griadov V. A. The state and prospects of development of exhibition activities in Russia. *Architecton: Proceedings of Higher Education*, 2005, (2). Available at: http://archvuz.ru/2005_2/21/ (accessed 15 Jan 2021). (In Russ.)
5. Zykova N. V. The study of approaches to assessing organizational effectiveness. *Ekonomika i menedzhment innovatsionnykh tekhnologii*, 2014, (12). Available at: <https://ekonomika.snauka.ru/2014/12/6529> (accessed 15 Jan 2021). (In Russ.)
6. Lavrenikova M. A. Actualization the problem of evaluating the effectiveness of organizing congress and exhibition events in St. Petersburg. *Ekonomika i upravlenie: analiz tendentsii i perspektiv razvitiia*, 2016, (29): 111–116. (In Russ.)
7. Karnaukhova V. K., Krakovskaia T. A. *Service activities*, 2nd ed. Moscow: MarT; Rostov-on-Don: MarT, 2008, 254. (In Russ.)
8. Rubinstein E. D., Blinova O. N. Exhibition activity abroad: analysis and development prospects. *Teoriia i praktika obshchestvennogo razvitiia*, 2015, (5): 45–48. (In Russ.)
9. Evteev M. A. Development of exhibition activities on the territory of the Russian Federation. *Ekonomika i predprinimatelstvo*, 2012, (4): 156–158. (In Russ.)
10. Osovtsev V. A., Ulanovskaya O. N. Determination of the exhibition area price depending on the quality of the exhibition. *Practical marketing*, 2017, (10): 30–40. (In Russ.)
11. Kurkina N. I. *Formation and development of integrated organizational structures of exhibition marketing*. Cand. Econ. Sci. Diss. Moscow, 2011, 176. (In Russ.)
12. Kushnareva I. Yu., Gomilevskaya G. A. Effects of monitoring collective accommodation facilities on a result contribution accommodation facilities in tourism economy region (Primorskii region). *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniia*, 2014, (6). Available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16333> (accessed 15 Jan 2021). (In Russ.)
13. Aleksandrova N. V., Filonenko I. K. *Exhibition management: management strategies and marketing communications*. Moscow: PROEKSP0, 2006, 382. (In Russ.)
14. Arkhipova O. V. *Congress and exhibition activities*. St. Petersburg: SPbGIEU, 2010, 184. (In Russ.)
15. Kritsotakis Ia. G. Trade fairs and exhibitions. *The technique of participation and communication*. Moscow: Os-89, 1997, 224. (In Russ.)
16. Petelin V. G. *Fundamentals of exhibition activity management*. Moscow: IuNITI-Dana, 2015, 447. (In Russ.)
17. Ulitskii M. P., Puschenko I. I. *Evaluation of the efficiency of enterprises*. Moscow: Transport, 2014, 143. (In Russ.)
18. Kharin A. A. *Innovative activity as the most important component of the regional scientific and technical policy*. Moscow: Izd-vo Vsemirnogo tekhnologicheskogo universiteta, 2014, 216. (In Russ.)
19. Shibina M. A., Morozko N. I. Evaluation of the effectiveness of the company. *Nauka*, 2015, 7(2). Available at: <https://naukovedenie.ru/PDF/118EVN215.pdf> (accessed 17 Jan 2021). DOI: 10.15862/118EVN215
20. Karlina M. M. Role of congress and exhibition activity in formation of innovative image of the region. *Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, 2013, (2): 188–193.

21. Zueva S. V. Optimization of expenses on realization of exhibition and congress activities of executive authorities of the region. *Finansovaya ekonomika i sovremennoe gosudarstvo*, ed Parfenova L. B. Yaroslavl: YSU, 2016, 45–53.
22. Glebova G. F. The topical issues of classic university and school cooperation in the regional system of lifelong learning. *Neprevychnoe obrazovanie: XXI vek*, 2014, (1): 119–134. (In Russ.)
23. Okrepilov V. V. Integration of academic and university science in the innovation process. *Nauchno-tekhnicheskiye vedomosti SPbGPU*, 2010, (4): 20–23. (In Russ.)
24. Pevzner M. N., Shirin A. G. International activity of the university as a means of internationalization of university science. *Uspekhi sovremennogo yestestvoznaniya*, 2007, (12): 85–87. (In Russ.)
25. Stepanova A. Yu., Kichigin O. E. Aspects and problems of management of congress and exhibition activity in SPbPU. *Digital economy, smart innovations and technologies: Proc. National (All-Russian) Sci.-Prac. Conf. with foreign participation, St. Petersburg, 18–20 Apr 2021. St. Petersburg, 2021, 577–580. (In Russ.) DOI: 10.18720/IEP/2021.1/185*
26. Stepanova A. Yu., Kichigin O. E. Effectiveness of the university's congress and exhibition activities in the field of innovative development of the region. *Aktual'nye problemy ekonomiki i menedzhmenta*, 2021, (1): 132–137. (In Russ.)

оригинальная статья

УДК 369.5

Совершенствование финансового обеспечения пенсионного страхования в России

Даниил Олегович Черней

Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово; danil-ch@mail.ru

Поступила в редакцию 14.06.2021. Принята в печать 05.07.2021.

Аннотация: Проблеме финансового обеспечения системы обязательного пенсионного страхования в России уделяется большое внимание как в правительственных, так и в научных кругах. В период экономических кризисов нагрузка на социальную сферу страны усиливается, что приводит к обострению нерешенных проблем российской системы пенсионного страхования, возбуждая в обществе повышенный интерес к поиску дальнейших путей ее развития. Цель исследования – на основе анализа механизма формирования финансовых ресурсов системы обязательного пенсионного страхования обосновать необходимость и возможность изменений, направленных на получение дополнительных источников финансирования пенсий, а также на совершенствование подхода к налогообложению доходов различных категорий населения. Предмет – теоретические и прикладные аспекты функционирования системы финансирования пенсионного страхования в России. Исследование базируется на научных трудах отечественных авторов, посвященных решению вышеобозначенной проблемы. Результаты: рассмотрены источники формирования доходной части бюджета Пенсионного фонда РФ, определены основные параметры механизма взимания страховых взносов на обязательное пенсионное страхование. Выявлены такие проблемные места, как зависимость бюджета Пенсионного Фонда от субсидий из федерального бюджета и регрессивная шкала тарифов страховых взносов. Проведено сравнение налоговой нагрузки на оплату труда в России и странах Организации экономического сотрудничества и развития. Выяснено, что дальнейшее развитие системы финансового обеспечения пенсионного страхования должно быть направлено на устранение регрессивного характера взимания страховых взносов, а также на дифференциацию значений налоговой ставки по налогу на доходы физических лиц в зависимости от уровня доходов налогоплательщика.

Ключевые слова: пенсионная система, пенсионная выплата, финансирование страховой пенсии, бюджет Пенсионного фонда, страховой взнос, оплата труда, налоговая нагрузка, прогрессивное налогообложение

Цитирование: Черней Д. О. Совершенствование финансового обеспечения пенсионного страхования в России // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 280–288. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-280-288>

Введение

Финансовое обеспечение расходов на пенсионные выплаты гражданам является одним из наиболее актуальных вопросов социальной политики любого государства, в том числе и Российской Федерации. Сформированная в России система обязательного пенсионного страхования (ОПС) уже долгое время испытывает трудности, связанные с поиском баланса между удовлетворением экономических интересов застрахованных лиц (текущих и будущих пенсионеров) и финансовыми возможностями Пенсионного фонда России (ПФР). Проблема формирования бездефицитного бюджета Пенсионного фонда ставит перед органами государственной власти задачи по модернизации существующего механизма финансирования ОПС.

Актуальность решения проблем, связанных с финансированием ОПС, обусловлена выполняемой данной системой социальной функцией по обеспечению защиты материального или социального положения нетрудоспособной части населения (вследствие старости, инвалидности, выхода на пенсию и т.п.). Соответственно,

бесперебойное функционирование системы ОПС является залогом социальной и экономической стабильности миллионов российских граждан.

Методы и материалы

Теоретическую основу исследования составили труды отечественных авторов, посвященные вопросам финансового обеспечения пенсионного страхования. При рассмотрении сущности пенсионного страхования, а также проблем его реализации в России автор опирался на научные труды С. В. Аксютиной, Н. П. Советовой, И. В. Неспановой, Д. Н. Бобровой, С. А. Бахматова, А. С. Бородавко, Е. В. Семеновой, Ю. Н. Воробьева, Е. И. Воробьевой, С. Ю. Яновой [1–5]. Вопросы, касающиеся финансового обеспечения системы ОПС, изучены в работах С. В. Астанина, Н. К. Жуковской, М. В. Волошиной, Л. Р. Атанесян, О. А. Говориной, Д. М. Карпова, М. Е. Косова, А. А. Лапаева, И. В. Лещуковой, М. Б. Напсо, А. А. Сафонова, Ю. В. Долженковой, М. Л. Седовой, Г. Ф. Фатхисламовой [6–16]. Базой для анализа налоговой нагрузки

на оплату труда в России послужили работы Н. З. Зотикова, Т. А. Ищук, А. С. Баймухаметовой, Р. С. Леухина, А. А. Суслиной, В. Д. Ройка [17–20].

В процессе исследования применялись аналитический и статистический методы, диалектические методы познания: сравнение, логико-смысловой анализ, синтез теории и практики. Проведен анализ нормативно-правовых документов и законодательных актов, характеризующих институциональную структуру системы финансирования ОПС. При рассмотрении основных показателей этой системы применялся статистический метод (использовались данные Росстата, Пенсионного фонда России, Центрального банка РФ), что позволило достоверно оценить ее эффективность.

Результаты

Пенсионное страхование является достаточно распространенным инструментом обеспечения социальной защиты нетрудоспособных слоев общества. В концептуальном плане известны две основные модели пенсионного страхования:

- 1) распределительная (солидарная) модель выполняет социальную функцию и строится на основе соблюдения ключевых принципов социального страхования: солидарности, взаимопомощи и ответственности всех за состояние системы; финансируется за счет социальных (страховых) взносов, взимаемых со всего официально трудоустроенного населения;
- 2) накопительная модель базируется на принципе индивидуальной ответственности за собственное благосостояние при наступлении соответствующего страхового события: работник самостоятельно (или совместно с работодателем) формирует свою будущую пенсию, которая прирастает за счет отчислений на специальный (индивидуальный) пенсионный счет, а также за счет инвестиционного дохода от размещения этих средств на финансовом рынке [2].

В настоящее время в большинстве стран мира применяется смешанная система пенсионного страхования, подразумевающая совмещение двух вышеназванных моделей. При этом, как правило, распределительная модель наиболее эффективна на государственном уровне, а накопительная – на уровне домохозяйств [5].

В России сформирована трехуровневая система выплаты пенсий, которая включает в себя государственное пенсионное обеспечение, ОПС и негосударственное пенсионное обеспечение. Центральным звеном пенсионной системы РФ является ОПС.

Действующий пенсионный механизм подразумевает создание целевого денежного фонда для его дальнейшего использования по поводу осуществления выплат

гражданам, достигшим пенсионного возраста. Данные денежные фонды могут быть как государственными (ПФР), так и негосударственными (негосударственные пенсионные фонды и страховые организации, реализующие пенсионные программы в рамках предоставления услуг по страхованию жизни). При этом имеются отличия в формах, видах и способах организации финансовых отношений: ПФР реализует бюджетно-налоговые принципы, негосударственные организации – страховые [1]. ПФР является государственным внебюджетным фондом, который предназначен для реализации конституционных прав граждан на пенсионное обеспечение. Законодательно установлено, что средства бюджета ПФР являются федеральной собственностью, не входят в состав других бюджетов и изъятию не подлежат. За ПФР закреплена роль государственного страховщика по ОПС. Страховщиками по пенсионному страхованию также могут быть страховые компании и негосударственные пенсионные фонды. Такое страхование рассматривается как добровольное [4].

Пенсионные выплаты по ОПС финансируются за счет страховых взносов, взимаемых с работодателей (организаций, предприятий), граждан, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью, а также других категорий работающих граждан РФ. Распределительно-накопительный характер пенсионной системы РФ проявляется в том, что одна часть поступающих в бюджет ПФР страховых взносов служит источником финансовых ресурсов для обеспечения действующих пенсионеров (распределительная компонента), а другая часть, накапливаемая и инвестируемая с целью приращения пенсионных средств, является основой для выплаты будущим пенсионерам (накопительная компонента) [16].

Отметим, что соотношение численности людей пенсионного возраста и работоспособных граждан при солидарной пенсионной системе способствует установлению существующих ставок пенсионных взносов, размера пенсионных выплат, а также возраста получения права на пенсионные выплаты [11]. Эффективность функционирования системы обязательного пенсионного страхования в значительной степени зависит от уровня демографической нагрузки на трудоспособное население страны. Наблюдаемые в настоящее время в России негативные демографические явления (снижение текущего уровня рождаемости, рост доли пожилых людей в общей численности населения) приводят к уменьшению численности занятых в экономике граждан, приходящихся на одного пенсионера. Динамика демографической нагрузки на экономику РФ за период с 2013 по 2020 гг. представлена на рис. 1¹.

¹ Старшее поколение // Росстат. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/13877> (дата обращения: 01.04.2021).



Рис. 1. Рост демографической нагрузки на экономику России (2013–2020 гг.)
Fig. 1. Growth in the demographic burden on the Russian economy (2013–2020)

На примере приведенных на рис. 1 данных видно, что если в 2013 г. на одного пенсионера приходилось 1,69 работающих граждан, то в 2020 г. данный показатель снизился до 1,53. Более того, доля пенсионеров, получающих пенсии по старости, достигла практически 80 % от всей численности граждан, состоящих на учете и получающих пенсию в системе ПФР.

Все вышеизложенное позволяет прийти к выводу, что такие факторы, как демографическое старение населения и хронический дефицит бюджета Пенсионного фонда продолжают оказывать дестабилизирующее влияние на функционирование системы ОПС. Для того, чтобы определить пути решения проблемы финансирования Пенсионного фонда, необходимо подробно рассмотреть механизм функционирования системы финансового обеспечения ОПС. Согласно российскому законодательству, доходная часть бюджета ПФР формируется за счет следующих источников:

- страховые взносы;
- средства федерального бюджета (межбюджетные трансферты);
- суммы пеней и иных финансовых санкций;
- добровольные взносы юридических и физических лиц, уплачиваемые ими не в качестве страхователей или застрахованных лиц;
- средства выплатного резерва на выплату накопительной пенсии;
- средства пенсионных накоплений застрахованных лиц, которым назначена срочная пенсионная выплата;
- иные источники, не запрещенные законодательством Российской Федерации [7].

Анализ структуры бюджета Пенсионного фонда за период с 2010 по 2019 гг. отразил динамику основных источников поступлений средств на финансирование ОПС (рис. 2)².

Из приведенных на рис. 2 данных видно, что наибольшую долю от общей суммы поступлений занимают

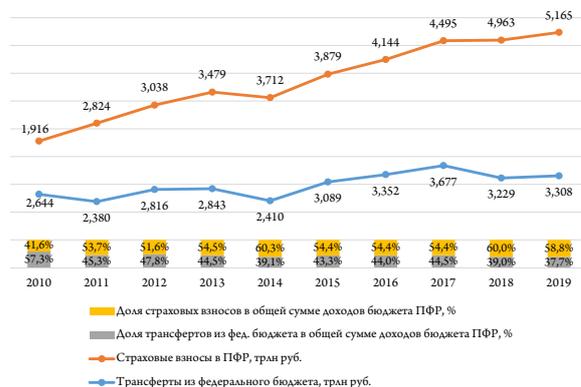


Рис. 2. Динамика и структура основных источников финансового обеспечения ОПС
Fig. 2. Dynamics and structure of the sources of the main financial support of the compulsory pension insurance

страховые взносы на ОПС (в среднем 54,4 % от общей суммы поступлений). В то время как межбюджетные трансферты из федерального бюджета формируют чуть менее половины доходов бюджета ПФР (в среднем 46,2 % от общей суммы поступлений). Это свидетельствует о высокой зависимости доходной части бюджета ПФР от финансовых вливаний из федерального бюджета, а также показывает, что действующий порядок взимания страховых взносов в ПФР не гарантирует достаточного уровня финансового обеспечения системы ОПС.

Итак, в качестве основных источников формирования бюджета ПФР выступают: 1) страховые взносы физических и юридических лиц – обязательные платежи в целях реализации прав застрахованных лиц на получение страхового обеспечения по соответствующему виду обязательного социального страхования [8]; 2) межбюджетные трансферты из федерального бюджета – бюджетные ассигнования, направленные на исполнение публичных нормативных обязательств Пенсионного фонда.

Рассмотрим механизм взимания страховых взносов на ОПС – основной прямой источник финансирования ПФР. Страховые взносы начисляются на все виды оплаты труда, по всем основаниям, из которых исчисляется пенсия [12, с. 72]. Стоит подчеркнуть, что с позиции экономики труда страховые взносы являются превращенной частью заработной платы, резервируемой на тот случай, когда потребуются ее замещение при наступлении страхового события. Выплаты пенсий и пособий происходят за счет этих ранее зарезервированных средств. Все эти выплаты работодателя в международной практике объединяются в понятие *цена рабочей силы* или *цена труда* (*cost of labour*) [20, с. 110].

Уплачиваемая в ПФР совокупная величина страховых взносов, направленная на финансирование системы

² Бюджеты Пенсионного фонда Российской Федерации // Пенсионный фонд Российской Федерации. Режим доступа: https://pfr.gov.ru/order/budzhel_pfr/ (дата обращения: 06.05.2021).

обязательного пенсионного страхования, количественно зависит от размера двух величин: базы налогообложения и тарифа страховых взносов [16, с. 79]. Для основной категории плательщиков страховых взносов установлен тариф в размере 30 %, из них:

- 1) 22 % – на обязательное пенсионное страхование;
- 2) 2,9 % – на обязательное социальное страхование;
- 3) 5,1 % – на обязательное медицинское страхование.

Ежегодно Правительством РФ определяются и устанавливаются лимиты базы для начисления страховых взносов, при превышении которых ставки по взносам становятся меньше либо вообще обнуляются. По состоянию на 2020 г., если доход работника превышает 1,292 млн руб. в год, то ставка страховых взносов на ОПС с суммы сверх этого порога снижается до 10 %, а на социальное страхование – до 0 % при годовом заработке свыше 912 тыс. руб. Размеры тарифов страховых взносов для преобладающей массы плательщиков-работодателей представлены в табл. 1³.

Табл. 1. Регрессивная шкала тарифов страховых взносов (2020 г.), %
Tab. 1. Regressive scale of insurance premium rates (2020), %

Размер фонда оплаты труда на чел. в год	Пенсионный фонд	Фонд социального страхования	Фонд обязательного медицинского страхования
В пределах 912 тыс. руб.	22	2,9	5,1
Свыше 912 тыс. руб.	22	0	5,1
Свыше 1292 тыс. руб.	10	0	5,1

Анализируя механизм формирования поступлений во внебюджетные социальные фонды, можно увидеть, что наличие предельных лимитов на выплаты устанавливает в России регрессивную шкалу тарифов страховых взносов. Среднемесячная заработная плата работников в целом по экономике Российской Федерации в 2020 г. составила 51352 руб.⁴. Сравнивая различные по размерам среднемесячной заработной платы группы российских работников, отметим, что трудящиеся граждане со средними и низкими доходами не могут претендовать на применение льготных ставок. Лишь для работников, получающих ежемесячную заработную плату свыше 76 тыс. руб., начинает действовать нулевая процентная ставка взносов в Фонд социального страхования (ФСС). И только работники, чей ежемесячный заработок превосходит 107,6 тыс. руб., могут воспользоваться пониженной ставкой взносов в ПФР.

Налоги, которыми облагается оплата труда, создают налоговый «клин» – отношение между расходами работодателя на рабочую силу и суммой, которая выплачивается работнику. Стандартная формула расчета налогового «клина» имеет следующий вид [19, с. 54]:

$$\frac{0,13x + 0,3x}{x + 0,3x} \times 100,$$

где x – величина начисленной заработной платы.

Соответственно, формула модифицируется при применении льготных ставок. Для заработной платы на уровне 167 % от средней действует пониженный тариф страховых взносов в ФСС. В таком случае налоговый «клин» рассчитывается:

$$\frac{0,13x + [0,3 \times 912 + 0,271 \times (x - 912)]}{x + [0,3 \times 912 + 0,271 \times (x - 912)]} \times 100.$$

Для заработной платы на уровне 267% от средней действуют пониженные тарифы страховых взносов в ФСС и ПФР, а налоговый «клин» рассчитывается по формуле:

$$\frac{0,13x + [0,3 \times 912 + 0,271 \times 380 + 0,151 \times (x - 1292)]}{x + [0,3 \times 912 + 0,271 \times 380 + 0,151 \times (x - 1292)]} \times 100.$$

Результаты расчета величины налогового «клина» для разных уровней заработной платы представлены в табл. 2.

Расчеты показывают, что при действующей в России системе налогообложения оплаты труда величина налогового «клина» понижается по мере увеличения фонда оплаты труда.

Табл. 2. Налоговый «клин» для разных уровней заработной платы, %
Tab. 2. Tax wedge for different wage levels, %

Уровень дохода на чел. в год	67 % от средней заработной платы	100 % от средней заработной платы	167 % от средней заработной платы	267 % от средней заработной платы
Затраты на оплату труда, тыс. руб.	536,8	801,1	1334,4	2075,2
Заработная плата, тыс. руб.	412,9	616,2	1029,1	1645,3
Страховые взносы, тыс. руб.	123,9	184,9	305,3	429,9
НДФЛ, тыс. руб.	53,7	80,1	133,8	213,9
Налоговый «клин» (% от затрат на оплату труда)	33,1	33,1	32,9	31,0

³ Тарифы страховых взносов по ОПС, ОСС, ОМС для плательщиков, производящих выплаты физическим лицам, на 2020 г., за исключением страхователей, признаваемых субъектами малого или среднего предпринимательства // КонсультантПлюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_93256/6f7704c4ccc0bbe6c4d5b98fe7614fd0f57fa1b/ (дата обращения: 25.05.2021).

⁴ Рынок труда, занятость и заработная плата // Росстат. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries (дата обращения: 29.05.2021).

В 2020 г. средний налоговый «клин» в России в расчете на одного работника, имеющего доход в размере 267 % от средней заработной платы, составлял 31,0 %, что на 2,1 процентных пункта меньше, чем для работников, имеющих средний и низкий уровни заработной платы. При этом в странах, которые входят в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), с уровнем налоговой нагрузки на оплату труда наблюдается обратная ситуация: налоговый «клин» возрастает вместе с ростом заработной платы работника. Сравнение уровня налогообложения заработной платы в России и странах ОЭСР за 2020 г. представлено на рис. 3. Сравнение осуществлялось с данными по налоговому «клину», используемыми в оценках ОЭСР⁵.

Приведенные на рис. 3 данные показывают, что в 2020 г. медианный работник страны ОЭСР, зарабатывающий 67 % от средней заработной платы, имел более низкую долю издержек на оплату труда (30,6 %) по сравнению с российским работником, для которого налоговая нагрузка на труд была выше на 2,5 процентных пункта.

Теперь сравним объемы налоговых поступлений от налогов на труд (подходный налог и социальные взносы) в структуре доходов бюджетной системы РФ с аналогичными показателями в странах ОЭСР. Показатели, характеризующие долю налогов на труд в доходах государственных систем РФ и стран ОЭСР за 2018 г., представлены на рис. 4⁶.

Анализируя приведенные на рис. 4 данные, можно прийти к выводу, что российский бюджет потенциально «не собирает» значительных размеров поступлений по НДФЛ. Удельный вес подоходного налога в консолидированном бюджете РФ значительно ниже, чем в бюджетах странах ОЭСР: 9,8 % против 23,5 %. В то же время доля социальных взносов России вполне сопоставима со странами ОЭСР: 20 % против 25,7 %. Разница обусловлена тем, что ставка подоходного налога является достаточно высокой почти во всех развитых странах мира, а максимальный

предел может достигать 50 % и более. В России в настоящее время основная налоговая ставка НДФЛ составляет 13 %, при этом на доходы физических лиц свыше 5 млн руб. она равняется 15 %. Более того, практически во всех зарубежных странах установлен необлагаемый минимум на уровне прожиточного минимума, а за счет применения прогрессивного налогообложения доходов физических лиц реализуется программа поддержки социально незащищенных слоев населения [17].

Первоочередной мерой по увеличению доходной части бюджета Пенсионного фонда (и системы социального страхования в целом) может служить отмена предельной базы для отчислений во внебюджетные социальные фонды (ПФР и ФСС), что на практике означает переход к «плоской» шкале начисления страховых взносов. Отмена льготных тарифов страховых взносов является первым шагом к установлению более сбалансированного подхода к налогообложению доходов граждан.

Зарубежная практика убедительно доказывает, что увеличение финансовых ресурсов социальной сферы возможно за счет изменения подхода к налогообложению доходов физических лиц. Одним из доступных способов сохранения и преумножения социальных гарантий российских пенсионеров может стать введение полноценной прогрессивной шкалы налога на доходы физических лиц, а именно расширение прогрессивной шкалы налогообложения НДФЛ и отмена НДФЛ для людей с низкими доходами. Повышенные ставки для состоятельных граждан помогут не только компенсировать выпадающие из-за налоговых послаблений средства, но и принесут дополнительные доходы в государственный бюджет для финансовой поддержки пожилых граждан. Введение прогрессивной шкалы НДФЛ не станет тяжелым бременем для подавляющего числа налогоплательщиков, а коснется людей, которые действительно в состоянии уплачивать

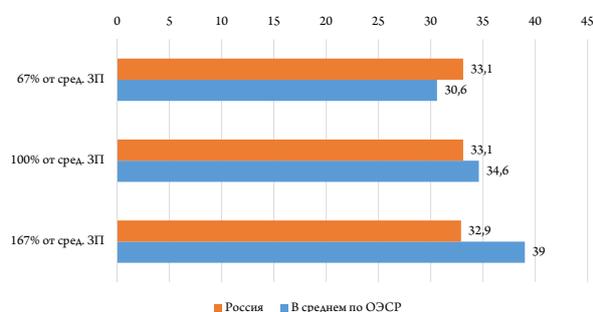


Рис. 3. Налогообложение заработной платы: Россия и ОЭСР (2020 г.)
 Fig. 3. Taxation of wages: Russia and the OECD (2020)

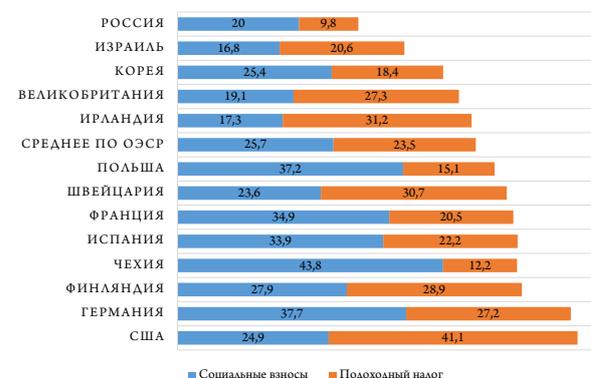


Рис. 4. Доля налогов на труд в доходах государственного бюджета (2018 г.), %
 Fig. 4. Share of taxes on labor in state budget revenues (2018), %

⁵ Taxing Wages 2021. Paris: OECD Publishing, 2021. 651 p. DOI: 10.1787/83a87978-en

⁶ Revenue Statistics 2020. Paris: OECD Publishing, 2020. 345 p. DOI: 10.1787/8625f8e5-en; Краткая информация об исполнении консолидированного бюджета Российской Федерации // Минфин России. Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/ru/statistics/conbud/execute/> (дата обращения: 24.05.2021).

высокие налоги. В 2018 г. доходы свыше 60 тыс. руб. получили 12,4 % граждан. Большая часть населения (23,7 %) получает доходы в диапазоне от 27 до 45 тыс. руб., 18,0 % граждан – от 19 до 27 тыс. руб., 3,4 % граждан – свыше 100 тыс. руб. [18].

Рассмотрим изменение налоговой нагрузки на труд в случае, если часть годового дохода физических лиц, не превышающая годового прожиточного минимума (135612 руб. на 2020 г.), не будет подлежать налогообложению НДФЛ, а страховые взносы будут рассчитываться по единой ставке (30 %) вне зависимости от размера заработной платы. Результаты оценки налогового «клина» в России по уровням заработной платы после применения новой формулы представлены в табл. 3.

Во всех рассматриваемых случаях налоговая нагрузка на оплату труда российских граждан примет прогрессивный характер, т. е. она будет увеличиваться по мере роста заработной платы работника, что соответствует современной практике большинства экономически развитых государств. Сравнение нового уровня налогообложения оплаты труда в России со странами ОЭСР представлено на рис. 5.

Приведенные на рис. 5 данные показывают, что после применения новой формулы налоговая нагрузка на труд российского работника, зарабатывающего 67 % от средней заработной платы, снизится на 3,3 процентных пункта; для работников, зарабатывающих 100 % и 167 % от средней заработной платы, – на 2,2 и 1,1 процентных пункта; для работника, зарабатывающего 267 % от средней заработной платы, налоговая нагрузка возрастет на 1,3 процентных

Табл. 3. Изменение налоговой нагрузки при установлении единой 30 % ставки страховых взносов и необлагаемого минимума по НДФЛ, %

Tab. 3. Change in the tax burden when establishing a single rate of insurance premiums of 30% and a non-taxable minimum for the Income tax, %

Уровень дохода на чел. в год	67 % от средней заработной платы	100 % от средней заработной платы	167 % от средней заработной платы	267 % от средней заработной платы
Затраты на оплату труда, тыс. руб.	536,8	801,1	1337,8	2138,9
Заработная плата, тыс. руб.	412,9	616,2	1029,1	1645,3
Страховые взносы, тыс. руб.	123,9	184,9	308,7	493,6
НДФЛ, тыс. руб.	36,0	62,5	116,2	196,3
Налоговый «клин» (% от затрат на оплату труда)	29,8	30,9	31,8	32,3

пункта. Добавим, что данные изменения будут иметь важное значение для развития системы добровольного пенсионного страхования. Как правило, потребители страховых услуг при принятии решений о заключении договоров страхования руководствуются не инвестиционными факторами, а реальными возможностями (уровнем личных доходов) [3]. Практика показывает, что в самостоятельном формировании пенсионных накоплений наиболее заинтересованы граждане со средним уровнем достатка. Соответственно, рост доходов у данной категории населения создает предпосылки для увеличения количества участников добровольного пенсионного страхования.

Заключение

Система обязательного пенсионного страхования является одним из основных инструментов социальной защиты граждан РФ, в рамках которого происходят выплаты различных видов пенсий населению. Данные выплаты осуществляются за счет финансовых ресурсов, находящихся в распоряжении ПФР и негосударственных пенсионных фондов.

Предложенные в рамках исследования изменения в практике налогового обложения оплаты труда, направленные на устранение регрессивного характера взимания страховых взносов и пересмотр параметров налоговых ставок подоходного налога, положительным образом скажутся не только на стабильности системы ОПС, но и будут стимулировать развитие системы социального страхования в целом.

Однако данные преобразования должны реализовываться с большой аккуратностью, чтобы обеспечить сбалансированный фискальный механизм. В связи с этим, государственным органам необходимо определить оптимальные параметры прогрессии по НДФЛ, т. к. его чрезмерное повышение будет способствовать увеличению доли теневого сектора в экономике, негативным последствием чего будет падение доходной части российского бюджета. Оптимальный вариант создания полноценного прогрессивного налогообложения – поэтапное внедрение многоступенчатой шкалы подоходного налога.

Таким образом, решение проблемы финансового обеспечения системы ОПС расширит финансовые возможности

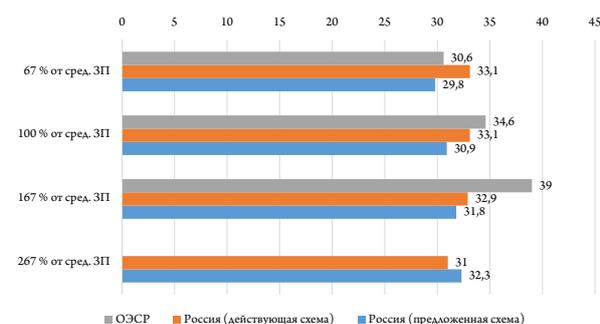


Рис. 5. Налогообложение заработной платы: сравнение
Fig. 5. Taxation of wages: comparison

ПФР, позволит добиться более эффективной защиты интересов застрахованных граждан, а также откроет дополнительный потенциал для развития системы добровольного пенсионного страхования.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Литература

1. Аксюткина С. В., Советова Н. П., Неспанова И. В. Актуальные вопросы пенсионного страхования в Российской Федерации // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10. № 4. С. 1247–1262. DOI: 10.18334/erp.10.4.100860
2. Боброва Д. Н. Обязательное пенсионное страхование в Российской Федерации: социальный эффект // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. № 6. С. 156–162.
3. Бахматов С. А., Бородавко Л. С., Семенова Е. В. Развитие добровольного пенсионного страхования в Российской Федерации // Известия Байкальского государственного университета. 2019. Т. 29. № 2. С. 244–252. DOI: 10.17150/2500-2759.2019.29(2)244-252
4. Воробьев Ю. Н., Воробьева Е. И. Пенсионное страхование в России // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2018. № 3. С. 45–57.
5. Янова С. Ю. Пенсионное страхование: управление риском или регулирование доходов // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. № 5-2. С. 27–36.
6. Астанин С. В., Жуковская Н. К., Волошина М. В. Проблемы дефицита бюджета Пенсионного фонда РФ и возможные способы ее решения // Инновационная наука. 2019. № 9. С. 27–32.
7. Атанесян Л. Р. Структура доходов и расходов бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации // Цифровая наука. 2020. № 1. С. 11–16.
8. Говорина О. А. Теоретические аспекты формирования страховых взносов в российском праве // Вопросы развития современной науки и техники: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Мельбурн, 9 ноября 2020 г.) Мельбурн, 2020. С. 96–100. DOI: 10.24412/cl-36006-2020-1-96-100
9. Карпов Д. М. Способы дополнительного финансового обеспечения бюджета Пенсионного фонда // Финансы и учетная политика. 2020. № 3. С. 14–19.
10. Косов М. Е. Основные проблемы сбалансированности пенсионной системы и разработка подходов к их решению // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2019. Т. 46. № 3. С. 474–484. DOI: 10.18413/2411-3808-2019-46-3-474-484
11. Лапаев А. А. Демографические факторы, определяющие направления развития пенсионной системы Российской Федерации // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 5-3. С. 21–24. DOI: 10.23670/IRJ.2021.107.5.068
12. Лещукова И. В. Доходы пенсионного фонда России // Инновационная наука. 2017. № 11. С. 72–73.
13. Напсо М. Б. Экономико-правовые предпосылки и последствия реформирования пенсионной системы РФ // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2019. № 3. С. 49–62.
14. Сафонов А. Л., Долженкова Ю. В. Факторы финансовой несбалансированности обязательной системы пенсионного страхования: анализ российской практики // Финансы: теория и практика. 2020. Т. 24. № 6. С. 108–122. DOI: 10.26794/2587-5671-2020-24-6-108-122
15. Седова М. А. Сбалансированность бюджета Пенсионного фонда России и проблемы финансовой устойчивости пенсионной системы // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018. № 5. С. 64–70.
16. Фатхлисламова Г. Ф. Влияние тарифной политики Пенсионного фонда России на распределительную и накопительную компоненту пенсионной системы // Государственная служба. 2019. № 6. С. 78–84. DOI: 10.22394/2070-8378-2019-21-6-78-84
17. Зотиков Н. З. Социальная функция налогов и страховых взносов // Вестник Евразийской науки. 2019. Т. 11. № 2. Режим доступа: <https://esj.today/PDF/50ECVN219.pdf> (дата обращения: 12.05.2021).
18. Ищук Т. Л., Баймухаметова А. С. Реформирование шкалы подоходного налогообложения физических лиц в России и республике Казахстан // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2021. № 1. С. 42–48.
19. Леухин Р. С., Суслина А. А. Прогрессивность налогов на труд в России: текущая ситуация и оценка последствий возможных вариантов реформы НДФЛ // Финансовый журнал. 2017. № 6. С. 50–63.
20. Роик В. Д. Пенсионные системы в странах СНГ: итоги преобразований и пути совершенствования // ЭКО. 2019. № 3. С. 94–116. DOI: 10.30680/EC00131-7652-2019-3-94-116

original article

Improving the Financial Support of Pension Insurance in Russia

Daniil O. Cherney

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo; danil-ch@mail.ru

Received 14 Jun 2021. Accepted 5 Jul 2021.

Abstract: The financial support of the compulsory pension insurance system in Russia is receiving much attention both in government and in scientific circles. During economic crises, the load on the country's social sphere increases, which leads to an exacerbation of the unresolved problems of the Russian pension insurance system, arousing in society an increased interest in finding various ways of its development. The purpose of the study was to substantiate the need for additional sources of pension funding, as well as to improve the approach to taxation of incomes of various population categories. The study was based on the analysis of the mechanism for forming the financial resources of the compulsory pension insurance system. It featured theoretical and applied aspects of the pension insurance funding system in Russia. The author reviewed relevant publications by Russian authors, who offered various solution of the above-mentioned problem. The paper focuses on the sources of the budget revenues of the Pension Fund and the main parameters of the mechanism for collecting insurance contributions for compulsory pension insurance. The author defined such problem areas as the dependence of the Pension Fund budget on subsidies from the federal budget and the regressive tariff scale for insurance contributions. The article also contains a comparative analysis of the tax burden on wages in Russia and in the countries of the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). Any further development of the system of pension insurance financial support should be aimed at eliminating the regressive nature of the collection of insurance premiums, as well as at differentiating the values of the tax rate for personal income tax depending on the level of income of the taxpayer.

Key words: pension system, pension payment, funding of an insurance pension, the budget of the Pension Fund, insurance contribution, remuneration, tax burden, progressive taxation

Citation: Cherney D. O. Improving the Financial Support of Pension Insurance in Russia. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 280–288. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-280-288>

Conflicting interests: The author declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Aksyutina S. V., Sovetova N. P., Nespanova I. V. Current issues of pension insurance in the Russian Federation. *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*, 2020, 10(4): 1247–1262. (In Russ.) DOI: 10.18334/epp.10.4.100860
2. Bobrova D. N. Mandatory pension insurance in the Russian Federation: social effect. *Izvestia Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 2019, (6): 156–162. (In Russ.)
3. Bakhmatov S. A., Borodavko L. S., Semenova E. V. The development of voluntary pension insurance in the Russian Federation. *Bulletin of Baikal State University*, 2019, 29(2): 244–252. (In Russ.) DOI: 10.17150/2500-2759.2019.29 (2) 244-252
4. Vorobyov Yu. N., Vorobyova E. I. Pension insurance in Russia. *Scientific Bulletin: finance, banking, investment*, 2018, (3): 45–57. (In Russ.)
5. Yanova S. U. Pension insurance: risk management or income regulation. *Izvestia Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 2019, (5-2): 27–36. (In Russ.)
6. Astanin S. V., Zhukovskaia N. K., Voloshina M. V. Problems of the budget deficit of the Pension Fund of the Russian Federation and possible ways of solving it. *Innovative Science*, 2019, (9): 27–32. (In Russ.)
7. Atanesyan L. R. Structure of income and expenditure of the budget of the Pension Fund of the Russian Federation. *Tsifrovaya nauka*, 2020, (1): 11–16. (In Russ.)
8. Govorina O. A. Theoretical aspects of the formation of insurance premiums in Russian law. *Questions of the development of modern science and technology: Proc. Sci.-Prac. Conf., Melbourne, 9 Nov 2020. Melbourne, 2020, 96–100.* (In Russ.) DOI: 10.24412/cl-36006-2020-1-96-100
9. Karpov D. M. Ways of additional financial support of the Pension Fund budget. *Finance and accounting policy*, 2020, (3): 14–19. (In Russ.)

10. Kosov M. E. Main problems of the balanced pension system and its solution. *Belgorod State University Scientific Bulletin. Economics. Information technologies*, 2019, 46(3): 474–484. (In Russ.) DOI: 10.18413/2411-3808-2019-46-3-474-484
11. Lapaev A. A. The defining demographic factors in the development trajectories of the pension system in the Russian Federation. *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal*, 2021, (5-3): 21–24. (In Russ.) DOI: 10.23670/IRJ.2021.107.5.068
12. Leshukova I. V. Incomes of the pension fund of Russia. *Innovation science*, 2017, (11): 72–73. (In Russ.)
13. Napso M. B. Economic and legal prerequisites and consequences of reforming the pension system of the Russian Federation. *Izvestiia Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomicheskie i iuridicheskie nauki*, 2019, (3): 49–62. (In Russ.)
14. Safonov A. L., Dolzhenkova Yu. V. Factors of financial imbalance in the compulsory pension insurance system: the case of Russia. *Finance: theory and practice*, 2020, 24(6): 108–122. (In Russ.) DOI: 10.26794/2587-5671-2020-24-6-108-122
15. Sedova M. L. Balancing of the Russian Pension Fund's budget and the problems of the pension system's sustainability. *Izvestia Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomiceskogo universiteta*, 2018, (5): 64–70. (In Russ.)
16. Fatkhislamova G. F. Influence of the tariff policy of the Pension Fund of the Russia on the distributional and funded component of the pension system. *Gosudarstvennaya sluzhba*, 2019, (6): 78–84. (In Russ.) DOI: 10.22394/2070-8378-2019-21-6-78-84
17. Zotikov N. Z. Social function of taxes and insurance contributions. *The Eurasian Scientific Journal*, 2019, 11(2). Available at: <https://esj.today/PDF/50ECVN219.pdf> (accessed 12 May 2021). (In Russ.)
18. Ishchuk T. L., Baimukhametova A. S. Reforming the scale of personal income taxation in Russia and the Republic of Kazakhstan. *Izvestia Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomiceskogo universiteta*, 2021, (1): 42–48. (In Russ.)
19. Leukhin R. S., Suslina A. L. Labour taxes progressivity in Russia: ways to reform personal income tax. *Financial Journal*, 2017, (6): 50–63. (In Russ.)
20. Roik V. D. Pension reforms in Russia and Post Soviet Union countries: 1991–2018 years. *ECO*, 2019, (3): 94–116. (In Russ.) DOI: 10.30680/EC00131-7652-2019-3-94-116

16+

Вестник Кемеровского государственного университета.
Серия: Политические, социологические и экономические науки.
Научный журнал

Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and
Economic Sciences. Scientific Journal

Контакты для сотрудничества:

Морозова Елена Алексеевна, главный редактор
morea@inbox.ru

Митько Наталья Викторовна, редактор
8(3842)58-13-01; vs-seriya@yandex.ru

Contacts for co-operation:

Elena A. Morozova, Editor-in-Chief
morea@inbox.ru

Natalia V. Mitko, Editor
8(3842)58-13-01; vs-seriya@yandex.ru

Редакторы выпуска:

Лоншакова К. А., Митько Н. В., Печёнкина Е. А., Рабкина Н. В.

Подписано к печати 16.07.2021.

Дата выхода в свет 16.08.2021.

Печать офсетная. Бумага Sveto Copy.

Формат А 4. Усл. печ. л. – 18,25. Уч.-изд. л. – 15.

Тираж 500 экз. Заказ _____

Цена свободная.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово,
ул. Красная, 6, <http://kemsu.ru>.

Адрес типографии: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000,
г. Кемерово, пр. Советский, 73.