
**ВЕСТНИК
АЛТАЙСКОЙ АКАДЕМИИ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

ISSN 1818-4057

№ 2 2021

Научный журнал

«Вестник Алтайской академии экономики и права»

ISSN 1818-4057

Журнал издается с 1997 года.

Издание включено в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (Перечень ВАК).

Официальный сайт журнала – www.vaael.ru.

Доступ к электронной версии журнала бесплатен. e-ISSN 2226-3977.

Издание официально зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 45458.

Учредитель – Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования «Алтайская академия экономики и права». 656038, Алтайский край, город Барнаул, Комсомольский проспект, 86.

Шифры научных специальностей

08.00.00 Экономические науки

12.00.00 Юридические науки

Все публикации рецензируются.

Журнал индексируется в Российском индексе научного цитирования РИНЦ и научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU.

Номерам и статьям журнала присваивается Цифровой идентификатор объекта DOI.

Выпуск подписан в печать 25 февраля 2021 года

Распространение по свободной цене

Усл. печ. л. 15,1.

Тираж 500 экз.

Формат 60×90 1/8.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

СУЩНОСТЬ, ЦЕЛИ И ВОЗМОЖНОСТИ БИЗНЕС-АНАЛИЗА <i>Абдурахмонов Х. А.</i>	5
АУДИТОРСКАЯ ПРОВЕРКА РИСКОВ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ТУРИЗМЕ И РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ИХ СНИЖЕНИЮ <i>Андреев В. Д., Борисова Т. Г.</i>	10
ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ СЧЕТ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ БРОКЕРСКОГО СЧЕТА В РОССИИ <i>Балдина Е. И., Маиенцева Г. А.</i>	18
МОДЕРНИЗАЦИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ ОРГАНИЗАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ <i>Глызина М. П., Иванова Е. А.</i>	26
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ИНОСТРАННЫХ ГОСУДАРСТВ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ (НА ПРИМЕРЕ ИСЛАМСКОЙ РЕСПУБЛИКИ АФГАНИСТАН) <i>Казакова Г. Я., Фарид И., Чжан Ю., Диалло Ш. Д., Надбитов К. Ю., Горяева Д. В.</i>	32
ФАКТОРЫ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА <i>Кашипов А. В.</i>	38
ВЫБОР МЕТОДА СЕГМЕНТИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ АССИМЕТРИИ <i>Кисляков А. Н., Тихонюк Н. Е.</i>	46
РИСКИ И УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ <i>Кобышева М. С., Володин А. А., Иванов М. В., Феофилова Т. Ю., Манасерян Т. М.</i>	53
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДИН ИЗ ВЕКТОРОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ <i>Косарева Н. В., Адашова Т. А.</i>	61
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПРАКТИКИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ <i>Косова Л. Н., Косова Ю. А.</i>	66
ОСОБЕННОСТИ ПЕРВИЧНОЙ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ НА РЫНКЕ ТРУДА <i>Круглов Д. В., Клюев С. А., Резникова О. С.</i>	75
К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ <i>Можяева Г. В., Александрова Л. Д., Селиванова М. А.</i>	81
АРХИТЕКТУРА ЦИФРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА <i>Подлевских А. П., Фролов А. Л.</i>	89

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА <i>Федюнин Д. В., Безпалов В. В., Автономова С. А., Лочан С. А.</i>	96
---	----

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ <i>Яшин С. Н., Борисов С. А., Кулагова И. А.</i>	106
---	-----

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

КРАТКИЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ УГОЛОВНО-ПРАВОВОЙ БОРЬБЫ С ПРЕСТУПЛЕНИЯМИ В СФЕРЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ <i>Никишин Д. Л., Орешкова Д. О.</i>	116
---	-----

УДК 334:631.1

Х. А. Абдурахмонов

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Пушкин,
e-mail: huseynjon-1@mail.ru

СУЩНОСТЬ, ЦЕЛИ И ВОЗМОЖНОСТИ БИЗНЕС-АНАЛИЗА

Ключевые слова: бизнес-анализ, финансовая устойчивость.

Организация может быть признана финансово устойчивой в том случае, если она имеет защиту от внешних негативных факторов, не имеет высокой степени зависимости от кредиторов и находится вне зоны риска банкротства. Принимая во внимание взаимосвязь и сложную структуру взаимодействия множества составляющих финансовой системы и реальной экономики, измерение финансовой устойчивости достаточно непростая процедура. Есть множество исследований, которые нацелены на попытку найти условия финансовой стабильности при помощи определенных показателей уязвимости финансовой системы. Но действительную ситуацию в отношении финансовой устойчивости, используя некоторое количество показателей, оценить достаточно сложно, особенно в долгосрочной перспективе. В современных условиях необходимы более расширенные методы анализа финансовой составляющей, чем просто комплексный анализ деятельности организации. Именно бизнес-анализ является тем инструментом, который в состоянии охватить самый большой спектр вопросов в отношении выявления потребностей бизнеса и преодоления возникающих сложностей. Для понимания реальной области, которую охватывает современный бизнес-анализ, стоит рассмотреть его определение и сущность.

Н. А. Abdurakhmonov

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Pushkin, e-mail: huseynjon-1@mail.ru

THE ESSENCE, GOALS, AND CAPABILITIES OF BUSINESS ANALYSIS

Keywords: business analysis, financial stability.

An organization can be recognized as financially stable if it has protection from external negative factors, does not have a high degree of dependence on creditors and is not at risk of bankruptcy. Taking into account the relationship and complex structure of interaction between the many components of the financial system and the real economy, measuring financial stability is a rather complicated procedure. There are many studies that try to find the conditions of financial stability using certain indicators of the vulnerability of the financial system. But the actual situation with regard to financial stability, using a certain number of indicators, is quite difficult to assess, especially in the long term. In modern conditions, more advanced methods of analyzing the financial component are needed than just a comprehensive analysis of the organization's activities. It is business analysis that is the tool that is able to cover the largest range of issues in terms of identifying business needs and overcoming emerging difficulties. To understand the real area covered by modern business analysis, it is worth considering its definition and essence.

Введение

При проведении бизнес-анализа финансовой устойчивости предприятия могут быть использованы различные методы или модели анализа. При этом важно осознавать, что бизнес-анализ – это нечто большее, чем анализ хозяйственной деятельности организации. Учитывая новизну данного направления анализа, сегодня не все руководители сельскохозяйственных организаций осознают это различие. Более того, большинство не видят острой необходимости вообще

в применении бизнес-анализа для развития и укрепления своего бизнеса.

Цель исследования состоит в этимологическом исследовании определения «бизнес-анализ», а также в изучении основополагающих концепций бизнес-анализа.

Материал и методы исследования

Методологическую основу исследования составила система теоретических и общенаучных методов познания, таких как анализ и системный подходы.

**Результаты исследования
и их обсуждение**

Для понимания реальной области, которую охватывает современный бизнес-анализ, стоит рассмотреть его определение и сущность. Синергия определений «бизнес» и «анализ» определила появление нового вида исследовательской деятельности на микроуровне. Новые глобальные тенденции в экономике явились причиной возникновению и развитию бизнес-анализа.

На сегодняшний день Международным институтом бизнес-анализа (ИВА) разработан набор знаний в области бизнес-анализа Business Analysis Body of Knowledge 3.0 (BAВOK). В данном своде дается определение бизнес-анализу, определяющее его, как набор задач и методов, которые применяются как связующее звено между заинтересованными сторонами для понимания общей структуры организации, его политики и операций, для принятия последующих управленческих решений [1].

В данном руководстве представлена следующая модель понятий бизнес-анализа (рис. 1).

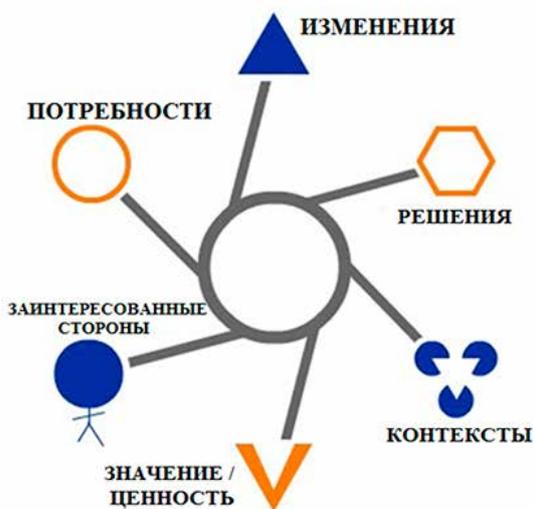


Рис. 1. Модель концепций (понятий) бизнес-анализа [2]

Каждая ключевая концепция – это идея, которая содержит основополагающее значение для практики бизнес-анализа. Все концепции равны и необходимы, а каждая из них определяется другими пятью ключевыми концепциями. Между всеми ними существуют причинно-следственные связи. Взаимосвязь этих концепций образует но-

вую концептуальную модель Бизнес-анализа (рис. 2).

При изменении любой из представленных на рис. 2 концепций происходит пересмотр остальных концепций и их взаимосвязей, что крайне важно. При этом ошибочным решением будет рассматривать их изолированно.

По нашему мнению, понятие «бизнес-анализ» более емкое, чем определение «бизнес-аналитика». Многие зарубежные экономисты придерживаются подобного мнения и относят бизнес-анализ к исследовательским дисциплинам. [4]

По мнению Бариленко В. И., бизнес-анализ необходимо рассматривать, как «этап логического развития комплексного экономического анализа, связанный с изучением бизнес-процессов, бизнес-единиц и бизнес-моделей коммерческих организаций». Бизнес-анализ определяется как средство, способствующее реализации принципов социальной ответственности бизнеса и обеспечивающее определенные условия для эффективного развития отдельных организаций и общества в целом [5].

Горшкова Л.А. считает, что бизнес-анализ – это важный компонент для реализации основных функций управления, планирования или иных функций. Инструмент для ретроспективного и перспективного анализов [6].

Отличие бизнес-анализа от комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности в том, что в первом случае анализируется не только внутренняя деятельность организации, т.е. бизнес, но и проводится исследование внешней среды. В таком случае содержание бизнес-анализа схематично можно изобразить следующим образом (рис. 3).

Каждый из представленных видов анализа на рис. 3 является в достаточной мере изученным. Анализ макроокружения включает в себя анализ налоговой политики, трудового законодательства и других важнейших правовых актов; изучение геополитической системы региона, в котором ведется предпринимательская деятельность; анализ последних достижений в технологии производства и продвижения продукции и др. В процессе анализа бизнеса анализируются бизнес-процессы (технологии их реализации); анализ продукции; анализ состояния (износа) оборудования; анализ и оценка персонала и др.

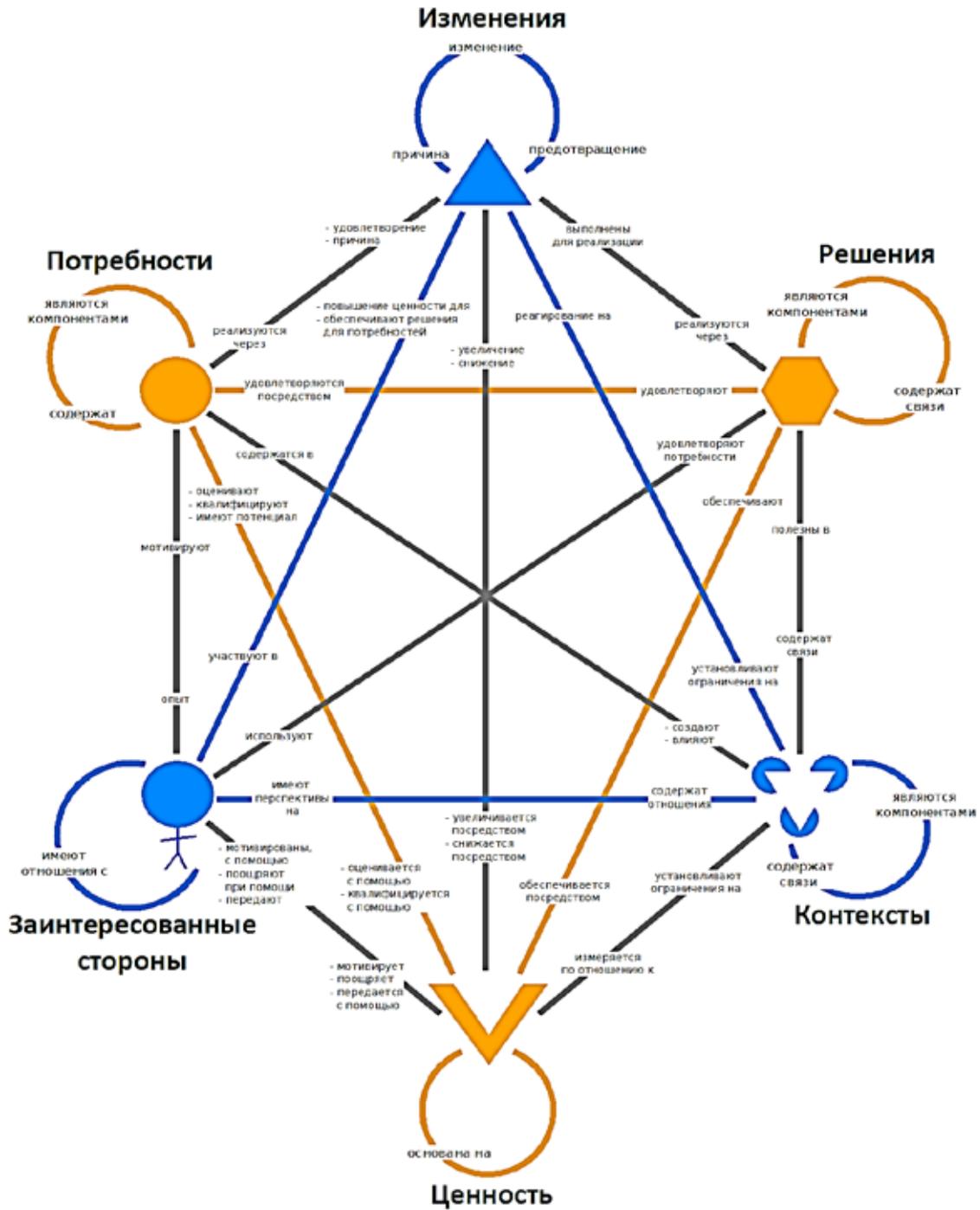


Рис. 2. Новая концептуальная модель связей понятий бизнес-анализа [3]

Следует подчеркнуть, что довольно сложно отделить анализ окружающей среды от анализа бизнеса. Например, анализ требований клиентов предполагает не только изучение потребностей клиентов, но и оценку бизнеса с точки зрения клиентов; анализ конкурентной позиции наряду с оценкой конкурентов включает оценку уровня компании по отношению

к конкурентам [7]. В связи с этим понятие «бизнес-анализ», на наш взгляд, не следует отождествлять ни с одной из перечисленных областей анализа, поскольку данная аналитическая область с одной стороны содержит элементы методологии каждой из перечисленных областей (видов анализа), а с другой-содержит только присущие ей признаки.

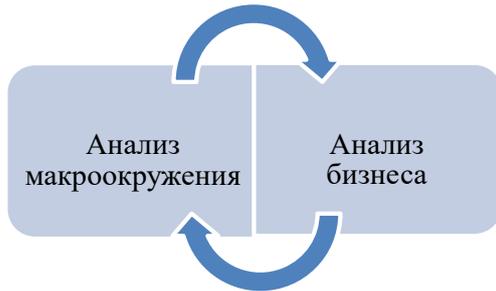


Рис. 3. Структура бизнес-анализа (составлено автором)

Таким образом, содержание бизнес-анализа является комплексным сочетанием этих видов анализов. Тогда содержание бизнес-анализа, на наш взгляд, следует изобразить несколько иначе (рис. 4).

В данном случае мы наглядно убеждаемся, что изменение любого из элементов может привести к изменению другого. Соответственно при попытке принять управленческое решение необходимо рассмотреть взаимосвязь всех элементов и их возможные изменения.

Наиболее полным определением функций бизнес-анализа, на наш взгляд явля-

ется следующее мнение о содержании бизнес-анализа:

- анализ предприятия – бизнес-анализ сосредоточивается на изучении и понимании общих потребностей организации.

- планирование и управление требованиями – определяются основные требования, выполняется управление изменениями.

- сбор требований – описывается методика сбора требований от заинтересованных сторон.

- анализ требований – описываются, разрабатываются и детализируются требования необходимые для дальнейшей успешной реализации.

- коммуникация требований – описываются методики, гарантирующие то, что у всех заинтересованных сторон присутствует общее понимание конкретных требований и последующих способов их реализации.

- проверка и оценка правильности решения – разрабатывается алгоритм, с помощью которого бизнес-аналитик в последствии осуществит проверку правильности предложенного решения.



Рис. 4. Комплексное содержание бизнес-анализа (составлено автором)

Библиографический список

1. BABOK GUIDE – свод знаний по бизнес-аналитике. [Электронный ресурс]. 2021. Дата обновления: 05.02.2021. URL: <https://hsbi.hse.ru/articles/babok-guide-business-analysis-body-of-knowledge/> (дата обращения: 05.02.2021).
2. Мастерская бизнес-анализа. [Электронный ресурс]. 2021. Дата обновления: 05.02.2021. URL: <https://blog.business-analyst.info/2014/05/17/cto-mi-znaem-o-babok-guide-version-3/> (дата обращения: 05.02.2021).
3. База знаний по бизнес-анализу. [Электронный ресурс]. 2021. Дата обновления: 05.02.2021. URL: <https://analytics.infozone.pro/review-article-on-babok-v3-in-russian-download/> (дата обращения: 05.02.2021).
4. Kathleen B Hass, Richard Vander Horst, Kimi Ziemski (2008). From Analyst to Leader: Elevating the Role of the Business Analyst Management Concepts, 2008. 94 p.
5. Бариленко В.И. и др. Основы бизнес-анализа: учебное пособие / под ред. В.И. Бариленко. М.: КНОРУС, 2014. 272 с.
6. Горшкова Л.А. Теория бизнес-анализа: учебное пособие: 2-е изд. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2011. 354 с.
7. Силич В.А., Силич М.П. Моделирование и анализ бизнес-процессов: учеб. пособие. Томск: Изд-во Томск. гос. ун-та систем управления и радиоэлектроники, 2011. 212 с.

УДК 657.6

В. Д. Андреев

Сочинский государственный университет, Сочи, e-mail: andreev_2003@rambler.ru

Т. Г. Борисова

Сочинский государственный университет, Сочи, e-mail: tatyana-borisova@bk.ru

АУДИТОРСКАЯ ПРОВЕРКА РИСКОВ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ТУРИЗМЕ И РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ИХ СНИЖЕНИЮ

Ключевые слова: управленческие решения, управленческий риск; эффективность управленческих решений; оценка процесса принятия решений; стандарты управления рисками; снижение управленческих рисков.

В статье рассматриваются причины управленческих рисков и оплошности в принятии управленческих решений, обосновывается необходимость их аудиторской проверки. Обосновывается предмет аудита управленческих решений, связанный с оказанием туристских услуг. Характеризуется сущность управленческих рисков и требования к управленческим решениям. Дается классификация управленческих рисков на уровне принятия стратегических и тактических решений. Приводится сравнительный анализ современных методов исчисления эффективности управленческих решений, основанных на определении экономических показателей, достижении конечных результатов и целей. Разработана методика проверки соблюдения в исследуемых туристских организациях процесса принятия решений и этапов управленческих процедур, рекомендации по улучшению менеджмента риска. Сформулированы рекомендации по составлению программы управления рисками, направленной на эффективное и непрерывное управление рисками, и являющейся ключевым инструментом повышения эффективности бизнес-процессов. Обоснована необходимость внедрения стандартов для целей, идентификации и эффективных методов воздействия на риски туристской организации, планирования и принятия управленческих решений, устранения или минимизации потерь. Вносятся предложения по выбору критериев оценки эффективности управления рисками по основным компонентам управленческой деятельности и подчеркиваются их достоинства. Детально разбирается группа показателей комплексной оценки эффективности принятия управленческих решений, и вносятся предложения по оптимизации процедур контроля рисков, актуализации их критериев и документированию.

V. D. Andreev

Sochi State University, Sochi, e-mail: andreev_2003@rambler.ru

T. G. Borisova

Sochi State University, Sochi, e-mail: tatyana-borisova@bk.ru

RISK AUDITING OF MANAGEMENT DECISIONS IN TOURISM AND DEVELOPMENT OF ITS REDUCTION MEASURES

Keywords: management decisions, risk management, the effectiveness of management decisions; evaluation of decision-making; risk management standards; reduction of management risks.

The article discusses the reasons for management risks and missteps in making management decisions, justifies the need for their audit. The subject of auditing management decisions related to tourism services is justified. The essence of management risks and requirements for management decisions are described. Management risks are classified at the strategic and tactical decision-making level. A comparative analysis of modern methods for calculating the effectiveness of management decisions based on the definition of economic indicators, achievement of final results and goals is provided. A methodology has been developed to verify compliance in the tourist organizations under study with the decision-making process and stages of management procedures, recommendations for improving risk management. Recommendations are made for developing a risk management program aimed at effective and continuous risk management and is a key tool for improving the efficiency of business processes. The need to implement standards for the purpose, identification and effective methods of influencing the risks of a tourism organization, planning and making management decisions, eliminating or minimizing losses is justified. Proposals are made for the selection of criteria for assessing the effectiveness of risk management for the main components of management activities and their merits are emphasized. A group of indicators for integrated evaluation of management decision-making effectiveness is reviewed in detail, and proposals are made to optimize risk control procedures, update their criteria and document.

Введение

Управленческая деятельность связана с различными вариантами принятия решений, а, следовательно, вероятностью возникновения неблагоприятных результатов, связанных с рисками. Поэтому специалисты в туризме, принимающие и реализующие решения, должны обладать умениями уменьшить появления рисков, или локализовать их негативные последствия.

Без осуществления аудита невозможно оценить эффективность и качество управленческих решений, повысить ответственность, прозрачность и подотчетность в деятельности руководства.

Однако, при принятии решений, нередко, допускаются оплошности: принятие решений в условиях неопределенности и недостатка информации, под влиянием эмоциональных порывов и аффекта; пренебрежение системным и комплексным подходом к учету действия совокупности факторов; немотивированный выбор стратегических решений из множества возможных; принятие решения без учета возможности возникновения риска и предотвращения его последствий.

Риски также возникают из-за спешки и неглубокого экономического изучения варианта действий; использования неполных и недостоверных данных; принятия компромиссных решений, не принимая в расчет истинное положение дел и др.

Все это вызывает необходимость выяснения сущности рисков управленческих решений, их выявления и классификации, анализа причин возникновения, разработки методов проверки и оценки, реализации мероприятий по снижению ущерба от рисков. И здесь, первостепенную роль играет аудит.

Целью исследования является разработка программы и алгоритма проверки рисков управленческих решений в туризме, выбор показателей и оценка эффективности управления рисками, создание оптимальных процедур по выявлению и воздействию на риски, а также мероприятий по их снижению.

Материалы и методы исследования

В исследовании учитывались материалы официальных сайтов Ростуризма и ВТО, международные стандарты аудита и менеджмента, исследовательские статьи и информация из журналов. Проводилась систематизация и классификация материала. Разрабатывались критерии и алгоритм оценки

эффективности принятия управленческих решений, мероприятия по снижению рисков.

Результаты исследования и их обсуждение

Анализ действующей практики свидетельствует о том, чтобы осуществить проверку и оценку управленческой деятельности аудитору необходимо иметь представление об управленческом риске [7].

При этом, как нам представляется, необходимо исходить из того, что управленческая деятельность осуществляется в ситуации неопределенности и связана недостаточностью информации, необходимостью выбора менеджерами альтернативных решений, а также высокой вероятностью неблагоприятных условий реализации. В связи с этим возникает управленческий риск, суть которого заключается в том, что руководитель принимает на себя ответственность за разработку и реализацию управленческого решения без полной гарантии в его положительном результате. Управленческие риски (далее УР) являются частью совокупных рисков туристских фирм и представляют собой набор управленческих ситуаций и решений, возникших в процессе их реализации или спустя некоторое время.

Управленческий риск зависит от компетентности руководителя и рассматривается аудитором по всей цепочке выбора, разработки и его реализации [14].

Предметом аудита управленческих решений могут быть возможные риски, связанные с оказанием туристских услуг, построением структуры управления, выполнением договорных обязательств, использованием оборотных и внеоборотных активов туристской организации, эффективностью работы персонала и др.

Профессионализм работников и последствия риска определяются аудитором по всей цепочке выполнения решений: разработка – выбор – организация работы – исполнение принятого решения [8].

Однако при рассмотрении рисков в сфере управления аудитору целесообразно, на наш взгляд, подразделять их на две группы:

- на уровне принятия стратегических решений: неверный выбор задач организации; переоценка предполагаемого потенциала предприятия; необоснованный прогноз развития общеэкономической ситуации в стране; повышенная оценка ресурсных возможностей турфирмы и т.п.

- на уровне принятия тактических решений: утрата содержательной информации при переходе от стратегического планирования к тактическому; расхождение между тактическими и стратегическими решениями.

Поэтому, аудитору важно выяснить, как в туристской организации относятся к выполнению требований, предъявляемых к управленческим решениям (обоснованность, своевременность, эффективность, непротиворечивость, конкретность, простота, полномочность и др.).

Наряду с этим необходимо принимать к сведению, что решения должны приносить разного рода выгоду, заключающуюся в получении прибыли, сокращении времени на проведение работ, или исполнении принятых норм и стандартов.

В то же время следует принимать в расчет, что при разработке управленческих решений должна выделяться на первый план организационная, экономическая и социальная эффективность [9]. Для аудитора особое значение имеет определение количественно рассчитываемой и управляемой экономической эффективности, которая выражается такими показателями как экономичность, производительность, прибыльность.

В связи с этим аудитору следует обратить внимание на то, как в организации осуществляется контроль эффективности исполнения управленческих решений, который должен осуществляться путем фиксации результатов проведенных мероприятий, анализа отчетной документации, деловых совещаний, корректировки планов, анализа показателей деятельности служб, мотивирования за участие в разработке решений.

На основании данных отчетности необходимо производить анализ и рассчитывать, например, динамику реализации, долю рынка, производительность труда, расчет коэффициентов.

Одновременно с этим следует принимать во внимание, что существуют различные методы исчисления эффективности управленческих решений [12]:

1. Косвенный метод, основанный на сравнении различных вариантов экономических показателей конечной продукции;
2. Метод по конечным результатам, связанный с расчетом эффективности деятельности организации в целом и её отдельных составляющих (видов);

3. Метод связан с оценкой эффекта от управленческого решения при достижении целей, связанных с реализацией временных, ресурсных, финансовых и других стандартов или параметров.

Также аудитору важно установить соблюдение *процесса принятия решений* этапов процедур, в частности, таких как: оценка проблемной ситуации, постановка цели, разработка возможных альтернатив, выбор оптимального варианта решения проблемы, организация и контроль исполнения принятого решения [10].

При этом обращается внимание на обоснованность и правильность использования тех или иных методов принятия решений, которыми могут быть: декомпозиция, диагностика, экспериментальные оценки, метод «дельфи», метод «мозговой атаки», имитационное моделирование, линейное программирование, метод теории вероятности, метод теории игр, метод аналогий и др.

Таким образом, исходя из требований к управленческим решениям и опыта аудиторской деятельности, можно сформулировать некоторые результаты, направленные на совершенствование методики аудита этого процесса.

Исследование свидетельствует о том, что при изучении практики управленческой деятельности в туризме аудитору необходимо принимать к сведению, что риск управленческих решений в туризме представляет собой набор стратегий, методов и приемов для целей сокращения допустимых отрицательных последствий на результаты отдельных бизнес- процессов [13].

При этом аудитор должен выяснить имеются ли в организации признаки улучшения менеджмента риска, которыми могут быть: годовой пересмотр деятельности и установление целей на следующий год, разработка должностных инструкций для ответственных за риски, использование риск – менеджмента при принятии ключевых решений. И особо важно установить полноту интеграции риск-менеджмента в структуру руководства организации, постоянство обмена информацией с внешними и внутренними заинтересованными сторонами.

Также акцентируется внимание на наличии программы управления рисками, так как она является ключевым инструментом повышения эффективности бизнес-процессов [15].

В ней должно быть определено отношение туристской организации к рискам и сформулировано четкое распределение ответственности и полномочий между всеми структурными подразделениями, выполнение необходимых процедур управления рисками на всех уровнях. Необходимо, чтобы решения по управлению рисками соответствовали стратегическим целям и задачам туристской фирмы и при этом обоснованно распределялись мероприятия по выявлению рисков и функции контроля за рискованными ситуациями.

При этом разработанный механизм программы должен быть направлен на эффективное и непрерывное управление рисками.

Программа управления рисками, как нам представляется, должна определять функцию риск-менеджмента в организации, его цели и задачи, соответствие действующему законодательству, предусматривать набор методов и технологий управления рисками для использования на различных этапах бизнес-процессов.

Аудитору необходимо принимать во внимание, что успех реализации программы управления рисками в туристской организации зависит от различных факторов, например, понимания проблем и поддержки программы руководством организации, распределения зон ответственности внутри организации, обучения персонала и повышения уровня его сознательности.

Следует установить, какие в организации проводятся мероприятия по управлению, контролю и предупреждению рисков. В частности, это должно проявляться: в поощрении выявления рисков; определении приоритетных рисков и их декриминализации; оценке вероятности возникновения и тяжести воздействия каждого идентифицированного риска; определении действий по снижению или нейтрализации влияния рисков; производстве и распространении достоверной и своевременной информации; поддержании взаимосвязи между заинтересованными сторонами программы.

Особое внимание необходимо обращать на внедрение в организации стандартов в области управления рисками в целях составления реестров рисков (ГОСТ Р 51901.21-2012), применения методов их выявления и контроля бизнес-процессов (ИСО 19011:2018), снижения рисков.

Применение стандартов дает возможность достигать поставленных целей, иден-

тифицировать и воздействовать на риски организации, создавать надежную основу для планирования и принятия управленческих решений, эффективно распределять и использовать ресурсы для воздействия на риск, повышать функциональную эффективность и результативность, устранять или сводить к минимуму потери.

Необходимо констатировать, что стандарты могут применяться в течение всего жизненного цикла организации и для широкого спектра деятельности, включая стратегии и решения, операции, процессы, функции, проекты, продукцию, услуги и активы, к любому виду риска.

Исследования аудиторской практики также подтверждают, что необходимо использование эффективных приемов воздействия на риск в целях его снижения. К ним, по нашему мнению, могут быть отнесены: отступление от деятельности, содержащей определенный риск; принятие ответственности за риск с последующей его компенсацией, распространение риска среди реальных участников бизнеса; реализация или переуступка ответственности за риск другому лицу; расширение разнообразия бизнес-процессов; выявление дополнительной информации об условиях принятия решения, ограничение расходов, страхование.

Важным направлением аудиторской проверки, как показывает исследование, должна являться оценка эффективности управления рисками. Оно заключается в изучении восьми компонентов управления рисками: внутренняя среда; постановка целей; установление потенциальных событий; анализ и оценка рисков; реагирование на риски; осуществление контрольных процедур; информация и коммуникация; проведение мониторинга [5].

В связи с этим аудитору нужно оценить присутствие всех компонентов и эффективность их функционирования, установить риск находился ли риск в рамках риска-аппетита туристской организации [5].

Однако, для этого, исходя из лучшего мирового опыта и отечественной практики, необходима разработка критериев оценки эффективности процедур в системе управления рисками [1, 11].

Основные мерилы оценки эффективности этих процедур, по нашему мнению, можно представить в таблице 1.

Критерии оценки эффективности основных процедур управления рисками

Процедуры управления рисками	Основные критерии оценки изучаемых процедур
1.Выявление и идентификация рисков	1.1.В организации сформирован реестр выявления и классификации рисков на всех её уровнях. 1.2.В субъекте назначены сотрудники ответственные за управление рисками 1.3. Определены внешние и внутренние факторы, влияющие на управление рисками и пороговый уровень рисков 1.4. Существуют действенные инструменты корректировки реестров рисков при возникновении различных ситуаций в деятельности организации 1.5. Определен порядок идентификации и описания рисков 1.6.Источники рисков и их последствия доводятся до сведения заинтересованных лиц
2.Осуществление контрольных действий	2.1. Предварительное обследование организации, включающее осмотр, опрос, получение письменных объяснений, истребование документов в целях выяснения управления рисками 2.2. Выборочная документальная проверка бизнес-процессов организации с возможными повышенными рисками 2.3. Экспертиза соблюдения владельцами рисков обязательных нормативных требований, связанных с предотвращением рисков 2.4. Тестирование эффективности системы внутреннего контроля в части предупреждения возможных рисков 2.5. Повторная проверка выполнения качества отдельных функций внутреннего контроля и аудита организации 2.6. Систематизация информации о рисках и их последствиях, разработка рекомендаций
3. Оценка управления рисками	3.1. В организации утвержден регламент процесса оценки рисков на всех уровнях 3.2. Оценка рисков учитывает причины, источники и последствия их возникновения 3.3. При оценке рисков принимаются во внимание тактические и стратегические решения по управлению 3.4. В процессе оценки рисков участвуют руководство и владельцы рисков 3.5. При оценке рисков с учетом их возникновения используются количественные и качественные методы анализа 3.6. Процедуры анализа, контроля и оценки рисков интегрированы в систему управления 3.7. Сформирована и внедрена единая система документирования рисков, составления реестров и отчетности 3.8.Оценка рисков осуществляется исходя из их критериев, приоритетности и необходимости минимизации
3.Реагирование на риски	4.1. В организации существует стратегия и план по реагированию на риски в соответствии с их серьёзностью 4.2. Организация использует соответствующие методы по реагированию на риски и устранения последствий от их реализации 4.3. Администрация выделяет необходимые ресурсы для обеспечения мер по снижению рисков не превышающие размера ущерба от них 4.4 Действия по реагированию на риски своевременны, реалистичны и экономически эффективны 4.5. Владельцы рисков осуществляют контроль за ними в соответствии с обязанностями и полномочиями 4.6.Соблюдение требований отчетности о рисках в части уровня рисков и масштабов деятельности организации, исполнению планов и определению остаточного риска
4. Мониторинг системы управления рисками	4.1. Владельцы рисков в соответствии с планом осуществляют их текущий мониторинг и отслеживают внедрение мероприятий по снижению рисков 4.2. Своевременно и непрерывно осуществляется проверка операций по реагированию на риски, и принимаются меры по устранению причин рисков 4.3. Оценивается эффективность мероприятий по минимизации рисков на всех этапах управления и доводится до сведения руководства 4.4. Разработаны процедуры мониторинга в отношении пересмотра структуры и процесса риск менеджмента, контроля риска 4.5. Отслеживаются тенденции возникновения новых рисков и разрабатываются инструменты их предотвращения 4.6.Результаты мониторинга рисков задокументированы и соответствующим образом зарегистрированы на внешнем и внутреннем уровнях для пересмотра инфраструктуры риск-менеджмента

Процедуры управления рисками	Основные критерии оценки изучаемых процедур
5. Информация и коммуникация	5.1. Определены информационные потоки и процессы принятия решений 5.2. Установлены формы и содержание контрактных отношений. 5.3. Разработаны и применяются планы обмена информацией с внешними заинтересованными сторонами. 5.4 Обеспечение обратной связи и отчетности об обмене информацией, использование процессов консультирования с внутренними заинтересованными сторонами. 5.5 Разработка информации и планов о методах и вариантах воздействия на риск

Достоинством предлагаемых критериев оценки эффективности управления рисками является то, что они позволяют оптимизировать принятие управленческих решений, объективно оценить вклад руководства и владельцев рисков в их выявление и снижение, обеспечить обратные связи с заинтересованными лицами, проанализировать плюсы и недостатки в управленческой деятельности.

В развитие критериев оценки эффективности управления рисками считаем необходимым использование показателей эффективности управленческих решений, совокупность данных о которых должна свидетельствовать, о достижениях целей туристской организации, получении определенных результатов в ее деятельности и росте конкурентоспособности.

На наш взгляд, с учетом мнений специалистов целесообразно выделить несколько основных групп показателей успешной туристской организации: показатели конкурентоспособности; показатели качества и результативности труда; показатели социальной эффективности; показатели качества работы организации [6].

Эти данные уместно использовать в процессе аудита. Рассмотрим их более детально в таблице 2.

Таким образом, обеспечивается комплексная оценка туристской организации, складывающаяся из эффективности управленческих решений в области конкурентоспособности, результативности труда, уровня обеспечения социальных вопросов и качества обслуживания туристов.

По результатам анализа показателей вносятся предложения по оптимизации перечня контрольных процедур, разработке и доведению процедур по рискам до ключевых сотрудников, изменению порядка назначения ответственных за документирование

отражения рисков, унификации регламентов по управлению отдельными видами рисков, созданию перечня внешних и внутренних источников рисков, пересмотр и актуализация критериев риска и др.

Заключение

В исследовании раскрыта сущность, причины и классификация управленческих рисков, роль информационной базы о них. Выработаны критерии и показатели для анализа эффективности управленческих решений в процессе аудиторской проверки.

Рекомендовано использование стандартов и приемов риск-менеджмента, а также программы для выявления и воздействия на управленческие риски.

Осуществлена систематизация знаний об управленческих решениях. Причем, установлено, что управленческие решения – это деятельность по преодолению неопределенности в условиях выбора альтернатив при условии возможности количественной и качественной оценки вероятности достижения поставленных целей. Для этого разработан алгоритм процедур проверки с целью снижения рисков при принятии управленческих решений.

В завершении важно подчеркнуть, что для успешного воплощения в жизнь принимаемых решений туристская организация должна иметь инструменты их осуществления, включающие: разработку программы реализации, руководство исполнением, контроль претворения в жизнь, оценку результатов.

Порой эффект от реализации управленческого решения не соответствует ожидаемым целям, поэтому аудиторы должны иметь постоянное стремление к максимизации этого эффекта посредством конструктивных советов и предложений.

Показатели эффективности принятия управленческих решений
туристской организации

Группы показателей	Содержание показателей
1. Показатели конкурентоспособности туристической организации	<ul style="list-style-type: none"> - доля рынка относительно конкурентов; - использование марочного капитала для получения дополнительной стоимости; - проведение наилучшей ценовой стратегии для продажи турпродукта; - использование совокупности свойств тура услуг для удовлетворения предполагаемых потребностей туристов; - широта выбора турпродуктов; - уровень сервисного обслуживания; - использование современных средств продвижения турпродуктов, способствующих увеличению объема реализации и доходности организации; - степень использования ресурсов для целей туристской деятельности.
2. Показатели результативности труда	<ul style="list-style-type: none"> - компетентность персонала, позволяющая успешно решать профессиональные задачи в сфере туризма; - качество работы труда в сравнении с трудозатратами; - установление критериев результатов труда; - вклад каждого работника в конечные результаты работы; - использование методов морального и материального стимулирования труда персонала; - эффективность использования фонда оплаты труда; - развитие непрерывного обучения персонала для усвоения знаний, умений и навыков в сфере туризма; - соблюдение уровня исполнительской дисциплины в части оперативности, своевременности и результативности; - выполнение плановых показателей в сравнении с фактическими значениями и установленными контрольными точками.
3. Показатели социальной эффективности	<ul style="list-style-type: none"> - показатель текучести персонала и контроль за его снижением; - формирование и состояние социально-психологического климата в коллективе туристской организации; - формирование и управление организационной культуры, ориентированной на туриста; - соблюдение общности целей работниками и должного уровня корпоративной приверженности в туристской организации; - профессионализм и компетентность общения с клиентами; - соблюдение стандартов и навыков общения, направленных на необходимость путешествий и отдыха; - использование навыков современных информационных систем и информационных технологий в работе персонала.
4. Показатели качества работы организации и обслуживания туристов	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдение государственных требований к разработке качественного туристского продукта; - соблюдение требований к качеству каждой отдельной туристской услуги (размещение, питание, доставка, экскурсии и пр.); - дифференциация услуг в соответствии с требованиями определенных сегментов обслуживания; - методы управления качеством предоставляемых услуг в туристской организации; - соблюдение гарантий и обязательств по заранее оплаченным услугам; - анимационное обслуживание туристов; - соблюдение показателей безопасности оказания туристских услуг; - выполнение политики в области качества, организации работы по качеству и функционирования системы качества; - оптимальное соотношение цены и качества туруслуг; - продуманность рекламных мероприятий в области качества турпродуктов и спектра дополнительных туруслуг.

Библиографический список

1. ГОСТ Р ИСО 31000-2019 «Менеджмент риска. Принципы и руководство».
2. ГОСТ Р 51901.21-2012 «Менеджмент риска. Реестр риска. Общие положения».
3. ГОСТ Р ИСО/МЭК 31010-2011 «Менеджмент риска. Методы оценки риска».
4. ИСО 19011:2018 «Руководящие указания по аудиту систем менеджмента».
5. The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission «Управление рисками организаций. Интегрированная модель», 2004.
6. Авдошина З.А. Разработка управленческих решений в туристских организациях // Корпоративный менеджмент. 2010. №6. С. 23-25.
7. Баттрик Р. Техника принятия эффективных управленческих решений. 2-е изд. СПб.: ИД «Питер», 2006. 413 с.
8. Голубков Е.П. Технология принятия управленческих решений. М.: Дело и сервис, 2005. 544 с.
9. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / пер. с англ. М. Котельниковой. М.: ФАИР-ПРЕС, 288 с.
10. Зюськин А.А. Оценка эффективности управленческих решений: монография. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2012. 148 с.
11. Кутергина Г.В., Модорский А.В. Анализ эффективности систем управления финансовыми рисками // Аудит и финансовый анализ. 2010. №3. С. 149-162.
12. Лапыгин Д.Ю. Управленческие решения: учебное пособие. М.: Эксмо, 2009. 448 с.
13. Лифшиц А.С. Управленческие решения. М.: КноРус, 2015. 244 с.
14. Лысенко Д.В. Оценка эффективности управленческих решений // Аудит и налогообложение. 2012. № 9. С. 24-26.
15. Рыгаловский Д.М. Управление рисками на предприятии: методический и организационный аспекты // Современные технологии управления. 2016. №12 (72). [Электронный документ]. URL: <https://sovman.ru/article/7203/> (дата обращения: 12.02.2020).

УДК 336.763

Е. И. Балдина

ФГБОУ ВО «Камышинский технологический институт» (филиал)
«Волгоградский государственный технический университет»,
Камышин, e-mail: polycha83@mail.ru

Г. А. Машенцева

ФГБОУ ВО «Камышинский технологический институт» (филиал)
«Волгоградский государственный технический университет»,
Камышин, e-mail: mashenceva.galina@gmail.com

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ СЧЕТ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ БРОКЕРСКОГО СЧЕТА В РОССИИ

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, индивидуальный инвестиционный счет, акции.

Рынок ценных бумаг в России имеет небогатую историю и на текущем этапе только стремится к функционалу рынка ценных бумаг развитых стран. Вне зависимости от уровня развития участников фондового рынка, важнейший вектор развития так или иначе задает государство. Обращение финансовых активов на фондовом рынке позволяет обеспечивать эффективное перераспределение денежных средств. Государство играет незаменимую роль в укреплении доверия населения к ценным бумагам, операциям на фондовом рынке. Так одной из мер популяризации среди населения долгосрочного инвестирования стало создание в 2015 году нового в истории российского рынка ценных бумаг финансового инструмента – индивидуального инвестиционного счета. Данная разновидность брокерского счета имеет множество аналогов в экономиках развитых стран – Соединенные Штаты Америки, Канада, Великобритания и другие. Здесь становится важным изучить зарубежный опыт и перенять положительные и применимые для российской экономики черты инвестсчета. Современные условия функционирования финансового рынка России диктуют необходимость во внедрении продуктов финансового инжиниринга – финансовых инноваций. Однако, совершенствование технологий напрямую зависит от основных участников фондового рынка – брокеров, дилеров, инвесторов и эмитентов. На текущем этапе важно отметить роль брокеров в развитии индивидуального инвестиционного счета. Индивидуальный инвестиционный счет – молодой инструмент на рынке ценных бумаг России, поэтому актуальность исследования чрезвычайно высока. Число индивидуальных инвестиционных счетов растет с каждым годом, однако, на текущий момент лишь малая часть населения воспользовались его преимуществами. Актуальность темы исследования подкрепляется не только новизной инструмента, но и увеличивающимся количеством индивидуальных инвестиционных счетов, но в то же время данный инструмент еще не совершенен. Также, несмотря на прогрессирующее количество счетов, многие потенциальные инвесторы еще недостаточно понимают его преимущества, отдавая предпочтение банковским депозитам.

E. I. Baldina

Kamyshin Institute of technology (branch) Volgograd state technical University,
Kamyshin, e-mail: polycha83@mail.ru

G. A. Mashentseva

Kamyshin Institute of technology (branch) Volgograd state technical University,
Kamyshin, e-mail: mashenceva.galina@gmail.com

INDIVIDUAL INVESTMENT ACCOUNT AS A TYPE OF BROKERAGE ACCOUNT IN RUSSIA

Keywords: securities market, individual investment account, shares.

The securities market in Russia has a rather poor history and at the current stage only strives to become functional in the securities market of developed countries. Regardless of the level of development of the stock market participants, the most important vector of development is set by the state in one way or another. The circulation of financial assets on the stock market allows for an effective redistribution of funds. The state plays an indispensable role in strengthening public confidence in securities and stock market operations. Thus, one of the measures to popularize long-term investment among the population was the creation in 2015 of a new financial instrument in the history of the Russian securities market – an individual investment account. This type of brokerage account has many analogues in the economies of developed countries – the United States of America, Canada, the United Kingdom and others. Here it becomes important to study foreign ex-

perience and adopt the positive and applicable features of the investment account for the Russian economy. The current conditions of functioning of the Russian financial market dictate the need for the introduction of financial engineering products – financial innovations. However, the improvement of technologies directly depends on the main participants of the stock market – brokers, dealers, investors and issuers. At the current stage, it is important to note the role of brokers in the development of an individual investment account. An individual investment account is a young instrument in the Russian securities market, so the relevance of the study is extremely high. The number of individual investment accounts is growing every year, however, at the moment only a small part of the population has taken advantage of it. The relevance of the research topic is supported not only by the novelty of the tool, but also by the increasing number of individual investment accounts, but at the same time this tool is not yet perfect. Also, despite the progressive number of accounts, many potential investors still do not fully understand its advantages, preferring bank deposits.

Введение

Среди практических проблем управления особе место занимает проблема прогнозирования финансового состояния хозяйствующих субъектов, частности банкротства. Нестабильность большинства фактов внешней среды России обусловлена ее развивающейся экономикой. Именно поэтому так остро встает необходимость не только в финансовом анализе хозяйствующих субъектов, но и в ранней диагностике на предмет возникновения банкротства.

Таким образом, на первый план выходит прогнозирование банкротства и возможных кризисных состояний с целью предотвращения неблагоприятных тенденций развития предприятия.

Целью статьи является разработка путей совершенствования механизма индивидуального инвестиционного счета через исследование особенностей функционирования индивидуального инвестиционного счета на фондовом рынке России.

Материал и методы исследования

В ходе исследования для достижения поставленной цели были использованы следующие методы: теоретический анализ научной экономической литературы, изуче-

ние правовой базы функционирования ИИС, систематизация, анализ статистических данных, полученных из открытых источников, агрегация, описание, построение экспериментальной модели.

Результаты исследования и их обсуждение

Индивидуальный инвестиционный счет – Индивидуальный инвестиционный счет (далее ИИС) – новая разновидность брокерского счета на российском рынке ценных бумаг. Индивидуальный инвестиционный счет (ИИС) как институт инвестирования средств физических лиц начал действовать с 1 января 2015 г. [1].

Согласно определению статьи 10 Федерального закона №39 «О рынке ценных бумаг»: «Индивидуальный инвестиционный счет – счет внутреннего учета, который предназначен для обособленного учета денежных средств, ценных бумаг клиента – физического лица, обязательств по договорам, заключенным за счет указанного клиента, и который открывается и ведется в соответствии с настоящей статьей» [2]. Индивидуальный инвестиционный счет может быть двух видов в зависимости от типа налогового вычета, право на который он дает (таблица).

Сравнение двух типов ИИС

Свойство / Тип ИИС	Тип А	Тип Б
Характер вычета	Получение вычета ежегодно на взносы	Полное освобождение от НДФЛ дохода от торговых операций
Максимальная сумма вычета	52 тыс.руб.ежегодно	Не ограничена
Время получения вычета	Спустя 1 год после открытия ИИС	Спустя 3 года с открытия ИИС
Необходимость наличия уплаченного НДФЛ по ставке13%	Да, сумма вычета не может превышать размер уплаченного НДФЛ	Не обязателен
Характер торговли	По желанию инвестора, возможно внести денежные средства на ИИС и не приобретать финансовые инструменты	Необходима активная торговля и продуманная инвестиционная стратегия

Главная особенность ИИС – каждое физическое лицо может открыть только один индивидуальный инвестиционный счет, при этом выбрав тип вычета [3]. Возможность открытия и ведения ИИС распространяется на всей территории Российской Федерации. Порядок предоставления инвестиционных налоговых вычетов установлен ст. 219.1 НК РФ [2]. При определении размера налоговой базы налогоплательщик имеет право на получение следующих инвестиционных налоговых вычетов, предоставляемых с учетом особенностей и в порядке, которые предусмотрены статьей 219.1 [4]:

1) в размере положительного финансового результата, полученного налогоплательщиком в налоговом периоде от реализации (погашения) ценных бумаг, обращающихся на организованном рынке ценных бумаг, указанных в подпунктах 1 и 2 пункта 3 статьи 214.1 Налогового Кодекса РФ) и находящихся в собственности налогоплательщика более трех лет;

2) в сумме денежных средств, внесенных налогоплательщиком в налоговый период на индивидуальный инвестиционный счет;

3) в сумме положительного финансового результата, полученного по операциям, учитываемым на индивидуальном инвестиционном счете [5].

Федеральная налоговая служба дает пояснения по возможности применения налогового вычета к каждому виду. Так при выборе типа А инвестор получает право на инвестиционный вычет в сумме денежных средств, внесенных на индивидуальный инвестиционный счет. Данный вычет характеризуется следующими особенностями:

– налоговый вычет предоставляется в сумме денежных средств, внесенных в налоговый период на индивидуальный инвестиционный счет, но не более 400 000 рублей в целом за год;

– налоговый вычет предоставляется налогоплательщику при условии, что в течение срока действия договора на ведение индивидуального инвестиционного счета налогоплательщик не имел других договоров на ведение индивидуального инвестиционного счета (за исключением случаев прекращения договора с переводом всех активов, учитываемых на индивидуальном инвестиционном счете, на другой индивидуальный инвестиционный счет, открытый тому же физическому лицу);

– в случае прекращения договора на ведение индивидуального инвестиционного счета до истечения 3-х лет с момента открытия, сумма налога, не уплаченная налогоплательщиком в бюджет в связи с получением налогового вычета, подлежит восстановлению и уплате в бюджет с взысканием с налогоплательщика сумм пеней;

– налоговым вычетом можно воспользоваться при представлении налоговой декларации за 2015 и более поздние налоговые периоды [5].

На налоговый вычет данного типа могут претендовать физические лица или индивидуальные предприниматели, которые являются налоговыми резидентами Российской Федерации, имеющими декларированный доход, облагаемый по ставке 13%. Более того, инвесторами могут стать пенсионеры, которые получают пенсию в Негосударственном пенсионном фонде, однако следует убедиться, что удерживается налог на доходы физических лиц, для этого можно сделать запрос о предоставлении специальной формы справки – 2-НДФЛ. Также данный налоговый вычет доступен госслужащим министерств и ведомств, но с одним ограничением – индивидуальный инвестиционный счет должен был открыт по договору доверительного управления.

При выборе ИИС типа Б предоставляется инвестиционный вычет в сумме дохода по операциям, учитываемым на индивидуальном инвестиционном счете или в размере доходов от продажи ценных бумаг.

Возможность открыть и управлять ИИС имеет каждое физическое лицо, причем физическое лицо вправе иметь только один договор на ведение индивидуального инвестиционного счета. Примечательно, что владельцем ИИС может стать и нерезидент Российской Федерации, однако, при отсутствии уплаченного НДФЛ ему будет отказано в предоставлении налогового вычета. При открытии нового инвестиционного счета необходимо прекратить действие предыдущего договора на ведение индивидуального инвестиционного счета. Также, открытие счета у профессионального участника рынка ценных происходит с письменного заявления об отсутствии договора на ведение ИИС с другим профессиональным участником рынка ценных бумаг.

При регистрации ИИС клиента на Московской бирже, осуществляется его автома-

тическая проверка на наличие зарегистрированного ИИС у другого брокера. По итогам прохождения регистрации клиентов брокеру присылается отчет с указанием клиентов, имеющих ИИС у других брокеров. При этом, законодательная база ИИС не вводит обязательство регистрации ИИС клиентов на бирже. Национальная ассоциация участников фондового рынка (НАУФОР) разработала рекомендации по выявлению дубликатов ИИС для профессиональных участников рынка ценных бумаг:

- предупредить клиентов о возможных последствиях;

- предложить клиентам закрыть все такие ИИС;

- открыть единственный ИИС заново [6].

Наличие двух и более ИИС повлечет за собой отказ в налоговом вычете, поэтому целесообразность в открытии нескольких ИИС отсутствует.

ИИС открывается и ведется на основании либо договора на брокерское обслуживание, либо договора на доверительное управление, и, соответственно, его обслуживание осуществляет либо брокер, либо управляющий.

Примечательно, что владелец индивидуального инвестиционного счета имеет право перевести обслуживание ИИС между профучастниками рынка ценных бумаг, причем срок существования ИИС не нарушится, соответственно, смена брокера или управляющего не отсрочит срок получения налогового вычета, а также сохранит счет в полном объеме. Также при смене вида счета с брокерского на счет доверительного управления или наоборот срок существования инвестиционного счета не прерывается.

Индивидуальный инвестиционный счет имеет некоторые ограничения по взносам. Эти ограничения обусловлены целью создания данного счета – увеличением долгосрочных инвестиций населения на фондовом рынке и стимулом распространения данного счета – налоговыми вычетами. Ниже приведены требования к взносам на ИИС:

1. Минимальный размер взноса – законодательно неограничен;

2. Максимальный размер взноса – 1 миллион рублей в год (сумма в течение года может быть внесена разными частями). При излишке брокер откажет в пополнении счета, либо внесет излишнюю сумму на обычный брокерский счет;

3. Осуществлять взнос на ИИС можно только в рублях;

4. Взнос на ИИС в иностранной валюте и/или ценными бумагами не допускается;

5. Ежегодное осуществление взноса – не обязательно. Периодичность взносов зависят исключительно от желания инвестора.

Таким образом, мы рассмотрели особенности индивидуального инвестиционного счета как разновидности брокерского счета. Его свойства ограничены жесткими законодательными рамками. Несмотря на преимущество индивидуального инвестсчета, вкладчик сталкивается с существенными (по сравнению с остальными видами брокерского счета) ограничениями – лимитом максимальной суммы вклада, закрытие счета при снятии средств со счета, использование только российского рубля для взноса на счет, необходимости наличия налогооблагаемого дохода для получения налогового вычета, невозможностью смены типа ИИС по виду налогового вычета. Однако, оба типа ИИС позволяют инвесторам, которые исходят из своей предполагаемой активности на фондовом рынке, увеличить свой доход по сравнению с использованием обычного брокерского счета.

Индивидуальный инвестиционный счет – новейший финансовый инструмент на фондовом рынке России. Его внедрение на российский фондовый рынок связано со стремлением государства популяризировать долгосрочные инвестиции населения на фондовом рынке. ИИС – синтетический продукт, целью создания которого является привлечение ликвидности на российский фондовый рынок [7].

Также можно отметить следующие функции, которые выполняет ИИС на российском финансовом рынке:

- Обеспечение приток капитала на российский фондовый рынок;

- Стимулирование инвестиционной активности населения;

- Предоставление населению доходного и надежного финансового инструмента на фоне снижения доходности по банковским депозитам.

Одна из функций индивидуального инвестиционного счета предполагает частичное замещение им банковского депозита. Мы провели линию сравнения ИИС с банковским депозитом. Мы изучили доходность по депозитам физических лиц, опираясь на данные Банка России (рисунок 1).

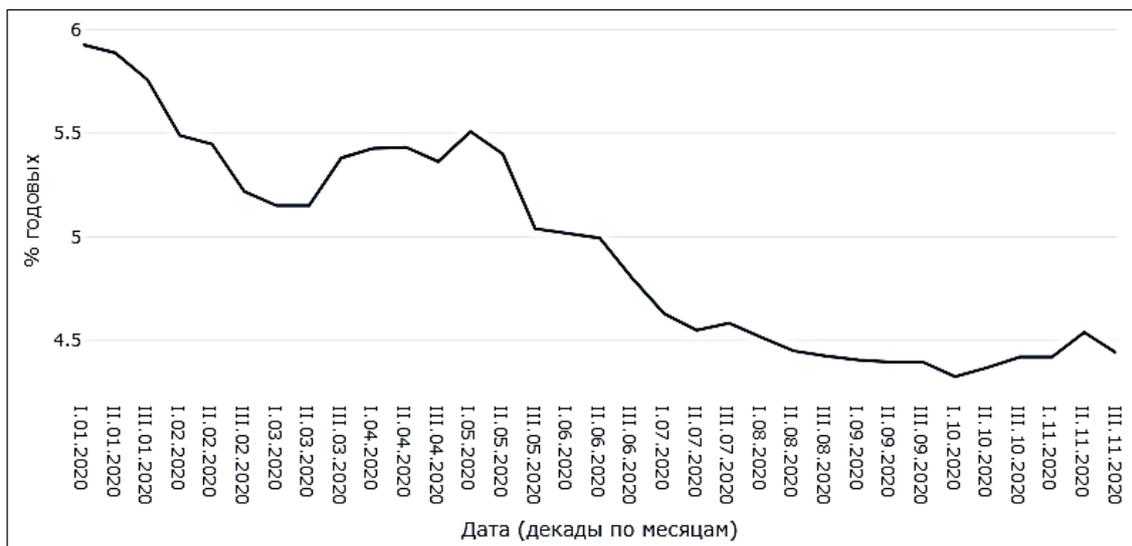


Рис. 1. Средневзвешенная доходность по депозитам физических лиц за 2020 год

Из рисунка 1 мы наблюдаем, что максимальная ставка в 2020 году была 5,927% годовых в начале года, минимальная – 4,326% – в ноябре. В сравнении с минимальной доходностью ИИС – 13% (в размере инвестиционного налогового вычета), банковский депозит теряет свою привлекательность. При этом, клиент может приобрести ценные бумаги и увеличить свою доходность. Однако, для граждан, которые не уплачивают налог на доходы физических лиц, привлекательность банковского депозита, несомненно, выше.

Для оценки роли индивидуального инвестиционного счета на фондовом рынке России определим особенности его структуры. В первую очередь необходимо отметить чрезвычайно малое количество населения, участвующего в операциях на фондовом рынке. Так, по данным Московской биржи – единственной в России многофункциональной биржевой площадки по торговле акциями, облигациями, производными инструментами, валютой, инструментами денежного рынка и товарами, количество физических лиц, имеющих брокерские счета на Московской бирже, по итогам октября 2020 года превысило 7,5 млн человек. В октябре брокерские счета открыли более 736 тыс. человек, что стало максимальным месячным показателем за всю историю, с начала 2020 года – более 3,6 млн человек. Мы можем оценить возросшую за 2020 год инвестиционную активность населения в количественном и долевым выражении,

что сигнализирует о повышении интереса физических лиц к фондовому рынку. Несмотря на возросшее число участников, доля инвестиционно-активного населения в России по-прежнему мала. Индивидуальный инвестиционный счет – понятие, являющееся относительно новым для россиян, поэтому данным продуктом в нашей стране пользуется не так много людей [8].

Мы отметили рост инвестиционной активности населения по увеличению количества участников на Московской бирже. Теперь определим, связано ли это с увеличением владельцев индивидуального инвестиционного счета. Индивидуальный инвестиционный счет начал функционировать с 1 января 2015 года, и несмотря на трехлетний срок существования данного счета, он успел завоевать доверие частных инвесторов. Мы рассмотрели динамику увеличения количества индивидуальных инвестиционных счетов с 31 мая 2015 года (более ранние данные отсутствуют на официальном сайте Московской биржи) по конец 2018 года (рисунок 2).

По рисунку 2 мы можем наблюдать, что наиболее резкое увеличение количества индивидуальных инвестиционных счетов произошло в 2020 году. По данным Московской биржи, за 2020 год количество индивидуальных инвестиционных счетов увеличилось в 2 раза с 1,5 млн до 3 млн [9]. Мы определили возрастание интереса к инвестсчету у населения, укрепление доверия к данному инструменту.

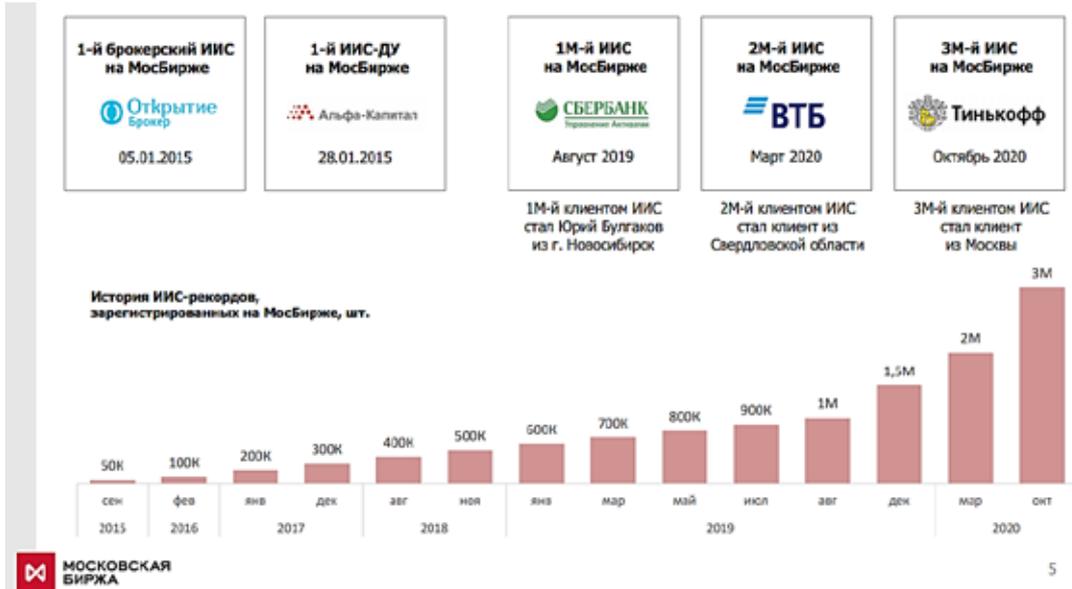


Рис. 2. Динамика изменения количества ИИС с 2015 по октябрь 2020 года [9]

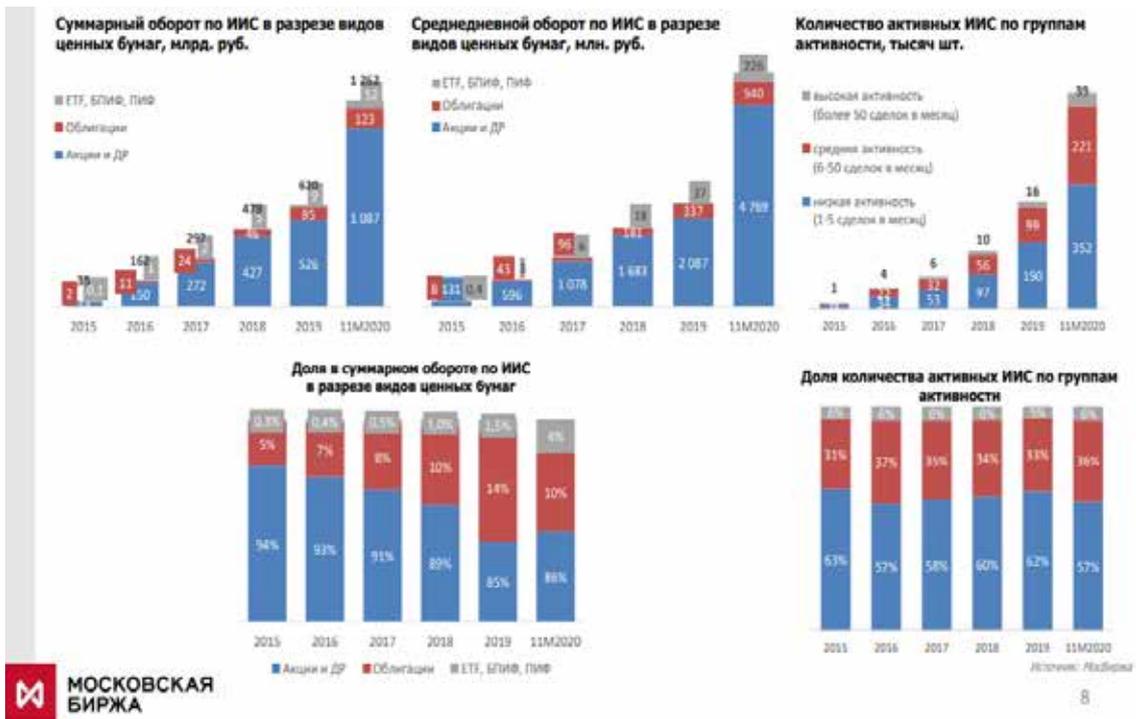


Рис. 3. Структура активности на ИИС и оборот

Как мы можем наблюдать из рисунка 3 стоимость активов, размещенных на ИИС ничтожно мала, по сравнению со стоимостью активов на брокерских счетах физических лиц и индивидуального доверительного управления. Общая сумма инвестиций граждан на брокерских счетах (без ИИС) по итогам ноября 2020 года со-

ставляла 1262 млрд руб. Доля инвестиций граждан, размещенных на ИИС составляет около 6%.

Мы отметили, что доля ИИС в структуре инвестиций граждан ничтожно мало, возможно, это связано с ограничениями максимального вклада на ИИС. Максимальный размер взноса составляет 1 млн руб.

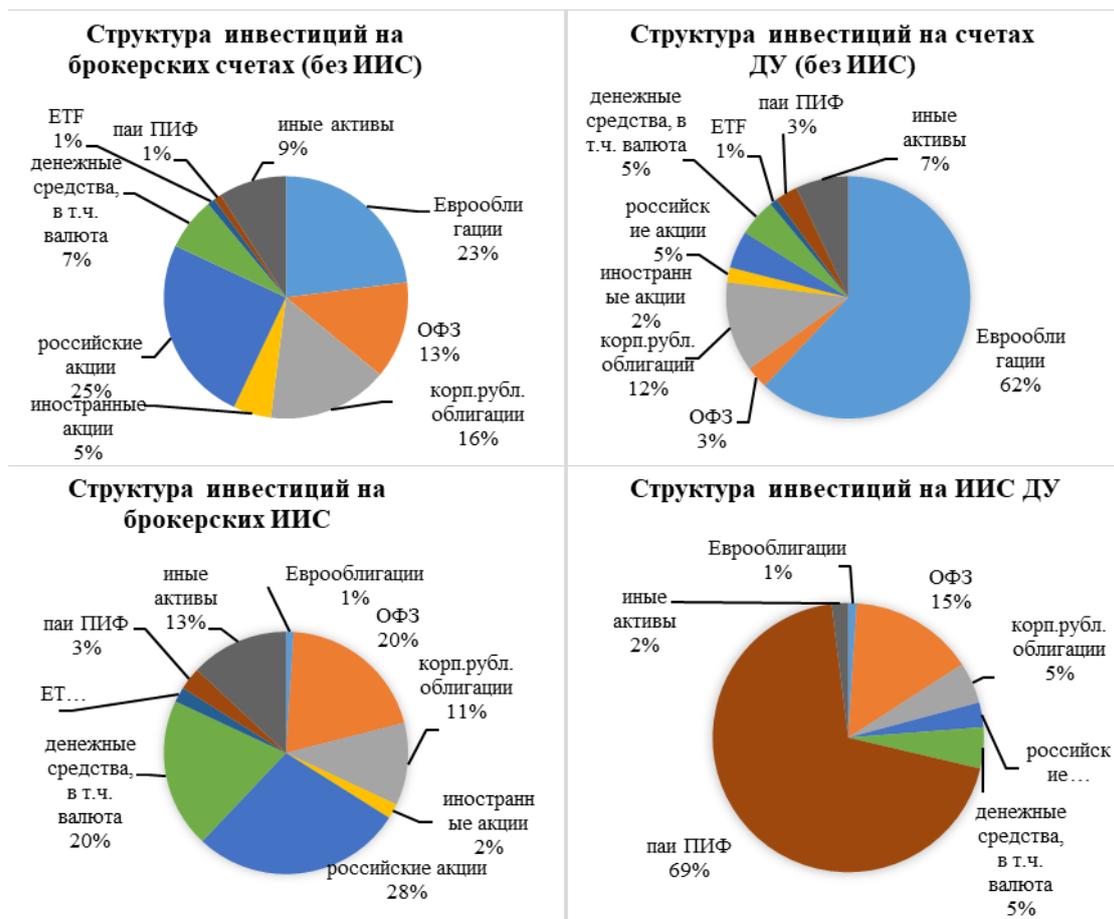


Рис. 4. Структура инвестиций активов на счетах физических лиц за 2020 год, % [10]

Помимо общей динамики изменения активов на счетах физических лиц, НАУФОР в своем докладе публикует структуры инвестиций на счетах ИИС и на брокерских счетах и счетах доверительного управления без ИИС. Это позволяет оценить предпочтения инвесторов при использовании разных инструментов счетов (рисунок 4).

Как мы можем наблюдать из рисунка 4, инвесторы, использующие брокерский ИИС предпочитают приобретать российские акции, ОФЗ и денежные средства (в том числе валюта), в то время как владельцы обычных брокерских счетов инвестируют в акции, еврооблигации и корпоративные рублевые облигации. Это характеризует сторонников ИИС как более консервативных инвесторов, что соответствует основной идее ИИС – стремление к минимизации рисков физического лица.

Более кардинальное различие в структуре инвестиций наблюдается у держателей счета доверительного управления и индивидуального инвестиционного счета довери-

тельного управления. В случае с ИИС более половина инвестиций вкладывается в паи ПИФов, на втором месте – ОФЗ, счета ДУ без ИИС на 62 % инвестированы в еврооблигации и на 12% корпоративные рублевые облигации.

Заключение

Таким образом, в ходе анализа роли индивидуального инвестиционного счета на фондовом рынке России мы выявили возросший интерес участников в течение 2020 года, поскольку рост вложений в 2020 по сравнению с 2019 годом вырос более чем в 2 раза. Однако, несмотря на положительную динамику, доля инвестиций граждан с использованием ИИС невелика в общей структуре инвестиций населения. Мы можем сделать вывод об успешном внедрении индивидуального инвестиционного счета, его обширных перспективах, но на текущем этапе развития его роль в привлечении капитала от населения на фондовый рынок остается небольшой.

Библиографический список

1. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cbr.ru> (дата обращения 06.01.2021).
2. Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» (ред. от 27.12.2018).
3. Глаголева В.И. Индивидуальные инвестиционные счета как инновационный инструмент инвестирования на российском финансовом рынке // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. 2015. №11. С.47-49.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации часть первая от 31.07.1998 № 146-ФЗ и часть вторая от 5.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 28.12.2018).
5. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nalog.ru/> (дата обращения: 06.01.2021).
6. Агентство экономической информации «Прайм». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://1prime.ru/> (дата обращения: 06.01.2021).
7. Вильданов А.И. Индивидуальный инвестиционный счет: Тенденции и перспективы развития // Глобальный рынки и финансовый инжиниринг. 2016. №2. С. 153-164.
8. Эксперт Медиахолдинг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://expert.ru/> (дата обращения 06.01.2021).
9. Московская биржа. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.moex.com> (дата обращения: 06.01.2021).
10. Национальная ассоциация участников фондового рынка (НАУФОР). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.naufor.ru> (дата обращения 06.01.2021).

УДК 338.12

М. П. Глызина

ФГБОУВО «Донской государственный технический университет», Ростов-на-Дону,
e-mail: mariglyzina@mail.ru

Е. А. Иванова

ФГБОУВО «Донской государственный технический университет», Ростов-на-Дону,
e-mail: elena_dstu@mail.ru

МОДЕРНИЗАЦИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ ОРГАНИЗАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: цифровая экономика, антикризисная стратегия, новые технологии, цифровая трансформация, промышленная революция, функциональные стратегии.

В статье охарактеризовано многоаспектное содержание и особенности цифровой экономики, а также ее основные направления в процессе модернизации национальной экономики. Выделены несколько основных характеристик цифровой экономики, которые признаются практически всеми исследователями ее феномена. Рассмотрены новые технологические решения четвертой промышленной революции. Принимая во внимание особенность и необходимость цифровой трансформации производственно-хозяйственной деятельности, приведены примеры ряда отечественных компаний, которые уже приступили к разработке и реализации инновационных стратегий. Приведена структура проектов производственного характера, реализованных на российских предприятиях с использованием цифровых технологий. Доказана необходимость формирования функциональных стратегий современных организаций с учетом новых технологических решений четвертой промышленной революции. Определены основные направления влияния цифровой экономики на производственную, инвестиционную, финансовую, кадровую и маркетинговую стратегии в контексте интеллектуальной компоненты. Представлен вектор влияния особенностей цифровой экономики на функциональные стратегии организации. Их инновационное содержание позволит современным компаниям обеспечить коммерческий успех в условиях усиления конкурентной борьбы на динамично развивающихся рынках товаров, услуг и интеллектуальных продуктов, а так же получить синергетический эффект в будущем.

М. P. Glyzina

Don state technical University, Rostov-on-Don, e-mail:mariglyzina@mail.ru

E. A. Ivanova

Don state technical University, Rostov-on-Don, e-mail:elena_dstu@mail.ru

MODERNIZATION OF THE ORGANIZATION'S FUNCTIONAL STRATEGIES IN THE CONTEXT OF THE DIGITAL ECONOMY

Keywords: digital economy, anti-crisis strategy, new technologies, digital transformation, industrial revolution, functional strategies.

The article describes the multidimensional content and features of the digital economy, as well as its main directions in the process of modernization of the national economy. Several main characteristics of the digital economy are identified, which are recognized by almost all researchers of its phenomenon. New technological solutions of the fourth industrial revolution are considered. Taking into account the peculiarity and necessity of digital transformation of production and economic activities, the examples of a number of domestic companies that have already begun to develop and implement innovative strategies are given. The structure of production-related projects implemented at Russian enterprises using digital technologies is presented. The necessity of forming functional strategies of modern organizations taking into account new technological solutions of the fourth industrial revolution is proved. The main directions of the influence of the digital economy on production, investment, financial, personnel and marketing strategies in the context of the intellectual component are determined. The vector of influence of the features of the digital economy on the functional strategies of the organization is presented. Their innovative content will allow modern companies to ensure commercial success in the face of increasing competition in the dynamically developing markets of goods, services and intellectual products, as well as to obtain a synergistic effect in the future.

Введение

В современных публикациях по вопросам формирования функциональных стратегий хозяйствующих субъектов подробно рассмотрены вопросы, связанные с классификацией стратегий, методами их обоснования. Однако, не нашла достаточно отражения проблема их модернизации применительно к особенностям цифровой экономики, становление которой интенсивно происходит в стране и определяет тренды стратегического развития отраслей и секторов национальной экономики.

Цель исследования – обосновать необходимость учета влияния цифровой экономики на формирование функциональных стратегий отечественных предприятий.

Материал и методы исследования

Методами исследования явились методы, которые входят в совокупность теоретико-познавательных категорий, научных инструментов и регулятивных принципов изучения системы процессов деятельности экономических агентов. Были использованы такие методы как анализ различных документов (научно-методической литературы, статистических данных, характеризующих хозяйственную деятельность предприятий), поиска инновационных решений, системный и процессный подходы.

Результаты исследования и их обсуждение

Цифровая экономика является одним из ключевых трендов инновационной модернизации современного постиндустриального потенциала России, стратегически заданным Указом Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» [1].

Многоаспектность процесса цифровизации отражается в различных трактовках его сущностного содержания, которые сформированы как научными, так и практическими работниками на основе из собственного эмпирического опыта и сферы исследовательской деятельности. Вместе с тем, можно выделить несколько основных характеристик цифровой экономики, которые признаются практически всеми исследователями ее феномена: представление системы данных, имеющие специфическую структуру для каждой отрасли и сектора национальной

экономики в цифровом формате; автоматизированная обработка с использованием программных комплексов больших объемов релевантной информации; повышение за счет этих процессов эффективности операционной, инвестиционной и финансовой деятельности экономических агентов современной деловой среды и достижение синергетического эффекта их совместного функционирования [2, 5, 6].

Эти признаки цифровой экономики, которые можно считать базовыми, исследовались и дополнялись отдельными исследователями путем убедительной аргументации собственной точки зрения. С позиций комплексного подхода наиболее обоснованным, на наш взгляд, является определение, предлагаемое группой авторов Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, характеризующих цифровую экономику как [3]:

- экономику, основанную на активном внедрении и практическом использовании совокупности цифровых технологий в сфере сбора, хранения, обработки, преобразования и передачи информации во всех сферах современной турбулентной среды;

- систему социально-экономических и организационно-технических отношений, которые основаны на применении цифровых информационно-телекоммуникационных технологий;

- иерархическую организационно-техническую систему, включающую различные элементы технического, инфраструктурного, организационного, программного и нормативного характера, функционирующую путем взаимодействия хозяйствующих субъектов в сфере обмена знаниями в условиях перманентного развития.

В России принята специальная, стратегически важная для страны программа под названием «Цифровая экономика», которая разработана Экспертным советом по цифровой экономике при Правительстве РФ [7]. В ней выделены основные направления цифровой трансформации для органов государственного и муниципального управления, хозяйствующих субъектов, отраслей и секторов экономики (рисунок 1).

Масштабность перемен в социально-экономической системе любой страны, возникающих в связи с ее цифровой трансформацией подчеркивают многие отечественные и зарубежные экономисты [9].



Рис. 1. Основные направления цифровой трансформации национальной экономики [4, 6]

Их коллегиальное мнение сводится к тому, что человечество находится на пороге принципиально нового этапа своей цивилизации, состоящего в радиальных революционных преобразованиях в технико-технологическом укладе и формировании креативного мышления молодого поколения, основанного на цифровых компетенциях.

По существу, четвертая промышленная революция, которая базируется на инновационных технологических решениях и принципиально новых принципах построения производственных процессов, как раз и является основным фактором существенного улучшения параметров продукции как производственного, так и потребительского назначения, что в конечном итоге будет способствовать повышению конкурентоспособности инновационно-ориентированных компаний (рисунок 2).

Принимая во внимание особенность и необходимость цифровой трансформации производственно-хозяйственной деятельности, ряд отечественных компаний

уже приступил к разработке и реализации инновационных стратегий. В качестве позитивного примера можно привести широко известный в деловых кругах концерн «Русэлектромпром», который принял в качестве основной стратегию технического обслуживания. Ядро этой стратегии состоит в том, что в течение всех этапов жизненного цикла электродвигателей, как основного вида продукции компании, происходит его сопровождение по цепочке: эксплуатация – мониторинг достояния – мониторинг отклонений [4]. Или, например, подсистема Start Factory («умный завод»), реализуемая в рамках концепции «Индустрия 4.0», по своей структуре состоит в машинном взаимодействии и обмене базами данных среди всех участников модернизированного производственного процесса, что делает возможным изготовить единицу продукции по цене массового за счет уникальной переналадки станков с ЧПУ. Представляется возможным также произвести по конвейерному способу уникальные, мелкосерийные и единичные изделия.



Рис. 2. Новые технологические решения четвертой промышленной революции
Составлен автором с использованием источника [4]

В Научно-исследовательском университете «Высшая школа экономики», с целью выявления тенденций российской практики реализации основных этапов цифровой экономики, производилось исследование под названием «Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса» [8].

В этом исследовании руководителям ряда предприятий был задан вопрос о структуре реализованных с использованием цифровых технологий проектов, направленных на решение производственных задач. Было получено следующее распределение ответов (рисунок 3).

Были также получены данные о том, что большая часть респондентов (92%) в течение последних трех лет реализовали проекты с использованием цифровых технологий исключительно для внутрикорпоративных нужд, а в среднем на одну компанию было разработано и внедрено четыре проекта [4, 8].

С большой долей вероятности можно утверждать, что формирование адекватной сложившейся ситуации инновационной стратегии является первым и основным этапом цифровизации основных и вспомогательных бизнес-процессов, реализуемых в компании. Это позволит оптимизировать ее бизнес, по-

высить его эффективность и конкурентоспособность с учетом турбулентного характера факторов внешней среды и присущих ей рисков. Несомненно, что ведущая роль в реализации стратегических установок любой компании принадлежит ее персоналу, что предполагает постоянное повышение уровня его интеллектуальной компетентности.

Новые сотрудники, отобранные с использованием digital-инструментов внутреннего и внешнего рекрутинга персонала, должны стать катализаторами, ускоряющими процесс цифровой трансформации современной бизнес-системы. По этой причине многие компании уже ввели штатные должности или привлекли по схеме аутсорсинга специалистов по цифровизации, обязанностью которых является деятельность по внедрению цифровых технологий в основные и обеспечивающие бизнес-процессы.

Принципиально новый характер современной экономики, основанной на знаниях с присущими ей цифровыми трендами, турбулентностью и пространственными формами, должен учитываться российскими компаниями, а также филиалами зарубежных компаний при формировании функциональных стратегий их развития (рисунок 4).



Рис. 3. Структура проектов производственного характера, реализованных на российских предприятиях с использованием цифровых технологий [8]



Рис. 4. Вектор влияния особенностей цифровой экономики на функциональные стратегии организации (составлен автором)

Вывод

В настоящее время один из основных стратегических трендов является цифровая экономика с присущими ей новыми технологическими решениями четвертой промышленной революции, которые должны найти отражение в процессе системной модернизации функциональных стратегий компаний. Их инновационное содержание позволит современным компаниям обеспечить коммерческий успех в условиях усиления конкурентной борьбы на дина-

мично развивающихся рынках товаров, услуг и интеллектуальных продуктов, а так же получить синергетический эффект в будущем.

Таким образом, можно сделать вывод, что для достижения коммерческого успеха в сложном и турбулентном окружении внешней среды, современным организациям необходимо постоянно изменять свои функциональные стратегии в соответствии с конкретными социально-экономическими условиями.

Библиографический список

1. Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» // СПС «КонсультантПлюс».
2. Асанов Р.К. Формирование концепции «цифровой экономики» в современной науке // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2016. № 15. С. 143-148.
3. Бабкин А.В., Буркальцева Д.Д., Костень Д.Г., Воробьев Ю.Н. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017. Т. 10. № 3. С. 9-25.
4. Масютин С.А. Базовая стратегия предприятия в условиях перехода к концепции «Индустрия 4.0» // Пленарные доклады Двенадцатого Всерос. симп. «Стратегическое планирование и развитие предприятий» (Москва, 12–13 апреля 2011 г.). М.: ЦЭМИ РАН, 2012.
5. Панышин Б.Н. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Наука и инновации. 2016. Т. 3. № 157. С. 17-20.
6. Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения: монография. Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2018. 131 с.
7. Стратегия развития цифрового пространства ЕАЭС 2025. [Электронный ресурс] URL:<http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2016/10/strategy.pdf> (дата обращения 15.12.2020).
8. Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса / НИУ «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс] URL: [https://imi.hse.ru/data/2017/10/06/1159517769/Цифровая экономика глобальные тренды и практика российского бизнеса.pdf](https://imi.hse.ru/data/2017/10/06/1159517769/Цифровая%20экономика%20глобальные%20тренды%20и%20практика%20российского%20бизнеса.pdf) (дата обращения 21.12.2020).
9. Schwab К. The Fourth Industrial Revolution // Foreign Affairs. 2015. December 12. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution> (дата обращения: 22.12.2020).

УДК 338.984

Г. Я. Казакова, И. Фарид, Ю. Чжан, Ш. Д. Диалло, К. Ю. Надбитов, Д. В. Горяева
ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова»,
Элиста, e-mail: gerenzell@mail.ru

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ИНОСТРАННЫХ ГОСУДАРСТВ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ (НА ПРИМЕРЕ ИСЛАМСКОЙ РЕСПУБЛИКИ АФГАНИСТАН)

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, рейтинг инвестиционной привлекательности, проектное финансирование.

В данной статье рассматривается инвестиционная привлекательность Исламской Республики Афганистан, анализируется изменение доли аграрной отрасли экономики в общей структуре экономики на протяжении последних десятилетий страны, находящейся в зоне боевых конфликтов. Приводится один из возможных проектов на территории Афганистана, что значительно повлияет на индустриальное развитие государства и позволит создать новые рабочие места, предпосылки для развития сопутствующих и новых производств. Авторы отмечают, что низкая инвестиционная привлекательность Исламской Республики Афганистан обусловлена политической нестабильностью, отсутствием гарантий стабильности вследствие военных конфликтов, низкой квалификации кадров, оттока активной части населения из страны. Авторы пришли к выводу, что несмотря на политическую и экономическую нестабильность, Исламская Республика Афганистан при наличии политической воли ее руководства в ближайшее десятилетие может создать инвестиционный механизм привлечения частного проектного финансирования в страну на ее индустриальное развитие, что позволит повысить в первую очередь интерес к инвестированию в экономику Афганистана таких стран как Китай и Россия.

G. Ya. Kazakova, I. Farid, Yu. Zhang, Sh. D. Diallo, K. Yu. Nadbitov, D. V. Goryaeva
Kalmyk State University, Elista, e-mail: gerenzell@mail.ru

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF FOREIGN STATES: STATUS AND PROSPECTS (ON THE EXAMPLE OF THE ISLAMIC REPUBLIC OF AFGHANISTAN)

Keywords: investment attractiveness, investment attractiveness rating, project financing.

This article examines the investment attractiveness of the Islamic Republic of Afghanistan, analyzes the change in the share of the agricultural sector of the economy in the overall structure of the economy over the past decades of a country in the zone of military conflicts. One of the possible projects on the territory of Afghanistan is presented, which will significantly affect the industrial development of the state and will create new jobs, prerequisites for the development of related and new industries. The authors note that the low investment attractiveness of the Islamic Republic of Afghanistan is due to political instability, lack of guarantees of stability due to military conflicts, low qualifications of personnel, and the outflow of an active part of the population from the country. The authors came to the conclusion that despite the political and economic instability, the Islamic Republic of Afghanistan, with the political will of its leadership in the next decade, can create an investment mechanism for attracting private project financing to the country for its industrial development, which will increase, first of all, interest in investing in the economy of Afghanistan of countries such as China and Russia.

Афганистан – аграрная страна с неразвитой промышленностью и высокой долей сельского хозяйства в общей структуре экономики. Вследствие непрекращающихся на протяжении более 30 лет военных действий экономика Афганистана пришла в полный упадок. Примерно треть наиболее активного населения покинула страну, более 3 млн. человек афганских беженцев до сих пор остаются за пределами страны. За период войны были разрушены большинство предприятий, разорваны транспортные

и торговые связи внутри страны – между отдельными ее районами и с другими государствами. Долгое время экономика страны находилась в сложной ситуации непрекращающихся боевых действий и не представляла интереса для потенциальных инвесторов в финансирование развития народного хозяйства Афганистана. Но даже, несмотря на это, в период 2005-2007 годов в экономике Афганистана наблюдается серьезный прогресс, правда, в сравнении с нулевым на начало этого периода развитием.

Трудность настоящего исследования заключается в том, что анализ экономического развития Афганистана на современном этапе трудно представить в связи со скудностью статистических и общедоступных данных. Страна остается в локализации, Центральное статистическое Агентство Афганистана не представляет общедоступной информации. Поэтому изменение в экономике страны можно судить только по обрывкам газетных статей, скудных сведений, публикуемых крайне редко международным агентством Bloomberg. Но, в тоже время даже эти факты позволяют понять, что развитие афганской экономики на текущий момент остается не системным, хаотичным и неравномерным и основывается на активности отдельных предпринимателей, занимающихся конкретными проектами в стране в силу их политической ангажированности.

Показательна динамика развития экономики страны (рисунок 1) в сторону промышленного сектора экономики. Но в тоже время, основываясь на анализе данных, представленных на официальных источниках, невозможно точно сказать, что доля сельского хозяйства снижается из-за развития промышленной отрасли экономики, или в связи со снижением (стагнацией) самой аграрной отрасли. К сожалению, трудно предоставить более точный анализ, не имея

доступа к абсолютным показателям в разрезе каждой отрасли экономики народного хозяйства Исламской Республики Афганистан.

Отметим, что доля производительности ВВП на душу населения в основных производящих отраслях экономики – в сельском хозяйстве и в промышленности начинает достигать уровня показателей 1980 годов, когда заметно наиболее активное развитие Афганистана. В тоже время в последние годы в Афганистане наблюдались серьезные природные катаклизмы, ухудшающие и так сложные природно-климатические условия для ведения сельского хозяйства. Кроме того, созданные в восьмидесятых годах двадцатого столетия ирригационные системы страны были наполовину уничтожены, что серьезно повлияло на производительность труда в сельском хозяйстве и отбросило страну на десятилетия назад.

За последние годы в Афганистане неоднократно наблюдается рост частоты засух, нападения саранчи [7]. При этом страна не располагает достаточными собственными средствами на борьбу с климатическими и природными аномалиями и внедрению технологических и инновационных операций в сельском хозяйстве. В стране, к сожалению, в аграрной отрасли экономики сохраняется ручной труд и архаичная система ведения хозяйствования [5].

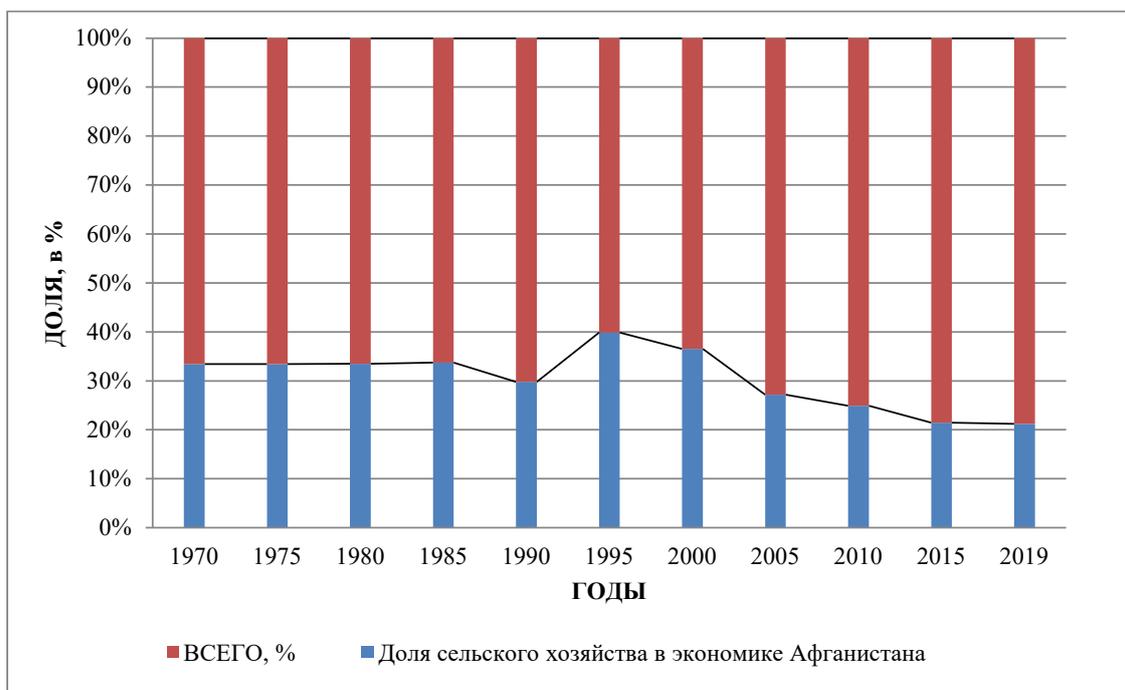


Рис. 1. Доля сельского хозяйства в экономике Афганистана [5]

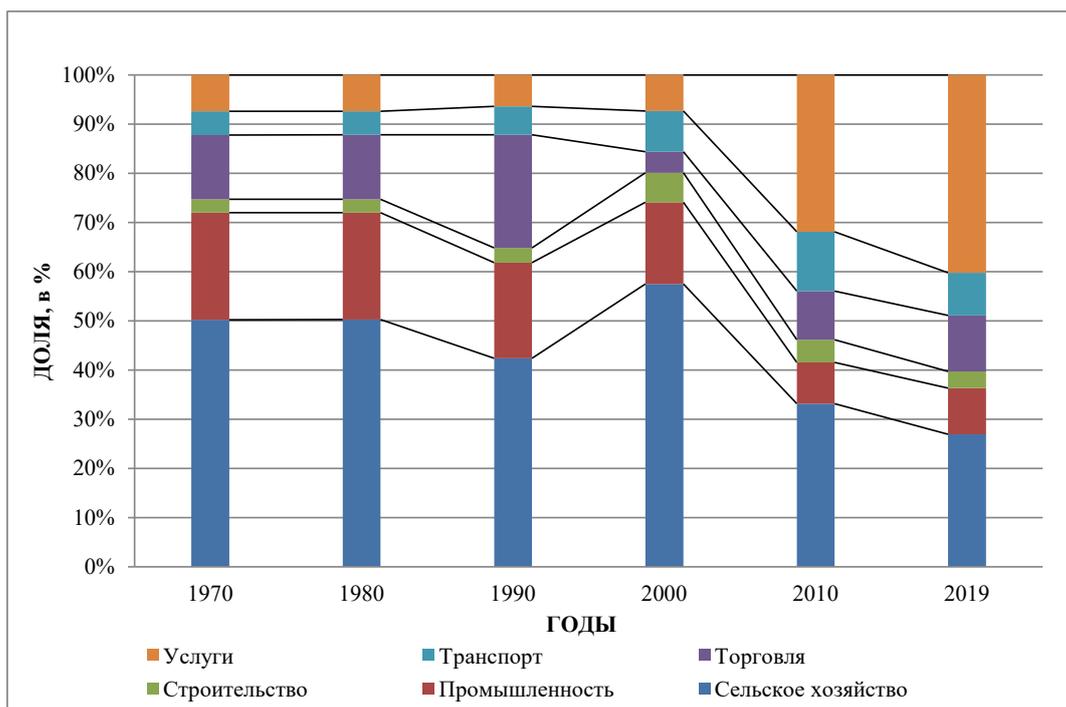


Рис. 2. Доля отраслей экономики в народном хозяйстве Афганистана [5]

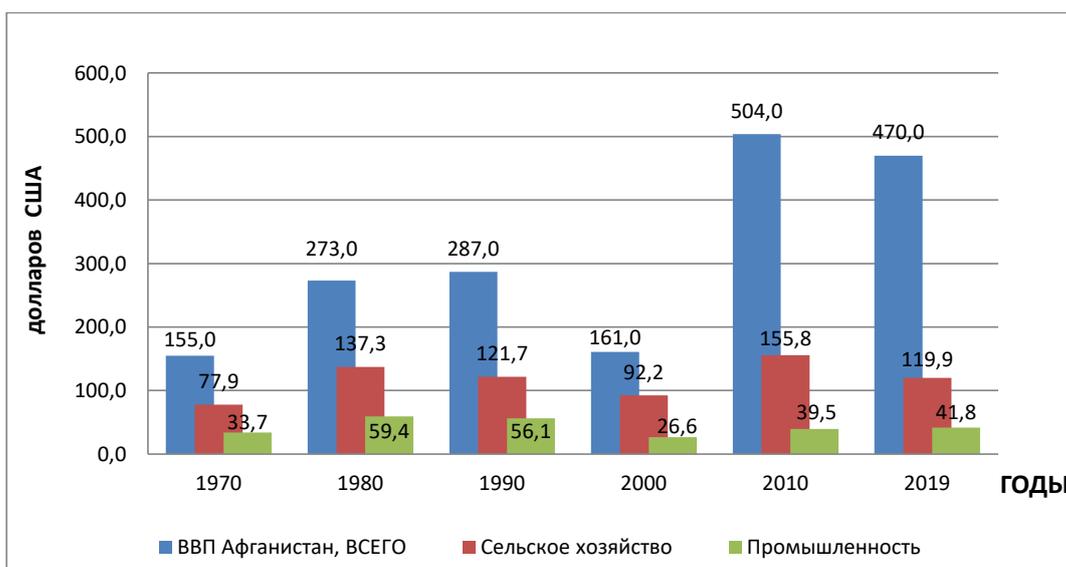


Рис. 3. Производительность экономики Афганистана на душу населения в долларах США [5]

Для примера, в 1980 годах прошлого столетия большинство пахотных земель в стране орошалось, была создана ирригационная арычная система, питающаяся от наземных и подземных природных водных источников. В настоящий момент в Афганистане еще сохранилась система подземных водосборных галерей с колодцами (кяризами и каналами). В настоящий момент в Афганистане

продолжают возделывать пшеницу, рис, кукурузу и ячмень, сахарную свеклу, хлопчатник, масличные культуры и сахарный тростник. Основой сельского хозяйства Восточного Афганистана исторически являлось выращивание гранатовых плодовых деревьев [7]. В структуре плодового садоводства в стране также присутствует выращивание абрикосов, персиков, груш, слив, вишни,

цитрусовых, винограда, миндаля и грецкого ореха. Традиционно на экспорт Афганистан поставлял свежие и сушеные фрукты, орехи. Одним из серьезных экспортных составляющих страны являлась поставка каракулевых шкур и восточные ковры ручной работы [8].

Афганистан располагает достаточными залежами природных ископаемых, добыча которых требует серьезных инвестиционных вливаний. В тоже время активность военных местных формирований ухудшает возможность активного развития в этом направлении. Страна имеет серьезные запасы железной руды, свинца, цинка, золота, газа. Но, к сожалению, разработки полезных ископаемых требуют очень серьезных инвестиций [4].

Страна долгое время шла по пути развития государственного, а не частного сектора в области промышленного и агропромышленного производства. Энергетические объекты, промышленные мануфактуры, которые страна долгое время развивала в двадцатом столетии, были разрушены во время неоднократных военных действий на территории страны [4].

В тоже время исследования показали, что промышленность Афганистана в период с 2000 по 2019 гг. имеет положительную динамику. Так, на рисунке 3 заметен рост ВВП на душу населения, где в 2019 году показатель экономики промышленной отрасли страны составил 1,6 млрд. долларов США, что превышает показатели 2010 года на 0,4 млрд. долларов США и показатели 2000 года на 1,05 млрд. долларов США [4]. Это при том, что местная валюта подверглась существенному снижению по отношению к доллару США. Но, даже, несмотря на наблюдающийся рост показателей промышленной отрасли в абсолютных цифрах, что связано в основном с ростом экспорта сырьевых природных товаров, страна остается на 145 месте в мире по промышленному развитию.

Если оценивать факторы инвестиционной привлекательности Исламской Республики Афганистан для потенциальных крупных инвесторов, то она характеризуется следующими параметрами:

1. Наличием высоких рисков из-за отсутствия:

- прозрачной системы экономических показателей страны, невозможностью дать среднесрочную и долгосрочную оценку потенциала страны;

- открытой правовой системы страны, что увеличивает риски потенциального инвестора;

- публичной информации о наличии иностранного государственного и частного капитала в отраслях экономики страны;

- публичной информации коммерческой, бюджетной и экономической эффективности страны в целом и по ее отдельным отраслям.

2. Отсутствием возможности достоверно оценить экономический потенциал страны в целом и по ее отраслям. Невозможность детализировать информацию по отраслям экономики для потенциальных инвесторов и оценить причины и стабильность роста внутреннего валового продукта.

3. Политическая нестабильность в стране. Постоянно меняющийся политический курс руководства, в зависимости от политики Соединенных Штатов Америки. Привлечение больших объемов инвестиций, в которых крайне нуждается Афганистан в текущем состоянии практически невозможно при жесткой и непредсказуемой политике государства.

4. Низкий уровень инфраструктурного развития. Необходимо в первую очередь развивать транспортную систему страны, соединив ее согласно общегосударственной торговой политике страны между районами Афганистана и соседними странами с выходом на потенциальные рынки сбыта отечественных товаров. Для промышленного развития и развития переработки аграрного сырья необходимо обеспечить производителей доступной и по возможности дешевой энергией (добыча и производство газа, развитие электроэнергетики). Необходимо развивать системы связи и интернет.

5. Высокий природно-ресурсный потенциал страны гарантируется залежами полезных ископаемых, запасов природного газа. Необходимо инфраструктурное развитие для повышения заинтересованности потенциальных инвесторов в добыче и разработке полезных ископаемых.

6. Финансовая система страны находится в сложном состоянии, так как высок дефицит бюджета, низкая структура доходов, низкая прибыль предприятий из-за их низкой технологичности.

7. Низкая квалификация местных кадров требует повышение общего уровня образования в стране и создание системы получения узкоспециализированных профессий на уровне колледжей.

8. Высокая зависимость от военной и религиозной верхушки в стране [3].

Совокупность вышеуказанных факторов дает общее понимание высокорискованности финансовых вложений потенциальных инвесторов в экономику Афганистан. Поэтому на текущем этапе можно предположить, что одним из вариантов постепенного повышения инвестиционной привлекательности страны для крупных инвесторов, таких, как Китай, Россия, Страны Европейского Союза необходимо параллельно с работой по созданию системного снижения вышеперечисленных негативных факторов создать индивидуальный подход к проектному финансированию. В этом случае необходимо создать особые условия для потенциальных инвесторов на уровне межправительственных Соглашений между государствами с перечнем финансовых и политических гарантий с подтверждением религиозной элитой[3]. Проектное финансирование позволит создать в стране пул крупных проектов, которые в любом случае будут оказывать влияние на развитие местных бизнесов, которые будут создаваться около этих крупных проектов.

На наш взгляд основу пула крупных проектов составят:

- инвестиции в транспортную систему страны;
- инвестиции в агротехнологии и развитие системы собственного производства минеральных и органических удобрений;
- инвестиции в разработку и газификацию страны;
- инвестиции в создание ветровой и солнечной энергетики;
- создание системы мусоропереработки в стране с применением современных технологий (без сжигания, выброса углекислого газа в атмосферу и закапывания).

Для примера проведем сравнительный анализ текущих международных предложений по мусороперерабатывающим комплексам, инвестиции под которые можно было бы привлечь для создания таких мощностей на территории Афганистана.

На основании данных, представленных в таблице, можно сделать следующий вывод, что создание промышленных мощностей под переработку мусора, в том числе для взаимодействия с соседними странами такой проект был бы интересен, учитывая его экологичность и технологичность.

Сравнительный анализ предложений мусороперерабатывающих заводов

	Показатель	Российские разработки			EUROPLASMA (Франция) [7]	SOLENA Group (США) [7]
		Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3		
1	Технология переработки отходов	Среднетемпературный пиролиз	Колосниковое сжигание	Плазменная газификация	Плазменная газификация	Плазменная газификация
2	Стоимость переработки 1 тонны отходов, в долларах США	185	690	527	939	560
3	Перерабатываемые виды отходов	Все виды	Твердые, коммунальные	Все виды	Биомасса	Биомасса, твердые, бытовые
4	Конечная продукция	Электроэнергия от 4,5 Мвт*ч (в зависимости от мощности завода)	Электроэнергия 65 Мвт*ч	Электроэнергия 3,6 Мвт*ч; тепловая мощность - 23,2 Гккал *ч	Электроэнергия 5 Мвт*ч	Биотопливо, пр-й бензин, электроэнергия 20 Мвт
5	Окупаемость (расчетная)	1,1 лет	15 лет	4,3 – 5,4 лет	4,3 – 5,4 лет	4,3 – 5,4 лет
6	Наличие вредных выбросов	Отсутствуют	Нет данных	Отсутствуют	Нет данных	Нет данных
7	Остатки переработки под захоронение	Отсутствуют	Нет данных	7%	Нет данных	Нет данных

Кроме того, данные производственные мощности способны обеспечивать свою производственную деятельность вырабатываемой ими электроэнергией, а также способствовать созданию новых производственных мощностей – теплиц, агроперерабатывающих производств, любых промышленных производств.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

Исламская Республика Афганистан с точки зрения ее расположения, природным ресурсным потенциалом, территориальной протяженностью, многочисленным и постоянно растущим населением представляет интерес для потенциальных инвесторов. Стоит отметить, что Афганистан по своей культуре и историческому развитию располагает потенциалом трудоспособного населения.

Для развития инвестиционного потенциала Афганистану необходимо наряду с обеспечением политической стабильности формировать на первом этапе основной пласт предпринимателей, способных обеспечить пул проектов в рамках страны. По такому пути в свое время шли страны – азиатские тигры: Китай, Южная Корея, Тайвань. Пул проектов для Афганистана – это создание базы для дальнейшего развития страны, когда государственная политика направлена на максимальную поддержку крупнейших проектов в разных областях экономики:

- развитие транспортной инфраструктуры: восстановление и создание транспортных сообщений для взаимодействия между

районами страны и соседними государствами с выходом на международные транспортные коридоры;

- создание условий для агропромышленного производства и переработки получаемой продукции, строительство хабов и систем хранилищ сельскохозяйственной продукции;

- создание стратегии развития газодобывающей и газоперерабатывающей отрасли, газификация страны;

- реконструкция, восстановление и создание новых энергетических объектов, в том числе на базе возобновляемых источников энергии;

- создание производственных мощностей по переработке мусора, отходов, полезных ископаемых.

Для привлечения инвестиций из развитых стран необходимо создать долгосрочные гарантийные обязательства за счет системы законодательных решений и межправительственных соглашений с обеспечительным фондом со стороны Правительства Исламской Республики Афганистан и при непосредственной поддержке глав Шариата Афганистана. Гарантировать странам, потенциально готовым инвестировать в экономику страны, уровень дохода и защиту от дефолтов в случае политических проблем за счет механизмов, выработанных в рамках международного права с полным одобрением религиозного руководства Афганистана. Внести соответствующие изменения в Конституцию страны (основной регулирующей закон) [1].

Библиографический список

1. Конституция Исламской Республики Афганистан. [Электронный ресурс]. URL: <https://worldconstitutions.ru/?p=24> (дата обращения: 12.02.2020).
2. Декрет президента Исламской Республики Афганистан Ашрафа Гани от 14 декабря 2014 года о распределении «ответственности и полномочий» между Президентом и Главой исполнительной власти.
3. Капинос Р. Экономические идеи Корана и практика современного ислама // Мировая экономика и международные отношения. 2009. №3. С. 99-105.
4. Экономика Афганистана. Проблемы экономики Афганистана. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gecont.ru/articles/econ/afganistan.htm> (дата обращения: 12.02.2020).
5. База данных Организации Объединенных Наций. [Электронный ресурс]. URL: <http://data.un.org/> (дата обращения: 12.02.2020).
6. Сайт международного рейтингового Агентства Fitch. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fitchratings.com/> (дата обращения: 12.02.2020).
7. Сайт международного Агентства по финансовой информации Bloomberg. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bloomberg.com/europe> (дата обращения: 12.02.2020).
8. Сайт Российского Экспортного Центра. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.exportcenter.ru/> (дата обращения: 12.02.2020).

УДК 330.34

А. В. Кашенов

ФГБОУ ВПО «Московский государственный педагогический университет», Москва,
e-mail: avkash@list.ru

ФАКТОРЫ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Ключевые слова: пандемия коронавируса, ограничительные меры, экономический кризис, факторы распространения, макроэкономические последствия, демографический кризис, смертность, естественная убыль населения, безработица, пострадавшие отрасли, снижение уровня жизни.

Пандемия коронавируса COVID-19 и факторы ее распространения. Опыт статистического анализа факторов смертности от коронавируса по странам мира. Вынужденные ограничительные меры и экономический кризис 2020 года. Обзор документов ООН, МВФ, ВОЗ, МОТ, посвященных экономическим, демографическим и социально-трудовым последствиям пандемии и путям выхода из кризиса. Анализ ситуации в макроэкономике, демографической сфере, сфере занятости, сфере уровня жизни населения в мире и Российской Федерации. Отрасли экономики, в наибольшей степени пострадавшие от кризиса. Демографический кризис, рост смертности, сокращение рождаемости, увеличение естественной убыли населения, общее сокращение численности населения РФ. Цикличность кризисных явлений. Безработица, ее увеличение во II квартале 2020 года с последующим сокращением. Беспрецедентный в российской истории подъем численности зарегистрированных безработных. Снижение доходов населения во II квартале 2020 года с последующим повышением. Краткий обзор документов Правительства РФ по выходу из экономического кризиса.

A. V. Kashenov

Moscow state pedagogical University, Moscow, e-mail: avkash@list.ru

FACTORS AND ECONOMIC CONSEQUENCES OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC

Keywords: coronavirus pandemic, restrictive measures, economic crisis, spread factors, macroeconomic consequences, demographic crisis, mortality, natural population decline, unemployment, affected industries, decline in living standards.

The COVID-19 coronavirus pandemic and its distribution factors. Experience statistical analysis of the factors of deaths from coronavirus in the world. Forced restrictive measures and the economic crisis of 2020. Review of UN, IMF, WHO, and ILO documents on the economic, demographic, and socio-labor consequences of the pandemic and ways out of the crisis. Analysis of the situation in the macroeconomics, demographic sphere, employment, and living standards of the population in the world and the Russian Federation. The sectors of the economy most affected by the crisis. Demographic crisis, increased mortality, reduced fertility, an increase in the natural population decline, the overall reduction of population of the Russian Federation. Cyclical nature of crisis phenomena. Unemployment, its increase in the second quarter of 2020, followed by a reduction. An unprecedented rise in the number of registered unemployed in Russian history. Decrease in household income in the second quarter of 2020, followed by an increase. A brief overview of the documents of the Government of the Russian Federation on the way out of the economic crisis.

Введение

Пандемия коронавируса COVID-19 продолжается, позади только первый год этого общемирового бедствия. Однако уже можно подвести некоторые итоги событиям и изменениям в мировой и российской экономике, демографии и социальной сфере, происшедшим в 2020 году и кратко резюмировать имеющиеся прогнозы развития ситуации в 2021 году.

1 февраля 2021 года, по данным Университета Дж. Хопкинса (США) общемировая численность официально учтенных

зараженных новым коронавирусом составила 103048 тыс. человек, число погибших 2229,7 тыс. человек. Наибольшее число зараженных наблюдалось в США – 26188 тыс. чел., Индии – 10758 тыс. чел. и Бразилии 9204 тыс. чел. Далее следовали Великобритания и Российская Федерация [1]. По отношению к общему числу умерших в мире в 2019 году – 55,4 млн чел., опубликованному ВОЗ [2], смертность от COVID-19 в 2020 г. составила 4,1%. В РФ на 1 февраля 2021 г. было проведено 102,3 млн тестов, выявлено 3868 тыс. чел. зараженных, умерли 73,6 тыс.

чел., число активных случаев на указанную дату составляло 476,3 тыс. чел.

Факторы распространения COVID-19

Основные гипотезы, которые еще необходимо верифицировать, состоят в том, что заболеваемость, и особенно смертность, от нового коронавируса в странах мира может зависеть от уровня экономического развития, качества системы здравоохранения, уровня расходов на здравоохранение. Имеет место также предположение о том, что способность государств мира противостоять пандемии посредством жестких ограничительных мер находится в обратной связи с «уровнем демократии». По поводу готовности к событиям 2020 года национальных систем здравоохранения в странах мира мы уже высказывали мнение, что «реформы» и «оптимизация», сводившиеся к сокращению численности больничных коек и экономии бюджетных расходов на здравоохранение, ослабляют резистентность общества к пандемии [3].

Для статистического анализа мы использовали выборку из 55 стран от Bloomberg (2018), так как именно это агентство опубликовало необходимые для наших расчетов «индекс эффективности систем здравоохранения» и «долю расходов на здравоохранение в ВВП». К этим странам мы добавили Индию, которая не входит в выборку Bloomberg, но имеет одно из самых больших чисел населения в мире и высокий уровень заражения коронавирусом [4], [5], [6], [7]. Таким образом, расчеты производились по 56 странам. Однако получить значимые отрицательные коэффициенты корреляции между смертностью от COVID-19 и показателями уровня экономического развития, расходов на здравоохранение и т.д. нам не удалось. Были получены значимые взаимосвязи между эффективностью систем здравоохранения, удельными расходами на здравоохранение, ВВП на душу населения и «уровнем демократии», который является полезной иллюстрацией к картине мировой экономики, но прямо не соотносятся с нашими гипотезами о факторах распространения пандемии. Краткое описание не вполне удачных в этом смысле расчетов мы приводим в данной статье для демонстрации принципиальной возможности использования международных рейтингов для статистического анализа факторов и последствий пандемии.

Экономические потери от пандемии

Наиболее значительный масштаб имели экономические потери, возникшие вследствие введенных большинством стран вынужденных ограничительных мер и последовавшей за этим глобальной рецессии. Согласно оценкам доклада МВФ «Перспективы мировой экономики, январь 2021» мировой ВВП сократился в 2020 году на 3,5%. Компенсирующий рост в 2021 году ожидается в пределах 5,5% и 4,2% в 2022 г. По оценкам МВФ, экономика США сократится за 2020 год на 3,4%, с последующим ростом в 2021 году на 5,1%, в Еврозоне эти показатели составят -7,2% и 4,2%, в Китае +2,3% и 8,1%, в России -3,6% и 3,0% [8]. В докладе ООН «Мировая экономика: ситуация и перспективы» (25.01.2021) динамика мирового ВВП в 2020 году оценена в -4,3%, перспективы роста в 2021 году +4,7%. Оценки экспертов ООН по США составляют -3,9% и +3,4%, по Европейскому Союзу -7,4% и +4,8%, по Китаю +2,4% и +7,2%, по РФ -4,0% и 3,0% [9].

Разработанный Министерством экономического развития РФ «Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов» предполагал возможность ограничения спада ВВП России в 2020 году уровнем 3,9% и последующего роста в 2021 году на 2,7-3,3% [10]. Отметим, что «дно» нынешнего экономического цикла большинство стран прошли в апреле-июне 2020 года, вследствие первого локдауна, в период разработки приведённых здесь прогнозов уже происходил компенсационный подъем. В РФ, правительству которой удалось избежать второго локдауна в 2020 году, во II квартале снижение ВВП по отношению к аналогичному периоду предыдущего года, составляло 8%, а в III квартале 3,4%, то есть нашей экономике удалось «отыграть» у кризиса 4,6 процентного пункта. Согласно первой оценке Росстата, ВВП за 2020 год составил 106,6 трлн руб. и сократился в сопоставимых ценах на 3,1% [11]. Таким образом, общие экономические потери от пандемии в мире составили более 3 трлн долларов, а в РФ – около 3 трлн рублей.

Демографические потери от пандемии

Вследствие пандемии COVID-19 в странах мира произошло увеличение смертности, из-за вынужденной перегрузки учреждений здравоохранения (нехватка коечного фонда, оборудования, недостаточное финан-

сирование), и их неспособности оказывать плановую медицинскую помощь в сложившейся обстановке. Часть прироста смертности была вызвана непосредственно новым коронавирусом. «Вклад» коронавируса в увеличение общей смертности варьирует по странам, как в результате различий в эффективности систем здравоохранения, так и стандартов разграничения причин смерти. Стрессы, вызванные как массовой заболеваемостью коронавирусом, так и введенными ограничениями на передвижение, работу, обязанностью использовать СИЗ и т.д. также повлияли на рост смертности. Также вследствие в первую очередь стрессов во многих странах в 2020 году произошло снижение рождаемости, брачности и сокращение рождаемости населения (все подобного рода решения люди стали откладывать). В странах – акцепторах миграции (принимающих миграционные потоки) сократилось, или стало отрицательным, сальдо внешней миграции. Все это в комплексе вызвало в некоторых странах сокращение численности населения.

По данным Росстата, численность постоянного населения РФ на 1 января 2020 года составляла 146748,6 тыс. чел., а на 1 января 2021 года 146238,2 тыс. чел., таким образом сокращение составило 519,4 тыс. чел., против 32,1 тыс. чел. в 2019 г.

Как следует из таблицы 1, естественная убыль населения за январь-декабрь 2020 года увеличилась на 372,5 тыс. чел. в результате комбинации двух факторов – снижения числа родившихся на 48,7 тыс. чел. (как в результате прохождения «демографической волны», так и вследствие стрессов от пандемии и ограничительных мер) и прироста смертности на 323,8 тыс. чел. Число умерших от нового коронавируса

(по данным Министерства здравоохранения РФ) на 31 декабря 2020 года составляло 57,0 тыс. чел., что составляет 2,7% от общего числа умерших и 17,6% от прироста смертности за 2020 год. Остальная часть прироста смертности была вызвана другими причинами, большинство из которых также были связаны с пандемией, или вынужденными ограничительными мерами. Можно назвать это явление «мультипликатор смертности» – на 1 человека, умершего непосредственно от COVID-19, в РФ приходится 5-6 человек прироста смертности из-за воздействия пандемии на общество, экономику, систему здравоохранения.

Кризис и структурные изменения на рынке труда

Согласно докладу Международной организации труда «Мониторинг МОТ: COVID-19 и мир труда. Седьмое издание» от 25.01.2021 г., численность потерянных рабочих часов в эквиваленте полной занятости (48 часов в неделю на человека), составлявшая в 2019 году 188 млн человек, в 2020 г. составила 255 млн человек (рабочих мест), что составляет 8,8% от общей мировой занятости. Согласно этому докладу, в период наиболее жёсткого глобального локдауна (во II квартале) потери рабочего времени достигали в пересчёте на год 18,2% или 525 млн человек (рабочих мест). Потери доходов от труда, по оценке МОТ, составили в 2020 году 3,7 трлн долл., что сопоставимо с оценкой МВФ глобальных потерь ВВП. По прогнозу МОТ, глобальные потери труда (условный эквивалент безработицы) в 2021 году должны уменьшиться до 1,3-4,6%, по среднему варианту прогноза они составят 3,0%, то есть 90 млн человек (рабочих мест) [12].

Таблица 1
Естественное движение населения РФ в 2020 г.

	Тысяч			На 1000 человек населения		
	январь-декабрь		прирост, снижение (-)	январь-декабрь		2020 г. в % к 2019 г.
	2020 г.	2019 г.		2020 г.	2019 г.	
Родившихся	1435,8	1484,5	-48,7	9,8	10,1	97,0
Умерших	2124,5	1800,7	323,8	14,5	12,3	117,9
из них детей в возрасте до 1 года	6,5	7,3	-0,8	4,5	4,9	91,8
Естественный прирост, убыль (-)	-688,7	-316,2		-4,7	-2,2	
Браков	770,8	950,1	-179,3	5,3	6,5	81,5
Разводов	564,0	620,8	-56,8	3,9	4,2	92,9

Источник: Росстат [11].

Таблица 2

Оценка МОТ рисков потери рабочих мест в мировой экономике в 2020 г. по секторам

	Статус риска	Рост занятости (год к году, %)	
		2020, 2 кв.	2020, 3 кв.
Услуги предоставления жилья и питания	высокий	-20,3	-13,6
Другие услуги	средне-высокий	-13,4	-6,3
Строительство	средний	-8,4	-2,2
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	высокий	-7,2	-2,8
Промышленность	высокий	-5,6	-2,5
Образование	низкий	-1,4	0,1
Транспорт, хранение; связь	средне-высокий	-3,1	-1,6
в том числе транспорт и хранение		-6,2	-6,1
информация и связь		+5,0	+7,3
Недвижимость; деловая и административная деятельность	высокий	-2,5	-2,1
Сельское, лесное хозяйство и рыболовство	низко-средний	-3,9	-3,1
Государственное управление и оборона, социальное обеспечение	низкий	-1,2	+1,8
Коммунальные услуги	низкий	+0,1	+1,1
Здравоохранение и социальная работа	низкий	-0,8	+0,5
Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	средний	+3,6	+2,8
Финансовая и страховая деятельность	средний	+3,4	+3,5

Источник: МОТ [12].

По нашей оценке, в приведённых данных МОТ условный объем труда в мире (от которого отсчитаны названные выше 8,8%) принимается эквивалентным 2,9 млрд человек (рабочих мест). Между тем, численность населения в возрасте 15-64 года оценивается ООН в 2020 году в 5083,5 млн человек и в возрастной категории 16+ в 5686,5 млн человек из общей мировой численности 7794,8 млн человек [13]. Таким образом, глобальные потери труда, вынужденная экономическая неактивность и безработица, особенно в странах «третьего мира» могут быть значительно больше, чем говорится в докладе МОТ.

Несомненный интерес в докладе МОТ представляет оценка рисков падения спроса на труд (занятости) по секторам экономики. Как следует из таблицы 2, наибольшее падение занятости в 2020 году в мире испытали гостиницы, аренда жилья и рестораны – то есть отрасли, специализированные на обслуживании отдыхающих, туристов, командировочных, трудовых мигрантов и других подобных категорий населения. В период локдаунов в странах мира ограничивалась возможность для людей свободно переме-

щаться и пользоваться услугами рекреации, общественного питания.

Сократилась также занятость в других отраслях услуг, деятельность которых также была ограничена во время локдаунов: в торговле, в некоторых отраслях промышленности, на транспорте, особенно в пассажирских перевозках. Из промышленного сектора наиболее полезной для мирового рынка (и одновременно размещённой вне крупных городов, то есть за пределами зоны большинства локдаунов) оказалась горнодобывающая промышленность.

В связи с массовым переходом многих видов деятельности в виртуальное пространство, значительно возросла занятость в сфере коммуникаций. Достаточно стабильную занятость в большинстве стран обеспечили образование, здравоохранение, финансы, страхование, социальная работа, государственное управление и оборона.

Перейдём к анализу последствий пандемии COVID-19, ограничительных мер и экономической рецессии для российского рынка труда. До событий 2020 года наиболее востребованными в научном сообществе стали наши работы о возможном негативном

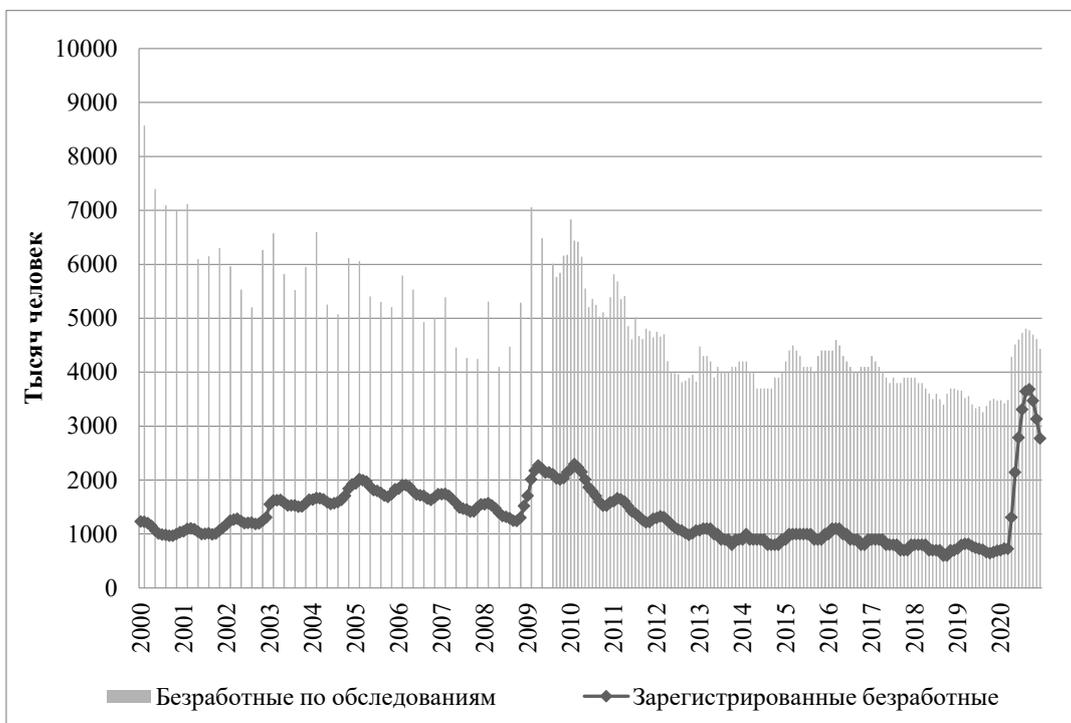
воздействию на рынок труда повышения границ пенсионного возраста [14], а также те, в которых мы анализировали рост и сокращение занятости в условно «прогрессивных» и «регрессивных» сферах экономики и подвергали сомнению концепции некоторых экономистов о влиянии цифровизации на занятость [15]. В 2020 году российский рынок труда столкнулся с новыми вызовами, которых мы не предвидели в названных работах.

Макроэкономические показатели рынка труда Росстат публикует в отчётах о результатах выборочных обследований населения по проблемам занятости (ОНПЗ), методология которых совместима с рекомендациями МОТ и Международной конференции статистиков труда (МКСТ). По данным ОНПЗ, численность рабочей силы (экономически активного населения) в РФ уменьшилась с 75,7 млн человек в августе 2019 года до 75,2 млн человек в декабре 2020 года. Численность безработных по обследованиям циклично (летом безработных в России меньше, зимой больше) снижалась от максимального уровня 10,4 млн человек в феврале 1999 года (глобальный финансовый кризис и дефолт в России) до 3,5 млн человек в на-

чале 2020 года. На этой траектории было два подъема – до 7,0 млн человек в феврале 2009 г. (глобальный финансовый кризис) и до 4,5 млн человек в марте 2015 года (санкции), новый подъем произошел в августе 2020 года, когда безработица достигла значения в 4,8 млн человек (рисунок). Уровень безработицы по ОНПЗ в процентах от численности рабочей силы в данной точке составил 6,4%. Максимальный уровень безработицы в период пандемии был ниже, чем во время глобальных рецессий 1998 и 2008-2009 гг. К декабрю 2020 года этот показатель снизился до 5,9%.

Разумеется, общая численность людей в РФ, которые нуждаются в работе, возрастает за счёт категории, которая в методологии ОНПЗ относится к «лицам в трудоспособном возрасте, не входящим в состав рабочей силы. Суммарно численность этих двух последних категорий российского населения составляла в августе 2019 года 3,5 млн человек и в августе 2020 года 3,8 млн человек [11].

Общая численность населения, нуждающегося в работе, по нашей оценке, составляла в августе 2019 года 6,8 млн человек (около 9,0% потенциальной рабочей силы) и в августе 2020 года 8,6 млн человек (около 11%).



Безработица по обследованиям Росстата и зарегистрированная в РФ в 2000-2020 гг.
 Источник: Росстат [11]

Под «потенциальной рабочей силой» мы понимаем сумму официальной численности рабочей силы и числа лиц, нуждающихся в работе за пределами рабочей силы. Наиболее драматичной была в 2020 году динамика численности безработных, зарегистрированных в службе занятости. Массовое высвобождение работников российских предприятий, произошедшее в апреле-августе 2020 года, привело к увеличению зарегистрированной безработицы с 0,7 в начале года до 3,7 млн человек в сентябре (4,9% от рабочей силы). Такое количество людей, обратившихся к помощи государства в поисках работы, стало «рекордным» за 29 лет их регистрации. Предыдущий максимум – 2,8 млн человек, наблюдался в апреле 1996 года. С октября 2020 года снятие безработных с учёта превысило постановку на учёт, и их количество сократилось к декабрю до 2,8 млн человек (3,7%) [11].

Учтённая по методологии ОНПЗ численность занятого населения в 2019 году максимального значения перед зимним циклическим спадом достигала в ноябре, когда она составила 72,7 млн человек. В 2020 году она опускалась до минимума 70,0 млн человек (рабочих мест) в мае, чтобы потом увеличиться к декабрю до 70,8 млн человек [11]. Мы полагаем, что эти цифры адекватно отражают тенденцию восстановления российской экономики.

В целях анализа отраслевых (по видам занятости) изменений в структуре спроса на труд в РФ рассмотрим оперативные данные по месяцам 2020 года, которые исходят из периодического обследования Росстатом крупных и средних предприятий. На этих предприятиях в октябре 2020 года работали 33,5 млн человек – около половины занятого населения. Оперативных официальных данных по сфере малого предпринимательства (МП) Росстат не собирает. Это ограничивает возможности анализа, так как именно сектор МП сильно пострадал в 2020 году. Среди сфер деятельности в секторе крупных и средних предприятий (таблица 3), несмотря на оказанную им государственную поддержку, существенно сократили спрос на труд риелторы, сельское хозяйство, строительство. В добыче полезных ископаемых число занятых сократилось за счёт угольной отрасли (сокращение на 6,1%), при этом число нефтяников и газовиков возросло.

Обрабатывающая промышленность в целом снизила численность рабочих мест

на 2,0%, но при этом внутри данной сферы занятость в производстве пищевых продуктов сократилась на 2,5%, в автопроме на 5,9%, производстве мебели на 5,1%, и катастрофически упала занятость в полиграфии, производстве бумажных книг, журналов и т.п. – на 15,4%.

Рост числа рабочих мест произошёл в трубопроводном транспорте (на 6,0%), информатике и связи (на 4,9%). Организации, оказывающие государственные услуги, услуги образования и здравоохранения, существенно не изменили численность персонала в 2020 году.

Потери уровня жизни населения

Согласно докладу Всемирного банка (октябрь 2020 г.) «пандемия COVID-19 добавит в этом году к крайней нищете еще от 88 до 115 миллионов человек, а в 2021 году их число возрастет до 150 миллионов, в зависимости от серьезности экономического спада. Крайняя бедность, определяемая как жизнь менее чем на 1,90 доллара в день, вероятно, затронет от 9,1% до 9,4% населения мира (более 700 млн человек – А.К.). Если бы пандемия не потрясла земной шар, уровень бедности, как ожидается, снизился бы до 7,9% в 2020 году» [16]. Разумеется, международное понятие «крайней бедности» в первую очередь касается развивающихся стран. Но и в странах с высоким и средним уровнем экономического развития проблемы дефицита доходов, снижения уровня жизни обострились в 2020 году.

В РФ доходы населения, как и занятость, подвержены цикличности. Обычно максимум доходов население получает в IV квартале, минимум – в I квартале. В 2020 году, после весеннего, самого тяжелого для экономики, локдауна основное падение доходов сместилось на II квартал, когда сокращение реальных доходов населения составило 8%. После начала восстановительного роста ВВП и вследствие эффекта «конца года», в IV квартале указанное сокращение удалось уменьшить до -1,5%, а в целом 2020 год закончить с результатом «минус 3,0%» [11]. Потери доходов населения во II квартале 2020 года по сравнению с аналогичным периодом предшествующего года составили 821,6 млрд рублей, а в 3 квартале 35,3 млрд рублей. Среднемесячная заработная плата в ноябре 2020 года составляла 49,3 тыс. руб. и в реальном исчислении была практически равна уровню ноября 2019 года – 100,2%.

Динамика числа замещённых рабочих мест в организациях РФ по видам экономической деятельности (без субъектов малого предпринимательства) в октябре 2020 г.

	Всего замещённых рабочих мест, тысяч	Число замещённых рабочих мест, в % к октябрю 2019 г.
Всего	33476,7	99,8
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	925,0	97,0
Добыча полезных ископаемых	949,6	98,9
Обрабатывающие производства	5116,0	98,0
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	1322,3	99,2
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	441,3	100,0
Строительство	1012,8	97,2
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	2661,1	103,9
Транспортировка и хранение	2637,7	100,2
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	368,5	98,2
Деятельность в области информации и связи	939,6	104,9
Деятельность финансовая и страховая	1117,8	97,8
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	482,7	94,3
Деятельность профессиональная, научная и техническая	1462,2	100,2
Из нее научные исследования и разработки	631,0	98,3
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	685,4	101,0
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	3336,9	100,6
Образование	4993,6	99,5
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	4064,6	99,8
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	821,6	99,8

Источник: Росстат [11].

Степень социального неравенства в странах мира и РФ обычно возрастала в кризисные периоды. Децильный коэффициент фондов (соотношение «верхних» и «нижних» 10% населения) в РФ после 1991 года увеличивался и в кризисные 2008-2010 гг. достигал максимума 16,6 раза, после чего к 2019 году снизился до 15,4 раза. Коэффициент Джини также прошел максимум 0,421-0,422 в 2008-2010 гг., и к 2019 году снизился до 0,411. Политика Правительства РФ в части поддержания доходов малообеспеченных групп населения в 2015-2019 гг. была более целеустремленной, чем в предшествующий период. Антикризисные меры в 2020 году позволили продолжить тренд

сокращения социального неравенства – децильный коэффициент снизился до 14,4 и коэффициент Джини – до 0,406.

Заключение

Правительства стран мира уже потратили на экстренные медицинские меры и на поддержку населения и экономики триллионы долларов, в различных странах официальные оценки потерь и компенсирующих затрат колеблются от 5-10% до 20-30% от ВВП. Согласно Министерству финансов РФ, в 2020-2021 гг. на компенсацию дефицита и антикризисные меры будет затрачено порядка 9% ВВП, из них непосредственно на поддержку отраслей

и населения – 4,5% ВВП [17]. Усовершенствованная версия документа «План преодоления экономических последствий новой коронавирусной инфекции» опубликована Министерством экономического развития РФ 28.01.2020 г. Планом предусмотрено предоставление государственных кредитов и грантов для предприятий, отсрочки арендных, страховых и других платежей,

снижение административной нагрузки, меры по поддержке доходов населения [18]. Научное сообщество экономистов должно поддержать эти меры, рекомендовать первоочередное расходование ресурсов бюджета и Фонда национального благосостояния на поддержку населения, малого бизнеса и «бюджетных» отраслей российской экономики.

Библиографический список

1. Johns Hopkins university. Coronavirus resource center. URL: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>.
2. Официальный сайт Всемирной организации здравоохранения. URL: <https://www.who.int/ru>.
3. Кашепов А.В. Институциональные и экономические проблемы здравоохранения в России // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. №11. С. 244-253.
4. World Population Prospects 2019. UN. 2019 URL: <https://population.un.org/wpp/Download/Standard/Population>.
5. Bloomberg Health Care Efficiency. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-09-19/u-s-near-bottom-of-health-index-hong-kong-and-singapore-at-top>.
6. Report for Selected Countries and Subjects: October 2020. IMF. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2020/October>.
7. Democracy_Index_2018.pdf (eiu.com) URL: https://pages.eiu.com/rs/753-RIQ-438/images/Democracy_Index_2018.pdf.
8. World Economic Outlook. January 2021. IMF, 26 January 2021. URL: <https://www.imf.org/ru/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update>.
9. World Economic Situation and Prospects. UN. 25 January 2021. URL: https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/WESP2021_FullReport.pdf.
10. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов. Министерство экономического развития РФ. URL: <https://www.economy.gov.ru/material/file/956cde638e96c25da7d978fe3424ad87/Prognoz.pdf>.
11. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). URL: <https://rosstat.gov.ru>.
12. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Seventh edition. 25 January 2021. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_767028.pdf.
13. World Population Prospects 2019. UN. URL: <https://www.un.org/development/desa/publications/world-population-prospects-2019-highlights.html>.
14. Кашепов А.В. Прогнозирование конъюнктуры рынка труда в условиях современных институциональных реформ // Социально-трудовые исследования. 2019. № 1 (34). С. 44-56.
15. Кашепов А.В. Структура занятости в экономике по видам деятельности и основным профессиональным группам // Социально-трудовые исследования. 2020. № 1 (38). С. 19-30.
16. COVID-19 to Add as Many as 150 Million Extreme Poor by 2021. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2020/10/07/covid-19-to-add-as-many-as-150-million-extreme-poor-by-2021>.
17. Официальный сайт Министерства финансов РФ. URL: https://minfin.gov.ru/ru/press-center/?id_4=37250-ministr_finansov_anton_siluanov_rasskazal_o_perspektivakh_vykhoda_ekonomiki_na_dokrizisnye_parametry_v_intervyu_na_telekanale_rossiya_24.
18. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/plan_preodoleniya_ekonomicheskikh_posledstviy_novoy_koronavirusnoy_infekcii.html.

УДК 338.2

А. Н. Кисляков, Н. Е. Тихонюк

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
(Владимирский филиал), Владимир, e-mail: tasha-ti@yandex.ru

ВЫБОР МЕТОДА СЕГМЕНТИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ АССИМЕТРИИ

Ключевые слова: сегментация рынка, методы кластеризации, информационная асимметрия.

Предметом исследования являются подходы к кластеризации потребителей товаров и услуг, относительно их поведенческой активности, а также разработка методики кластеризации клиентов на основе результатов их поведенческой активности. Важной особенностью методики является возможность работать не только с числовыми, но и с категориальными признаками, а также возможность определения количества кластеров. В результате исследования решены следующие задачи: рассмотрены различные методики классификации и кластеризации клиентов по признакам поведения и разъяснены основные категории; обоснована необходимость кластеризации клиентов на основе не только числовых, но и категориальных переменных, что позволяет при необходимости перейти от методов контролируемой классификации (например, RFM-анализа) к методам иерархической кластеризации; исследованы и предложены к использованию метрики расстояний между элементами внутри кластера, а также показатели объединения элементов в кластер и разделения отдельных кластеров между собой; исследованы методы иерархической кластеризации с использованием групп с нарушенной симметрией, обоснован выбор методик иерархической кластеризации для различных случаев; решается проблема автоматизированной оценки количества кластеров; предложена методика кластеризации на основе числовых и категориальных признаков с использованием иерархических методов разбиения на кластеры. В качестве основной причины, порождающей изменения поведенческой активности клиентов в работе указывается информационная асимметрия, которая выражается в разной степени информированности групп продавцов и групп покупателей-пользователей продукта о состоянии рынка. В результате разбиения потребителей продуктов на кластеры существует возможность установить причины нарушения симметрии в поведении групп потребителей товаров и услуг.

A. N. Kislyakov, N. E. Tikhonyuk

Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President
of the Russian Federation (Vladimir branch), Vladimir, e-mail: tasha-ti@yandex.ru

CHOICE OF A METHOD FOR SEGMENTING THE CLIENT BASE IN THE CONDITIONS OF THE INFORMATION ASSYMETRY

Keywords: market segmentation, clustering methods, information asymmetry.

The subject of the research is the approaches to clustering goods and services in relation to behavioral activity, as well as the development of methods for clustering customers based on the results of their behavioral activity. An important feature of the technique is the ability to work not only with numeric and categorical features, as well as the ability to determine the number of clusters. As a result of the study, the following tasks were solved: various methods of classification and clustering of clients according to the characteristics of behavior are considered and the main categories are explained; substantiated the need for clustering customers based not only on numerical, but also categorical variables, which makes it possible, if necessary, to switch from methods of controlled classification (for example, RFM analysis) to methods of hierarchical clustering; investigated and proposed for use metrics of distances between elements within a cluster, as well as indicators of combining elements into a cluster and separating individual clusters among themselves; the methods of hierarchical clustering with the use of groups with broken symmetry are investigated, the choice of methods of hierarchical clustering for various cases is justified; the problem of automated estimation of the number of clusters is being solved; a clustering technique based on numerical and categorical features using hierarchical clustering methods is proposed. Information asymmetry is indicated as the main reason that generates changes in the behavioral activity of customers in the work, which is expressed in different degrees of awareness of the groups of sellers and groups of buyers-users of the product about the state of the market. As a result of dividing consumers of products into clusters, it is possible to establish the reasons for the violation of symmetry in the behavior of groups of consumers of goods and services.

Введение

В условиях цифровизации экономики особую степень важности приобретает персонализированный подход к взаимодействию с клиентами, которые являются потребителями товаров и услуг. В целях определения намерений потребителей удобнее всего разбить их на группы-сегменты, объединенные по различным признакам, выявленным по мере анализа потребностей, то есть выполнить кластеризацию.

Цель работы – разработка методики сегментирования клиентов на основе результатов их поведенческой активности с использованием категориальных признаков.

Предлагаемый подход к разработке моделей кластеризации может быть использован обработки данных, которые обладают различной степенью детализации, а также позволяет найти метод кластеризации клиентского портфеля компании в условиях информационной асимметрии.

Информация о поведении потребителей необходима для выбора между наборами определенных действий, которые необходимо предпринять. Этот тезис особенно важен при описании поведенческих особенностей потребительских сегментов, или кластеров потребителей. Особую ценность этот метод получил при внедрении цифровых технологий работы компании в условиях массового перехода к цифровому маркетингу. Простейшее использование информации в процессе принятия решений – это единичное условие «если-то» (если цена ниже некоторой суммы, покупайте; если она выше этой суммы, продавайте) [10]. В большинстве исследований информация используется главным образом для определения правил процессов принятия решений (например, для определения цены, по которой человек будет покупать или продавать, или для установления набора правил, которым будут следовать отдельные лица), в которых основное внимание уделяется принятым решениям и последствиям этих решений.

При этом всегда первым шагом является формирование определенных групп потребителей, обладающих схожими характеристиками. В маркетинге это называется сегментацией потребителей и является первым шагом любой маркетинговой практики.

Проведение сегментации клиентов необходимо в том числе для того, чтобы изучить сегменты на предмет их свойств и различных способов применения маркетинговой тактики к этой конкретной группе. Необ-

ходимо сравнить конкурирующие брендов и исследования поведения различных сегментов потребителей по отношению к ним. Следовательно, модель сегментации сможет эффективно повысить прибыльность и конкурентоспособность компании.

Материалы и методы исследования

Существует целый ряд достаточно эффективных методик разделения объектов по признакам (кластеризации объектов), как универсальных [5], так и специализированных [4], которые ориентированы на исследование результатов поведенческой активности покупателей.

При кластеризации объектов набор данных разделен на несколько групп, и точки данных в каждой группе, то есть внутри кластера больше связаны друг с другом, чем с теми, что находятся в других кластерах. Эти точки данных объединяются путем обнаружения соответствий в соответствии с признаками, обнаруженными в необработанных данных, однако основная цель этого анализа – найти подходящее количество кластеров, которые являются релевантными, а также полезными для целей анализа. Этот процесс представляет собой повторяемую и итеративную задачу, при которой огромные объемы необработанных данных сканируются на предмет сходства и закономерностей.

Клиенты различаются по поведению, потребностям, желаниям и характеристикам, и основная цель методов кластеризации – идентифицировать разные типы клиентов и сегментировать клиентскую базу на кластеры схожих профилей, чтобы процесс целевого маркетинга мог выполняться более эффективно. Как иерархические, так и неиерархические алгоритмы кластеризации широко используются в сегментировании клиентов.

Эвристические и экспертные методы сегментации (маркетинговый термин) или кластеризации (термин теории систем) на основе контролируемых признаков, подобно ABC-XYZ анализу, RFM-анализу достаточно просты, но весьма относительны. Недостатки их состоят в том, что используется всего лишь несколько (не более 2-3) признаков поведения клиентов для описания их поведения, исключая из рассмотрения прочие факторы: стабильность рынка, например. Количество групп клиентов определяется заранее. Например, в классическом RFM-анализе используется 9 групп клиентов. Кроме этого, к недостаткам проведения кластеризации по клас-

сическим методам можно отнести то, что она проводится на определенную дату, и не отражает особенности поведения потребителя.

Методы неконтролируемой кластеризации необходимы для нахождения сегментов среди клиентов несут в себе основную идею разделить клиентов на группы без использования предварительных гипотез о характеристиках каждой группы и исходя из имеющихся данных.

Чаще всего на практике используется набор методов (K-mean, C-mean, иерархическая кластеризация и т.п.), которые позволяют определить близость объектов (метрическое расстояние) друг от друга на основании их свойств. Это необходимо чтобы сгруппировать объекты (сегменты потребителей) для целей эффективной реализации маркетинговой политики. Клиент описывается вектором (набором) признаков, каждый элемент этого вектора описывает какую-то характеристику клиента (покупка товара определенной категории, количество дней с момента последней покупки, и т.п.). После чего этот вектор преобразуется в определенный формат, и на основе подсчета метрик расстояний между этими векторами на выходе получается разделение клиентов на кластеры.

Проведенный анализ указанных методик позволяет выявить основные проблемы кластеризации покупателей:

1. Наиболее простые методы (такие как K-mean, C-mean) требуют первоначального определения количества групп-кластеров.

2. Необходимость выбора метрики расстояний между элементами внутри кластера и между центрами всех кластеров в целях дальнейшей адекватной интерпретации результатов.

3. Признаки сделок являются факторами, которые могут коррелироваться между собой, эти особенности необходимо учитывать при интерпретации результатов.

Все это не позволяет использовать универсальные модели для выделения сегментов рынка.

Наибольшую сложность имеют два вопроса. Во-первых, это выбор метрик расстояний между элементами пространства признаков, по которым выполняется кластеризация клиентской базы.

«Исходными данными для проведения кластерного анализа служит матрица расстояний между объектами, сформированная с использованием той или иной метрики. Распространенная мера удаленности объек-

тов друг от друга, используемая чаще всего – евклидово расстояние [1].

Однако, в случае сильно разреженных данных (например, маркетинговые активности в компании проводятся не регулярно, или спрос на товар подвержен серьезным колебаниям), следует обращать внимание на заказы, а не на их отсутствие. В этом случае кластеризации факты совершения сделки важнее чем факты отсутствия этой сделки, потому как факт отсутствия сделки не означает что клиента не интересует данный товар. И становится актуальным сравнение качественных признаков сегментов для лучшего понимания причин маркетинговой активности. В этих случаях стандартные методы не могут быть использованы, поэтому нужен расчёт расстояния, например, расстояния по косинусу [1].

Метод неконтролируемой кластеризации используется в случае, когда задание метрики расстояния между фактами позволит более точно разбить пространство признаков в случае сильно разреженных данных.

После расчета матрицы расстояний между объектами необходимо последовательно объединить объекты в кластеры. В основе метода, который позволяет реализовать более точное разбиение на кластеры, лежит теория графов и метод дендрограмм с переходом к категориальным данным [1].

Для разбиения на кластеры также необходимо определить метод объединения в кластеры, т.е. метод который позволит выявить наиболее сильные связи между группами объектов.

Заключительным этапом кластерного анализа является выбор максимального количества кластеров, на которые следует разделить совокупность объектов. Для количественного обоснования оптимального количества необходимо использовать подход на основе анализа силуэтов. Ширина силуэта i -го объекта (s_i) определяется соотношением

$$s_i = \frac{b_i - a_i}{\max(b_i, a_i)}, \quad (1)$$

где a_i – среднее расстояние между i -м объектом и всеми членами кластера, которому он принадлежит (если объект в кластере один, то $a_i = 0$),

b_i – среднее расстояние между i -м объектом и членами другого ближайшего кластера (на практике рассчитывается среднее расстояние до членов всех остальных кластеров и выбирается минимум).

Для всех объектов классификации рассчитывают ширину силуэта, чем выше этот показатель, тем надежнее классификация. Затем вычисляют среднюю ширину силуэта для количества кластеров от 2 до M . Оптимальной считается классификация с наименьшей средней шириной силуэта [8].

Во-вторых, необходимо учесть тот факт, что реакция покупателей или их поведенческая активность могут зависеть от множества случайных факторов, нарушая баланс интересов участников рыночных отношений. Это явление называется информационной асимметрией [2] и выражается в разной степени информированности групп продавцов и групп покупателей-пользователей продукта о состоянии рынка, что определяет различные поведенческие настроения и намерения участников рынка. Это особенно актуально при работе с промышленным сегментом, где осуществляются разовые закупки с большим интервалом.

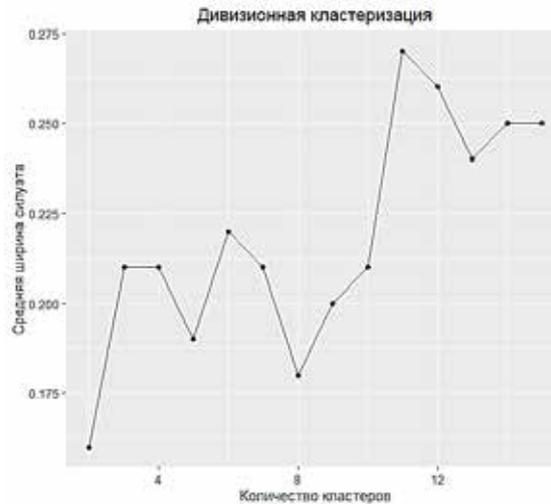
Проведем анализ данных потребительского портфеля предприятия машиностроительного сектора.

В результате RFM анализа (метод контролируемой классификации) были разделены на группы, исходя из данных о давности проведения заказа, частоты (количества сделок) и величины оказанной услуги (средний чек по каждой организации).

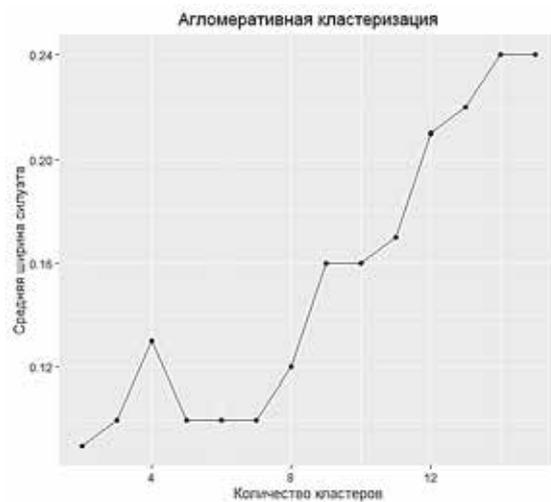
В результате анализа было выявлено 7 групп клиентов. Но этот вариант иерархической кластеризации не позволил ответить на вопрос: а отличается ли поведение клиентов стабильным трендом? Или это случайное значение на конец периода?

Для ответа на этот вопрос проведен анализ клиентского портфеля методами иерархической кластеризации.

Были получены следующие значения, приведенные на рисунке 1. Резкое изменение показателя суммы расстояний между объектами внутри кластера (резкий изгиб на графике) при определенном количестве кластеров позволяет сделать вывод о том, что дальнейшее разбиение на кластеры теряет смысл. В данном случае (рисунок 2) сумма квадратов расстояний между объектами внутри кластера не дает однозначных выводов о выборе количества сегментов. Однако в случае агломеративной кластеризации изгиб графика более плавный. И в том и в другом случае логично предположить, что в данной выборке присутствует 5-6 кластеров.



а



б

Рис. 1. Средняя ширина силуэта для дивизионной (а) и агломеративной (б) кластеризации

Иным образом обстоят дела с показателем ширины силуэта. При использовании метода оценки силуэтов, следует выбирать такое количество, которое дает максимальную ширину силуэта, потому что вам нужны кластеры, которые достаточно далеко отстоят от друга, чтобы считаться отдельными. Если набор данных будет разбиваться на более мелкие группы, тем лучше кластеры отделимы друг от друга, однако так дело может дойти до отдельных точек и процесс потеряет смысл, поэтому целесообразнее оценивать локальные экстремумы [1]. Как видно из рисунка 5 ширина силуэтов в обоих случаях оптимальна при 4-5 кластерах.

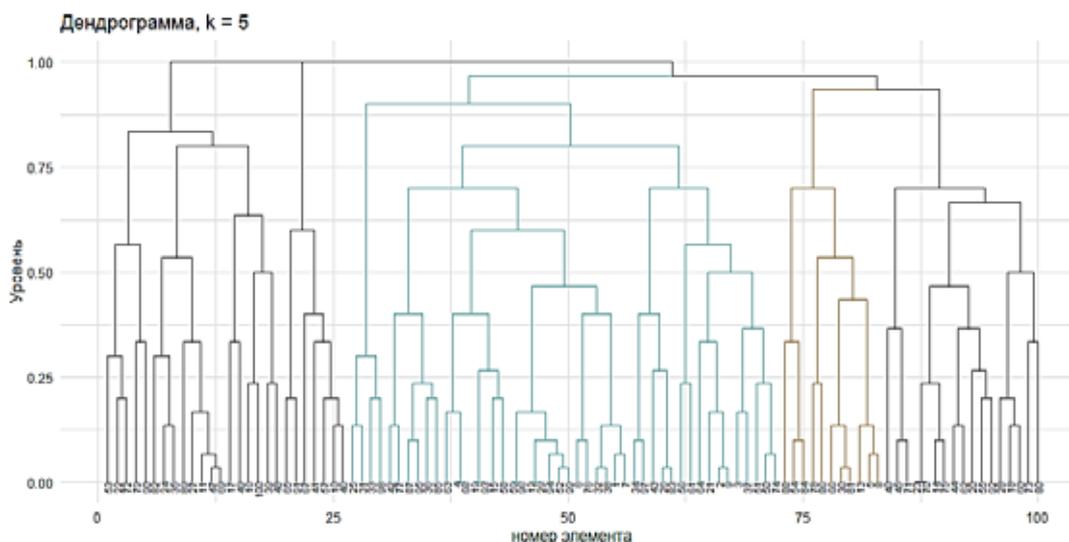


Рис. 2. Дендрограмма на основе агломеративной кластеризации при количестве кластеров равном 5 (составлено авторами)

При прочих равных показателях агломеративная кластеризация в данном случае является более сбалансированной относительно количества объектов в кластере и дендрограмма (рисунок 2) выглядит более симметрично. Симметричность кластеров важна по нескольким причинам. Во-первых, это дает нужную информацию о стабильности поведения потребителей внутри группы. Это означает, что можно планировать реакцию на маркетинговые стимулы с увеличенной точностью. Во-вторых, симметричность является также признаком устойчивости системы.

Таким образом, уточнение количества кластеров (сегментов) на рынке приводит к большей концентрации маркетинга на целевых потребителях, и как следствие более эффективному маркетингу. На основе структуры клиентского портфеля можно сделать вывод, что в рамках работы с клиентами и позиционирования компании в конкурентной среде стоит применять новые маркетинговые инструменты, причем разные для отдельных сегментов. Внедрение цифрового маркетинга позволит обрести компании конкурентное преимущество, заключающееся в более современных методах коммуникации с клиентами, например, позволяющие напомнить о сотрудничестве одной группой клиентов или перевести компании из другого сегмента в более высокую категорию А с помощью e-mail рассылки персональных

предложений, а также увеличить количество точек контакта с клиентами, создавая веб-представительства компании в социальных сетях или на электронных торговых площадках.

Заключение

Из-за внедрения новых цифровых технологий данные о потребителях растут в геометрической прогрессии. При работе с таким большим объемом данных организациям необходимо использовать более эффективные алгоритмы кластеризации для сегментации клиентов. Эти модели кластеризации должны обладать способностью эффективно обрабатывать эти огромные данные. Каждый из рассмотренных выше алгоритмов кластеризации имеет свой набор достоинств и недостатков. Вычислительная скорость алгоритма кластеризации К-средних относительно лучше по сравнению с алгоритмами иерархической кластеризации, поскольку последние требуют вычисления полной матрицы близости после каждой итерации.

Кластеризация К-средних дает лучшую производительность для большого количества наблюдений, в то время как иерархическая кластеризация имеет возможность обрабатывать меньшее количество точек данных. Основным препятствием является выбор числа кластеров «К» для процесса К-средних, который должны быть предо-

ставлены в качестве входных данных для этого алгоритма неиерархической кластеризации. Это ограничение не существует в случае иерархической кластеризации, поскольку для нее не требуются какие-либо центры кластеров в качестве входных данных. Выбор групп кластера, а также их количество зависит от пользователя.

Иерархическая кластеризация также дает лучшие результаты по сравнению с K-средними при использовании случайного набора данных. Выходные данные или результаты, полученные при использовании иерархической кластеризации, представлены в форме дендрограмм, но выходные данные K-средних состоят из кластеров с плоской структурой, которые может быть трудно анализировать. Таким образом, алгоритмы разделения, такие как K-Means, подходят для больших наборов данных, в то время как алгоритмы иерархической кластеризации больше подходят для небольших наборов данных.

Выводы

Анализ результатов позволяет сделать следующие выводы:

1. Для получения более сбалансированных результатов и осмысленной интерпретации результатов кластеризации необходим переход от числовых переменных к категориальным.

2. Косинусное расстояние используется для сильно разреженных данных при различной важности фактов поведенческой активности клиентов.

3. Использование расстояния Говера в качестве метрики кластеризации позволяет выполнить расчет расстояний между числовыми и категориальными переменными.

4. Использование категориальных данных делает невозможным применение известных методов кластеризации, однако позволяет выполнить более «плавный» переход от методов контролируемой классификации (например, RFM-анализа) к методам иерархической кластеризации.

5. Методы иерархической кластеризации отлично подходят для оценки необходимого количества кластеров и дают возмож-

ность автоматизированной оценки количества кластеров.

6. Агломеративная кластеризация на основе использования дендрограмм дает более точные результаты относительно количества объектов в кластере, что позволяет судить о более однородных характеристиках объектов внутри кластера.

Методика, предлагаемая авторами, может быть использована в следующих случаях:

1) При проведении сегментации клиентской базы для проведения таргетированных маркетинговых мероприятий;

2) Выделение наиболее типичных представителей кластеров клиентов для формирования точечного ассортиментного предложения;

3) Формирование спроса на продукт в зависимости от типа клиента;

4) Повышение конверсии в покупателей за счет понимания алгоритмов принятия решения о покупке.

Для использования в бизнесе визуализация данных составляет основную часть эффективного анализа данных, а иерархическая кластеризация помогает в этом. С учетом недостатков и достоинств этих двух методов выясняется, что сочетание лучших из этих алгоритмов может превзойти отдельные модели. Таким образом, можно использовать разные алгоритмы кластеризации из-за их свойств по отношению к разным типам данных. Последовательно так, чтобы можно было полностью использовать преимущества этих методов. Однако процесс выбора этих подходящих методов, а также их разумное внедрение может потребовать значительных временных затрат на изучение и обработку данных наряду с адекватным пониманием целей и требований.

Вместе с тем, вопрос асимметричности в структуре клиентского портфеля остается пока не изученным. Появление «случайных» отклонений при формировании клиентского портфеля может привести к существенному долгосрочному росту, если это отклонение связано с изменением трендов. Это может быть в дальнейшем темой отдельной работы.

Исследование выполнено в рамках работ по гранту РФФИ 18-07-00170 А «Создание прогностических моделей эволюции природных, живых и социально-экономических систем на основе конечных групп нарушенной симметрии».

Библиографический список

1. Кисляков А. Н., Поляков С. В. Иерархические методы кластеризации в задаче поиска аномальных наблюдений на основе групп с нарушенной симметрией // *Управленческое консультирование*. 2020. № 5. С. 116–127.
2. Тихонюк Н.Е., Кисляков А.Н. Экономические модели работы с асимметрией информации: эволюция подходов // *Региональная экономика: опыт и проблемы. Материалы XI международной научно-практической конференции (Гутманские чтения) 15 мая 2018 года / под общ. ред. А.И. Новикова и А.Е. Илларионова. Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2018. С. 236-244.*
3. Якимов В.Н., Шурганова Г.В., Черепенников В.В., Кудрин И.А., Ильин М.Ю. Методы сравнительной оценки результатов кластерного анализа структуры гидробиоценозов (на примере зоопланктона реки Линда Нижегородской области) // *Биология внутренних вод*. 2016. № 2. С. 94-103.
4. Gareth James, Daniela Witten, Trevor Hastie, Robert Tibshirani. *An Introduction to Statistical Learning with Applications in R* // Publisher: Springer. 2013.
5. Trevor Hastie, Robert Tibshirani, Jerome Friedman. *The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction. Second Edition* // Publisher: Springer. 2017.
6. Alboukadel Kassambara. *Practical Guide to Cluster Analysis in R: Unsupervised Machine Learning (Multivariate Analysis)*. 2017.
7. Газиев Г.З., Курдюкова Г.Н., Курдюков В.В. Кластеризация Big Data для их анализа и обработки // *Современный взгляд на будущее науки: приоритетные направления и инструменты развития: сборник научных статей по итогам международной научно-практической конференции*. СПб.: Редакционно-издательский центр «КУЛЬТ-ИНФОРМ-ПРЕСС», 2017.
8. Печеный Е.А. *Динамическая кластеризация потока больших данных*, 2019.
9. Демидова Л.А., Степанов М.А. *Подход к решению задачи выявления структурных трансформаций в группах временных рядов*. Cloud of Science, 2019.
10. Bao L., Fritchman J.C. *Information of Complex Systems and Applications in Agent Based Modeling*. Sci. Rep., 2018.
11. Laureti P., Zhang Y.-C. *Matching games with partial information*. Phys. A: Stat. Mech., 2003.
12. Wang Y., Li Y., Liu M. *Impact of asymmetric information on market evolution*, 2007. 665 p.

УДК 338.054.23

М. С. Кобышева

Управление «Экономической безопасности и противодействия коррупции»,
Санкт-Петербург, e-mail: marichinkoba@mail.ru

А. А. Володин

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, e-mail: volodin.aa.spb@gmail.com

М. В. Иванов

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, e-mail: ivanov_mv@spbstu.ru

Т. Ю. Феофилова

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, e-mail: feofilova_tyu@spbstu.ru

Т. М. Манасерян

Ереванский государственный университет, Ереван, e-mail: tatoulm@gmail.com

РИСКИ И УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Ключевые слова: кибербезопасность, киберпространство, цифровая экономика, экономическая безопасность, риски, угрозы, информационная безопасность.

Актуальность исследования обусловлена противоречием, заключающимся в фактическом существовании киберпространства, киберугроз, проблем обеспечения кибербезопасности и неспособности современной науки, включая теорию экономической безопасности, предоставить действенный инструмент для управления процессами, явлениями, действиями участников киберпространства. Цель исследования: на основе анализа проблем обеспечения экономической безопасности в киберпространстве, разработать предложения, направленные на учет и снижения опасности киберугроз. Объектом исследования является система экономической безопасности. Предметом исследования является кибербезопасность как элемент экономической безопасности. Основными методами исследования явились общенаучные анализ и синтез. Сформулировано авторское определение кибербезопасностью в контексте экономической безопасности, понимаемое как состояние киберпространства организации, при котором достигается баланс финансовых и иных ресурсов организации и заданного уровня сохранности информации, работы информационных систем и компьютерной техники, и обеспечивается экономическая безопасность посредством своевременного и эффективного противодействия киберугрозам. Выделены основные тенденции развития ИТ-технологий, рассматриваемых как источники угроз экономической безопасности. Определены проблемы институционального обеспечения кибербезопасности.

М. S. Kobysheva

Department of Economic Security and Anti-Corruption, St. Petersburg,
e-mail: marichinkoba@mail.ru

A. A. Volodin

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg,
e-mail: volodin.aa.spb@gmail.com

M. V. Ivanov

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg,
e-mail: ivanov_mv@spbstu.ru

T. Yu. Feofilova

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg,
e-mail: feofilova_tyu@spbstu.ru

T. M. Manaseryan

Yerevan State University, Yerevan, e-mail: tatoulm@gmail.com

RISKS AND THREATS TO THE ECONOMIC SECURITY OF RUSSIA IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

Keywords: cybersecurity, cyberspace, digital economy, economic security, risks, threats, information security.

The relevance of the study is due to the contradiction in the actual existence of cyberspace, cyber threats, cyber security problems and the inability of modern science, including the theory of economic security, to provide an effective tool for managing the processes, phenomena, actions of cyberspace participants. Purpose of the study. Based on the analysis of the problems of ensuring economic security in cyberspace, develop proposals aimed at taking into account and reducing the danger of cyber threats. The object of the research is the system of economic security. The subject of this research is cybersecurity as an element of economic security. The main research methods were general scientific analysis and synthesis. The author's definition of cybersecurity in the context of economic security is formulated, understood as the state of the organization's cyberspace, in which a balance of financial and other resources of the organization and a given level of information security, the operation of information systems and computer technology is achieved, and economic security is ensured through timely and effective countering the cyber threat. The main trends in the development of IT technologies, considered as sources of threats to economic security, are highlighted. The problems of institutional provision of cybersecurity are determined.

Введение

Решение проблем обеспечения экономической безопасности становятся рутинными для экономических субъектов вне зависимости от формы собственности и отраслевой принадлежности. В процесс обеспечения экономической безопасности вовлечен персонал, менеджмент и собственники в рамках функционала, закрепленного нормативными документами организаций. В последнее время наибольшее внимание уделяется рискам и угрозам, источниками которых является средства передачи информации и места ее хранения.

Пандемия 2020 затронула все страны, включая Российскую Федерацию. Новый вирус способствовал вовлечению широкого спектра экономических субъектов в цифровые экономические отношения. Следует отметить, что несмотря на наличие федеральной государственной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», фактическая цифровизация экономики до момента пандемии практически не затронула субъектов малого и среднего бизнеса, которые, также, как и крупный бизнес, осознали остроту киберугрозы. Так, по данным Positive Technologies [1] превышение количества атак в начале 2020 года (1 кв.) превысило аналогичный показатель конца 2019 года (4 кв.) на 22,5%. И это речь идет только о тех атаках, которые были выявлены. Безусловно, рост количества атак был и в предшествующие периоды, однако не столь значительный.

Киберугрозы чаще всего рассматриваются как элемент системы информационной безопасности. Но в настоящее время этот подход требует корректировки, учитывая те последствия, которые субъекты экономики получают от реализации таких угроз. По данным Министерства внутренних дел

РФ ущерб от киберпреступлений за девять месяцев 2019 г. превысил 10 млрд. рублей. Принимая во внимание темпы роста киберугроз при условии сохранения выявленной динамики, за 2020 г. ущерб составит более 16 млрд. рублей. Таким образом, считаем обоснованным рассматривать кибербезопасность как компонент системы экономической безопасности микро-, мезо- и макроэкономического уровня, а киберпространство как объект влияния рисков и угроз экономической безопасности.

Актуальность исследования обусловлена противоречием, заключающимся в фактическом существовании киберпространства, киберугроз, проблем обеспечения кибербезопасности и неспособности современной науки, включая теорию экономической безопасности, предоставить действенный инструмент для управления процессами, явлениями, действиями участников киберпространства.

Вопросы кибербезопасности неоднократно рассматривались в научных и научно-практических работах. В частности, обзор современных систем кибербезопасности представляют Dazhong Wu, Anqi Ren и другие [1], архитектуру систем кибербезопасности анализируют Lirim Ashiku and Cihan H Dagli [2]. Значительная часть работ посвящены моделированию безопасности в цифровой сфере экономики, к примеру работы Xiuwen Liu, Jianming Fu, Yanjiao Chen [3] и Angelo Corallo, Mariangela Lazoi, Marianna Lezzi [4]. В настоящее время российские исследователи и специалисты часто рассматривают вопросы создания прикладных кибернетических рисков, создаваемых современным развитием технологий. В частности, это работы Nashivochnikov, N.V.; Bolshakov, A.A. и других [5], а также Grishunin S., Suloeva S.

и других [6]. В существенная доля публикаций, рассматривают киберугрозы, кибербезопасность, как рискосодержащую часть экономической деятельности и экономической безопасности организации, к ним относятся работы Litvinenko A.N., Grachev A.V. и другие [7], Feorilova T.Yu., Litvinenko A.N. и другие [8].

Цель исследования: на основе анализа проблем обеспечения экономической безопасности в киберпространстве, разработать предложения, направленные на учет и снижения опасности киберугроз.

В соответствии с целью работы поставлены следующие **задачи**:

- уточнить понятие кибербезопасности в контексте экономической безопасности;
- выявить тенденции развития киберпространства с учетом рисков и угроз экономической безопасности;
- проанализировать институциональное обеспечение кибербезопасности;
- разработать предложения, направленные на совершенствование инструментов противодействия киберугрозам экономической безопасности.

Объектом исследования является система экономической безопасности.

Предметом исследования является кибербезопасность как элемент экономической безопасности.

Материал и методы исследования

В качестве информационных источников использованы работы российских и иностранных специалистов, рассматриваемых информационные аспекты экономической безопасности, киберпространство в структуре информационной безопасности, архитектуру киберпространства, киберугрозы и информационные риски экономической безопасности. Исследование базируется на статистических данных, полученных их заслуживающих доверия источников, касающихся киберугроз, киберпреступлений.

Среди основных методов исследования выбраны общенаучные анализ и синтез, которые позволили детализировать риски и угрозы экономической безопасности и выделить в них киберугрозы, а также систематизировать информацию, что позволило сформулировать предложения, направленные на повышение эффективности противодействия рискам и угрозам экономической безопасности, сформированных в киберпространстве.

Результаты исследования и их обсуждение

Анализ специализированной литературы показал, что в настоящее время не существует единообразного определения кибернетического, тоже относится и к определению виртуального пространства. Более того, в 2006 г. Хелен Джилл, являющаяся директором Национального научного фонда США по встроенным и гибридным системам, ввела в научно-практический оборот понятие «киберфизические системы», которое определила, как комплекс, состоящий из природных объектов, искусственных подсистем и контроллеров [9]. Таким образом, рассматривая информационное поле, включая средства передачи информации и ее хранение используются как минимум три понятия.

На институциональном уровне киберпространство, по нашим данным, определено однажды Верховным Судом США и трактуется, как «уникальная среда, не расположенная в географическом пространстве, но доступная каждому в любой точке мира посредством доступа в Интернет».

С точки зрения информационного права кибернетическое пространство характеризуется как: разнородное (гетерогенное) пространство, где каждый может свободно действовать, высказываться и работать (говоря образным языком – пространство «разума и свободы»); новое пространство человеческого самовыражения и общения; международное пространство, пересекающее любые границы; децентрализованное пространство, которым никакой оператор, никакое государство полностью не владеет и не управляет; глобальное объединение компьютерных сетей и информационных ресурсов, не имеющих четко определённого собственника и служащих для интерактивного соединения (коммуникации) физических и юридических лиц.

В проекте Стратегии кибербезопасности Российской Федерации определено киберпространство как сфера деятельности в информационном пространстве, образованную совокупностью коммуникационных каналов Интернета и других телекоммуникационных сетей, технологической инфраструктуры, обеспечивающей их функционирование, и любых форм осуществляемой посредством их использования человеческой активности (личности, организации, государства), а кибербезопасность в свою очередь, как совокупность условий, при которых все составля-

ющие киберпространства защищены от максимально возможного числа угроз и воздействий с нежелательными последствиями.

Кибернетическое пространство является относительно новой сферой деятельности, которую можно рассматривать со стороны пользователей и технологической стороны. С точки зрения пользователя, это пространство объединяет граждан многих стран, культур и профессий, собирающих, предлагающих и использующих разнообразную информацию, создавая некое интернациональное объединение. С технологической – эта система ничто иное как сложное техническое средство. Другими словами – это децентрализованная компьютерная сеть, которая с помощью имеющихся телекоммуникаций соединяет пользователей друг с другом посредством обмена информацией.

Неотъемлемым элементом киберпространства выступают киберугрозы. По результатам исследований научных работ установлено, что: 60% устройств обладают уязвимым веб-интерфейсом; 70% наиболее часто используемых «умных» приборов, имеющих выход в сеть, уязвимы; 80% устройств подвержены утечке информации в той или иной степени и когда-то «выдавали» личную информацию о своих владельцах; 90% устройств собирают ту или иную персональную информацию о владельце без его ведома [9]. Происходят атаки не только на «компьютерные» системы, а на «реальные» (кардиостимуляторы, бытовые устройства, автотранспорт и т.д.).

Согласно отчету о глобальных рисках 2019 г. по мнению респондентов четвертое и пятое место по уровню опасности занимают кибератаки, в частности в форме кражи данных / денег (4 место) и в форме нарушения работы и инфраструктуры (5 место) [10]. Так по данным ИнфоБезопасность [11] только за сентябрь 2020 г. в РФ выявлено пять крупных утечек конфиденциальных данных. Согласно исследованию, которое провела «Лаборатория Касперского» в 2020 году расходы на кибербезопасность у крупного бизнеса сократились до 14 млн. долларов или на 26%, что на 4,9 млн долларов меньше уровня 2019 г. [12]. Респонденты связывают это снижение с расходами и убытками, возникшими в результате распространения коронавирусной инфекции и введенных ограничений. В малом бизнесе обратная тенденция, здесь расходы в 2020 году хоть незначительно, но выросли – на 8 тыс. долл.

и составили 275 тыс. долл., что на 3% выше уровня 2019 г. Это факт косвенно свидетельствует о вовлечении субъектов малого бизнеса в цифровые экономические отношения и осознание опасности киберугроз для обеспечения приемлемого уровня экономической безопасности.

В исследованиях киберугрозы чаще всего трактуются как целенаправленное вредоносное воздействие на телекоммуникационные системы, системы сбора и обработки информации в критических областях, реализованные с помощью компьютерных и информационных технологий.

Характерными для киберугроз являются следующие признаки:

- целенаправленность атаки, даже в том случае, если оно осуществляется транзитивно через промежуточные узлы;
- использование широкого арсенала способов для достижения цели;
- применение суперкомпьютеров для создания новых сценариев атак, систем сканирования, вмешательства в управление производством, криптоанализа;
- привлечение независимых разработчиков для реализации атаки;
- борьба за контроль над глобальной инфраструктурой киберпространства.

Кибератаки отличаются от злонамеренных действий «обычных» нарушителей. Если традиционные злоумышленники в сети Интернет располагают весьма ограниченным арсеналом средств воздействия (вирусов, троянов, уязвимостей и эксплойтов), которые они пытаются, по возможности, применить к как можно более широкому классу систем, и ставят наиболее приоритетной целью охват «широкой аудитории», то киберугрозы, напротив, направлены на четко ограниченный набор целей. Субъекты киберугроз располагают значительными ресурсами, которые они направляют на поиск путей, способов и механизмов воздействия именно на целевые системы. Отличие киберугроз определяется в основном тем, что при их реализации могут быть задействованы сервисы крупных компаний, владеющих системообразующими Интернет-ресурсами [9].

Таким образом, под кибербезопасностью в контексте экономической безопасности мы будем понимать состояние киберпространства организации, при котором достигается баланс финансовых и иных ресурсов организации и заданного уровня сохранности информации, работы информационных

систем и компьютерной техники, и обеспечивается экономическая безопасность посредством своевременного и эффективного противодействия киберугрозы.

И, прежде чем говорить о возможных путях решения проблем, стоит развеять стереотип, что данные проблемы можно отнести к задачам информационной безопасности. Хотя они и тесно взаимосвязаны, следует разграничить понятия информационной безопасности и кибербезопасности.

Для внедрения новых инструментов и методов обеспечения экономической безопасности организации требуется понимание тенденций развития информационных технологий.

Рассмотрим прогноз развития рынка информационных технологий в России (таблица).

В условиях постоянно растущего числа атак, создания механизмов их автоматизации, а также значительной зависимости информационной инфраструктуры и автоматизированных систем управления (в т.ч. военного и специального назначения) от электронных средств доступа и обмена информацией, ущерб даже от самых незначительных атак может быть катастрофическим.

Попытка проанализировать основные тенденции появления новых угроз безопасности и механизмов их осуществления,

на современном этапе развития информационных технологий позволяет выявить следующие тенденции:

- появление новых типов компьютерных атак, характеризующихся смещением объекта воздействия от данных и программ к системам управления, направленным на вывод из строя информационных систем промышленного оборудования;

- целью современных атак является полный перехват управления и навязывание новых алгоритмов функционирования атакуемой системы;

- атака трансформируется в планируемую кибероперацию, направленную против тщательно выбранного объекта, и включающую предварительные этапы по подготовке, разработке средств преодоления защиты и обеспечению скрытности источника нападения;

- постоянно совершенствуются механизмы автоматизации доставки вредящего программного обеспечения от поиска уязвимостей и создания эксплойтов до методов социальной инженерии в социальных сетях. Появление специфической услуги *hacking of service* в виде сети сайтов и программных средств типа «Black hole» свидетельствует о том, что производство средств нарушения безопасности и их доставки превратилось в вполне легальную IT-отрасль [9].

Распространённые стратегические ИТ-тенденций в 2016 г. и 2019-2020 гг.

Тенденции 2016 г.	Тенденции, которые реализуются в 2019-2020 гг.
Развитие сетей устройств, состоящих из смартфонов, носимых гаджетов, потребительских и бытовых электронных устройств, транспортных средств и всевозможных датчиков	Авторами 20% всей корпоративной переписки станут роботы
Развитие сети устройств приведёт к необходимости соблюдения единого опыта пользовательского взаимодействия, который должен включать не только методы взаимодействия с электронными устройством, но и с виртуальной реальностью	Интернет вещей будет насчитывать около 6 млрд подключённых устройств
Развитие технологий 3D-печати со среднегодовым темпом роста 64,1% до 2019 г.	Автономные программные агенты будут участвовать в 5% всех экономических транзакций
Появление новых типов данных, например, сенсорной информации	Более чем 3 млн рабочими во всем мире будут управлять роботы-боссы
Глубокие нейронные компьютерные сети выйдут за пределы классических вычислительных систем и будут использоваться для создания систем, способных познавать и воспринимать окружающий мир самостоятельно и автономно	Каждое пятое «умное» здание (20%) испытывает на себе «цифровой вандализм», т.е. кибератаку
Машинное обучение приведёт к росту популярности роботов, автономных транспортных средств, виртуальных персональных ассистентов и умных советчиков, которые будут работать автономно или полуавтономно	В 50% быстрорастущих компаниях «умных» сотрудников будет меньше, чем «умных» машин

Сравнительный анализ [13,14].

Необходимость совершенствования механизма обеспечения кибербезопасности предполагает решение, как минимум, следующих задач:

- быть «на шаг впереди» по владению компетенциями в сфере кибербезопасности и технологий, обеспечивающими её, то есть анализировать и прогнозировать условия появления киберугроз и осуществлять мониторинг их реализации, формируя, тем самым базис для формирования новых компетенций;

- анализировать институциональную основу обеспечения кибербезопасности, методов её обеспечения в практике зарубежных стран и на этой основе разрабатывать, совершенствовать свои системы противодействия негативному влиянию киберугроз.

Однако несмотря на все очевидность поставленных задач, их выполнение осложнено рядом проблем, к которым следует отнести:

- отсутствие единого подхода к оценке уровня кибербезопасности;

- отсутствие общепризнанной проверенной методологии выявления, оценки, анализа, прогнозирования киберугроз;

- существенные различия в понимании ключевых категорий в области кибербезопасности, ее места в структуре системы экономической безопасности. А также системное регулирование отношений в киберпространстве на федеральном уровне управления.

Эффективное регулирование киберпространства должно обязывать его участников быть:

- этичными, т.е. деятельность лиц в кибернетическом пространстве должна осуществляться с соблюдением общепризнанных правовых принципов и базироваться на этических ценностях, среди которых: свобода слова; равный доступ к массовой информации и знаниям; обеспечение безопасности информационных продуктов и услуг; обеспечение защиты частной жизни и персональных данных; обеспечение защиты интеллектуальной собственности, культурного, языкового, межконфессионального разнообразия и др.;

- гибкими, логичными, технологичными: в процессе выработки национального права необходимо учитывать достижения технологического прогресса, экономическое и политическое положения каждой отдельной страны и всех участников кибернетического пространства;

- многообразными, т.е. не могут ограничиваться лишь одним решением, принятым раз и навсегда; помимо этого, в процессе выработки законодательства следует учитывать культурные и технические аспекты развития самой инфраструктуры глобальной коммуникации;

- универсальными: законодательные решения должны быть широко признаны; о них должны иметь представление все ключевые игроки рынка информационных товаров и услуг, в том числе это касается и технологически отсталых стран [15].

Анализируя современное российское законодательство, среди основных документов, определяющих институциональную основу обеспечения кибербезопасности в Российской Федерации, можно выделить, в первую очередь, следующие.

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [16]. Однако, в данном законе не определены понятия кибербезопасности, киберугроз и атак и т.п.

2. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года, которая содержит положение, предполагающее повышение эффективности международного сотрудничества в области противодействия преступности в сфере использования информационных и коммуникационных технологий» [17].

3. Указ Президента РФ от 05.12.2016 № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». В доктрине сделан акцент на киберугрозы, в частности отмечена опасность возрастания масштабов компьютерной преступности, прежде всего в кредитно-финансовой сфере, увеличение числа преступлений, связанных с нарушением конституционных прав и свобод человека и гражданина, в том числе в части, касающейся неприкосновенности частной жизни, личной и семейной тайны, при обработке персональных данных с использованием информационных технологий [18].

В развитие и для детализации перечисленных документов приняты ведомственные нормативные акты, которые формируют определенную систему требований по обеспечению информационной безопасности для информационных систем различного уровня.

Большие надежды у профессионального на Стратегию кибербезопасности Российской Федерации. Однако с 2013 г. этот документ находится в статусе проекта.

Вместе с тем, необходимо учитывать, что регулирование киберпространства исключительно на национальном уровне невозможно в силу его трансграничности. В связи с этим существует необходимость обозначения в российских документах, посвященных информационной безопасности, термина «кибербезопасность», что позволит установить соответствие между российскими и иностранными нормативными актами, а также даст возможность участвовать в международной нормотворческой работе в сфере кибербезопасности [19].

Заключение

В современном мире все меньше места остаётся узко специализированным проблемам. Большое значение приобретает исследование междисциплинарных предметных областей. К таким областям обособленно относят обеспечение экономиче-

ской безопасности, в которой значительное внимание в последнее время уделяется проблемам противодействия негативному влиянию киберугроз, способных нанести ущерб экономической системе различного уровня управления. Нами предпринята попытка обосновать кибербезопасность как элемент системы экономической безопасности и определить ее также через призму экономической безопасности. Основной акцент сделан на балансе ресурсов и обеспечения заданного уровня безопасности. Однако ресурсное обеспечение не ограничивается финансовыми или иными – материальными ресурсами. Необходима институциональная база регулирования экономических отношений в цифровом пространстве. При этом, установлено, что в настоящее время такая база не может рассматриваться как сформированная. Предстоит еще целенаправленная и скоординированная работа представителей различных отраслей науки для выработки единообразных основ функционирования участников киберпространства.

Библиографический список

1. Dazhong Wu, Anqi Ren, Wenhui Zhang, Feifei Fan, Peng Liu, Xinwen Fu, Janis Terpeny. Cybersecurity for digital manufacturing // Journal of Manufacturing Systems. 2018. Volume 48. Part C. P. 3-12.
2. Lirim Ashiku, Cihan H Dagli, System of Systems (SoS) Architecture for Digital Manufacturing Cybersecurity // Procedia Manufacturing. 2019. Volume 39. P. 132-140. DOI: 10.1016/j.promfg.2020.01.248.
3. Xiuwen Liu, Jianming Fu, Yanjiao Chen, Event Evolution Model for Cybersecurity Event Mining in Tweet Streams // Information Sciences. 2020. DOI: 10.1016/j.ins.2020.03.048.
4. Angelo Corallo, Mariangela Lazoi, Marianna Lezzi, Cybersecurity in the context of industry 4.0: A structured classification of critical assets and business impacts // Computers in Industry. 2020. Volume 114. P. 103165. DOI: 10.1016/j.compind.2019.103165.
5. Nashivochnikov N.V., Bolshakov A.A., Lukashin A.A., Popov M. The System for Operational Monitoring and Analytics of Industry Cyber-Physical Systems Security in Fuel and Energy Domains Based on Anomaly Detection and Prediction Methods // Studies in Systems. Decision and Control. 2020. P. 261-273. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com/record/display.url?eid=2-s2.0-85075038014&origin=resultslist> (дата обращения: 21.08.2020).
6. Grishunin S., Suloeva S., Nekrasova T., Egorova A. Development of the Mechanism of Assessing Cyber Risks in the Internet of Things Projects // Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics). 2019. P. 481-494. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com/record/display.url?eid=2-s2.0-85072967126&origin=resultslist> (дата обращения: 27.08.2020).
7. Litvinenko A.N., Grachev A.V., Guzikova L.A., Titov V.A. Shadow economy as object and subject of economic security // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference. 2019. P. 7386-7393. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com/record/display.url?eid=2-s2.0-85074104931&origin=resultslist> (дата обращения: 11.07.2020).
8. Feorilova T.Yu., Litvinenko A.N., Grachev A.V. The socioeconomic system of a region as a source of threat to the national security of the Russian Federation // Proceedings of the 32nd International Business Information Management Association Conference. 2018. P. 6852-6860. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com/record/display.url?eid=2-s2.0-85063040824&origin=resultslist> (дата обращения: 11.08.2020).

9. От информационной безопасности к кибербезопасности. Опыт научно-исследовательских работ и подготовки кадров в Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого / П.Д. Зегжда и др.; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017.
10. The Global Risks Report 2019. [Электронный ресурс]. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2019.pdf (дата обращения: 01.08.2020).
11. Утечки и нарушение конфиденциальности данных в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://infobezопасnost.ru/blog/data-breach-russia/> (дата обращения: 11.08.2020).
12. Экономический аспект кибербезопасности. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kaspersky.ru/blog/it-security-economics-2020-main/29179/> (дата обращения: 21.08.2020).
13. Актуальные киберугрозы: I квартал 2020 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/cybersecurity-threatscape-2020-q1/#id2> (дата обращения: 12.07.2020).
14. Ущерб от киберпреступлений превысил 10 миллиардов рублей [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2019/12/10/mvd-ushcherb-ot-kiberprestuplenij-prevysil-10-milliardov-rublej.html> (дата обращения: 01.08.2020).
15. Рассолов И.М. Информационное право: учебник для магистров. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2012.
16. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 19.07.2018).
17. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года: приказ Президента: утв. Президентом РФ от 24.07.2013 № Пр-1753.
18. Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации: указ Президента РФ от 05.12.2016 № 646 // Собрание законодательства РФ. 2016. № 50. Ст. 7074.
19. Официальный сайт Совета Федерации. Проект «Концепция стратегии кибербезопасности Российской Федерации». [Электронный ресурс]. URL: <http://council.gov.ru/media/files/41d4b3dfbdb25cea8a73.pdf> (дата обращения: 03.07.2020).

УДК 338.48

Н. В. Косарева

Московский педагогический государственный университет, Москва,
e-mail: kosarevantl@rambler.ru

Т. А. Адашова

Российский университет дружбы народов, Москва, e-mail: fortuna.72@mail.ru

ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДИН ИЗ ВЕКТОРОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

Ключевые слова: железнодорожный туризм, Транссибирская магистраль, БАМ, туристские путешествия, железнодорожные туры.

Данная статья предлагает к рассмотрению вопросы развития железнодорожного туризма в России. Среди всех видов транспорта железнодорожный отличается своей всепогодностью, относительной безопасностью и предоставляет путешественникам разнообразные варианты размещения от эконом до люксового класса. В современной России железнодорожный туризм переживает свое возрождение. Обладая богатейшими природными и историко-культурными ресурсами, протяженной сетью железных дорог, Россия по праву может считаться одной из дестинаций железнодорожного туризма. Современный рынок железнодорожных туров предлагает разнообразные маршруты, ориентированные как на внутренний, так и на въездной туризм. Особым направлением развития железнодорожного туризма стало развитие ретро-путешествий на паровозах. География российского железнодорожного туризма охватывает как европейский север и северо-запад, центральную часть страны, а также ее азиатские и дальневосточные территории.

N. V. Kosareva

Moscow State Pedagogical University, Moscow, e-mail: kosarevantl@rambler.ru

T. A. Adashova

Russian Peoples ' Friendship University, Moscow, e-mail: fortuna.72@mail.ru

RAILWAY TOURISM AS ONE OF THE VECTORS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RUSSIAN REGIONS

Keywords: railway tourism, Trans-Siberian railway, BAM, tourist travel, railway tours.

The article deals with the development of railway tourism in Russia. Among all types of transport, the railway is distinguished by its all-weather, relative safety and provides travelers with a variety of accommodation options from economy to luxury class. In modern Russia, railway tourism is experiencing its revival. With its rich natural, historical and cultural resources, and extensive railway network, Russia can rightfully be considered one of the destinations of railway tourism. The modern market of railway tours offers a variety of routes focused on both domestic and inbound tourism. A special direction in the development of railway tourism was the development of retro-travel on steam locomotives. The geography of Russian railway tourism covers both the European north and the north-west, the central part of the country, as well as its Asian and Far Eastern territories.

Введение

До начала активного развития воздушного и автомобильного транспорта в середине 20 в. железная дорога оставалась главным способом перемещения путешествующих людей. Постепенно, по мере усиления технического прогресса автомобильный и воздушный виды транспорта приняли значительную долю перевозок на себя. Но создание и введение в эксплуатацию скоростных железнодорожных магистралей как в Европе, так и в Восточной Азии возвратило железной дороге былую значимость и конкурентоспособность. В настоящее время в пределах главных европейских стран –

Великобритании, Франции, Испании, Италии, Германии путешествия между столицами и основными туристскими центрами удобнее совершать на поезде, нежели на самолете или автобусе. Поезд передвигается всегда по более короткому расстоянию, в отличие от автомобильного транспорта, и кроме того, а на железной дороге не бывает пробок. Современные конструктивные решения в устройстве колесных подвесок скоростных поездов обеспечивают достаточно мягкое и бесшумное движение. Вагоны обладают повышенной комфортностью, оборудованы кондиционерами, мягкими сидениями, панорамными окнами, душевыми кабинами.

Вследствие этого, информативность путешествия гораздо больше, чем на автобусе, поскольку автомагистрали часто отгорожены щитами и заборами, которые служат для защиты местных жителей от шума автотрассы, но перекрывают обзор.

Сегодня услугами туристских поездов пользуются самые разнообразные группы туристов. Это и индивидуальные туристы, и организованные тур группы [1]. Возможны различные варианты транспортировки туристов – от поездок на рейсовых регулярных поездах, до организации железнодорожных чартеров и специальных туристско-экскурсионных поездов местного и дальнего сообщения.

Путешествие по железной дороге имеет для туристов ряд преимуществ. Это и относительно комфортабельное размещение, и всепогодность путешествия, и независимость от трансферов. Кроме того, при пересечении туристами границы, таможенный досмотр происходит в собственном купе.

Особо популярен железнодорожный туризм сегодня во Франции, Германии, Швейцарии, США и Китае.

Изюминкой железнодорожного туризма становится путешествие на ретро-поезде. Самый известный поезд «Восточный Экспресс» («Orient Express»), оформлен под известный состав начала 20 века [2].

В Америке железнодорожный туризм так же активно развивается. Среди наиболее известных маршрутов стоит отметить: «Транс-Америка» (продолжительностью двенадцать суток из Вашингтона в Лос-Анджелес с остановками в Чарльстоне, Новом Орлеане, Сан-Антонио и Эль-Пасо); «Транс-Канада» (десятидневная поездка из Ванкувера в Монреаль с остановками в Виннипеге и Оттаве); «Транс-Атлантика» (поездка из Манагуа в Пуэрто-Монт до южной оконечности Южной Америки с остановками в Гуаякиль, Лиму и Сантьяго).

Железнодорожные туристические маршруты есть и в Азии – Индонезии и Индии и Китае.

Практически все страны мира пронизаны сетью железных дорог, которые обеспечивают доступ к большинству географически и исторически интересных с туристской точки зрения районов. Вместе с этим в мире ощущается недостаток подвижного железнодорожного состава, предназначенного для длительных комфортабельных туристских поездок. Поэтому железнодорожный туризм

является экономически малоэффективным, что в свой черед удерживает его развитие и рост. Наиболее остро данная ситуация ощущается в России и странах СНГ.

Материалы и методы исследования

Россия – государство с одной из самых разветвленных железнодорожных сетей в мире. Это позволяет формировать различные по форме, содержанию и географическому расположению маршруты железнодорожных путешествий от несколько-часовых, до одно, двух, трехдневных и многодневных. Особенно популярными направлениями являются Санкт-Петербург, Москва, Московская, Нижегородская, Ростовская, Челябинская, Свердловская, Тюменская области, Краснодарский и Ставропольский края, республики Башкортостан и Татарстан. Для иностранных туристов, путешествующих по России, неизменным спросом пользуется поезд «Золотой орел» (Транссибирский экспресс), пересекающий всю страну от Москвы до Владивостока за период около двух недель. Так же известен и ретро-поезд «Кругобайкальский экспресс», совершающий 2-х дневное путешествие по Кругобайкальской железной дороге (КБЖД). Хорошо известен туристский маршрут на экспрессе «Ясная Поляна», который идет из Москвы до станции-музея «Козлова Засека», реконструированной в точности, какой она была при жизни Л.Н. Толстого [3].

Железнодорожный туризм активно стал развиваться во времена СССР. Центральным советом по туризму и экскурсиям вместе с Министерством путей сообщения (МПС) в 1960-х гг. 20 в. было сформировано пять турпоездов, которые обслуживали более 2000 человек. Содержание, виды и формы поездок были различны. К 1983 г. имелось уже порядка 1600 туристских рейсов, услугами которых пользовалось более 650 тысяч человек. При этом продолжительность путешествий варьировалась от 1 до 30 дней. К 1985 году было освоено более 400 тыс. км дорог, по которым ходило 80 туристских поездов. В исторических малых городах были обустроены специальные стоянки. Поезда делились на два основных вида: сформированные из вагонов поездов пригородного сообщения, не предусматривающие ночевки и экспрессы, рассчитанные на дальние поездки длительностью от нескольких суток. Туристы проживали в 4-местных спальных купейных вагонах. Огромной популярностью

пользовались так называемые «поезда здоровья»: «Лыжник», «Снежинка», «Турист», «Грибник». В данных поездах располагались точки проката туристского и спортивного инвентаря, концертные бригады и буфеты. Ходили такие поезда из больших промышленных городов, жители которых нуждались в отдыхе на природе после трудовой недели. К 1983 г. поезда здоровья доставляли в пригороды на отдых порядка 2,5 млн. чел. Поезда прибывали и убывали строго по расписанию, а непосредственно во время активного отдыха они становились гостиницей.

Самым популярным и знаменитым считался маршрут «Транссоюзное железнодорожное путешествие», бравший свое начало во Владивостоке и проходивший через Сибирь, Москву, Ленинград, Ригу, Таллинн, Вильнюс, Киев и Крым. Имели спрос и маршруты по древнерусским, крупнейшим украинским, кавказским городам и городам Прибалтики, а также маршрут по Кругобайкальской железной дороге.

После распада СССР железнодорожный туризм утратил свою популярность. Понятие «железнодорожный туризм» употребляется только в узких кругах и не берется в расчет даже многими специалистами. Однако, опыт, накопленный во времена СССР, становится базой для восстановления данного вида отдыха и его развития на новом высококачественном уровне.

Сегодня традиции железнодорожных путешествий начали возрождаться, и в стране снова загудели турпоезда. Открытое акционерное общество «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД») предлагает разнообразные путешествия, такие как:

- «Москва – Пекин» с остановками в городах Омск, Новосибирск, Иркутск, Улан-Батор, с осмотром достопримечательностей оз. Байкал и поездкой к Великой Китайской стене. Данная поездка проходит на туристическом поезде «Золотой Орел», который входит в топ 25 лучших турпоездов мира;

- «Москва – Владивосток» с посещением Кругобайкальской железной дороги. Поездка проходит на туристическом поезде «Золотой Орел»;

- «Шелковый путь» с отправлением из Москвы и с посещением городов Бухара, Самарканд, Ташкент, Алма-Ата, ст. Дружба, затем автобусом по Китаю;

- «Золотое кольцо» с посещением таких городов, как: Вологда, Ярославль, Ростов Великий, Кострома, Владимир, Великий Устюг;

- «Русский Север» с отправлением из Москвы и с посещением Вологды, Архангельска, Кандалакши, Петрозаводска, Мурманска, Новгорода, Санкт-Петербурга, Ярославля;

- «Крымский экспресс», включающий посещение Санкт-Петербурга, Москвы, Минска, Львова, Кишинева, Одессы, Феодосии, Ялты, Севастополя, Киева;

- «Москва – Великий Новгород – Тверь – Торжок» с посещением и осмотром основных достопримечательностей городов;

- Тур на экспрессе «Ясная Поляна» с отправлением из Москвы до станции «Козлова Засаека» [4].

Путешествовать по России с комфортом сегодня становится все проще. На железнодорожном транспорте реализуется реформа, предусматривающая введение дополнительных услуг, связанных с новыми предложениями в обслуживании пассажиров [3, 5].

Результаты исследования и их обсуждение

Несмотря на положительный прогресс, произошедший за последние годы на пассажирском железнодорожном транспорте, остаются нерешенными проблемы, которые сдерживают дальнейшее развитие: дефицит железнодорожных перевозок в высокий сезон, завышенные цены, сложность покупки железнодорожных билетов. В рамках общеевропейской тенденции роста популярности железнодорожных путешествий и большей экологичностью железнодорожного транспорта, решение перечисленных проблем имеет важное значение для развития туристских поездок внутри страны.

В настоящее время зарубежные туроператоры часто заказывают путешествие по «Транссибирской магистрали», завершающиеся во Владивостоке, или через Монголию в Пекине, и включающие поездку по Кругобайкальской железной дороге. Иностранцев удивляют и восхищают огромные просторы России. По этому маршруту перемещаются не только на экспрессе «Золотой Орел», но и на обычных регулярных или специальных чартерных поездах. В случае разработки и внедрения новых подобных маршрутов, их эффективному позиционированию и продвижению, интерес к российскому железнодорожному туризму со стороны иностранцев будет расти. Связано это с высоким уровнем безопасности железнодорожных туров и с комфортностью перемещения (например, пассажир в своем купе может любоваться ви-

дами из окон поезда, в любое время прилечь отдохнуть, походить по вагону и т.д.) [6].

В последние годы проведение реформы на железнодорожном транспорте предусматривало внедрение новых видов деятельности, направленных на обслуживание пассажиров, среди которых и развитие железнодорожного туризма. При этом, в первую очередь, должны разрабатываться перспективные и доступные туристские продукты [3].

Так, в 2012 году по инициативе Федеральной пассажирской компании (дочернее предприятие ОАО «РЖД») стартовал проект «Пять пятниц», направленный на возрождение железнодорожных туров выходного дня. Поездки в этом формате предполагают передвижение на небольшие расстояния. Туристы могут отправиться в поездку в ближайшие регионы с развлекательной и экскурсионной программой на комфортабельных поездах по невысоким ценам. Средняя стоимость тура выходного дня составляет от 4500 до 7500 тыс. рублей. В рамках проекта «Пяти пятниц» было перевезено порядка двух тысяч туристов.

Наряду с этим, имеется ряд объективных причин, вызывающих снижение туристического спроса на железнодорожные путешествия:

- низкое качество сервиса и обслуживания;
- значительное уменьшение числа предоставляемых туристических проездов со стороны Министерства транспорта и «РЖД»;
- высокая стоимость.

На сегодняшний момент в России появились компании, специализирующиеся исключительно на железнодорожном туризме и разрабатывающие уникальные по своей сути предложения. Фирма «Дельта Копия» создала и осуществляет проект «Ретропоезд». Это уникальные туры на старинных поездах на паровой тяге, обслуживающие как простых туристов, так и сегмент люкс, а также корпоративных и событийных туристов [4, 8].

Железнодорожный туризм невозможно развивать без объединения усилий перевозчиков, туроператоров и региональных властей. Взаимное сотрудничество предоставит возможность оптимизировать цены специально под турпоезда и сделать регулярными туристические обмены между регионами. К сожалению, пока к такому сотрудничеству готовы не все субъекты РФ. Кроме того, необходимо продвижение и популяризация данного направления среди потенциальных туристов. На сегодняшний момент наши соотечествен-

ники имеют смутные представления о железнодорожном туризме и не знают о том, что именно предлагается в этом сегменте [11, 12].

Огромное значение железнодорожный туризм может иметь для стабильного развития регионов. Помимо создания самого туристского маршрута будет развиваться дорожная инфраструктура, представляющая собой основу для развития экономики регионов. Немаловажное значение для обеспечения рабочих мест имеет и создание инфраструктуры обслуживания туристов на маршруте (средств размещения, точек питания, развлекательных заведений). Создание логистически правильного, продуманного по сезонам года событийного календаря даст толчок развитию регионов и обеспечит круглогодичный приток железнодорожных туристов. Позиционирование железнодорожного туризма как всепогодного и всепогодного дает ему огромное преимущество перед другими видами туристского транспорта в восточной части России, где по климатическим особенностям затруднено эксплуатирование автомобильного и водного транспорта.

Выводы

Итак, можно сделать вывод, что на сегодняшний момент железнодорожный туризм в России переживает свое второе рождение. Связано это в первую очередь с расширением географии туров и поиском туроператорами новых дестинаций. Если изначально железнодорожный туризм был ориентирован на иностранных туристов, путешествующих по Транссибирской магистрали, то сейчас появляются новые туры с разной тематикой и продолжительностью. Это и туры выходного дня из Москвы и Санкт-Петербурга, и более продолжительные железнодорожные туры по Центральной России, Северо-Западу и Европейскому Северу. Популярны так же туры по знаменитой Кругобайкальской железной дороге.

К сожалению, в период пандемии и падения платежеспособности российских граждан внутренний и, в частности, железнодорожный туризм, переживают тяжелые времена. Но при этом, железнодорожный туризм имеет очень высокие шансы найти свою экономическую нишу и своего потребителя как на внутреннем, так и на международном туристском рынках.

В создавшихся тяжелых экономических условиях необходимо полностью переделать работу пассажирского комплекса:

- Учитывать потребности различных групп туристов не только в количестве предоставляемых мест, но и в предоставлении услуг, обеспечивающих комфорт. В зависимости от спроса комплектовать специальные вагоны, поезда здоровья, туристские поезда;
- Обеспечить обучение и переподготовку персонала, работающего непосредственно с туристами на железнодорожных турах;
- Разработать логистику железнодорожных туров, связать посещение достопримечательных с точки зрения экологического и культурно-познавательного туризма мест с маршрутом следования туристов;
- Организовать современную и актуальную информационную службу на маршруте, обеспечить развитие мобильных интерактивных средств информирования туристов (мобильных приложений, путеводителей, экскурсий);
- Организовать службу питания и досуга на длительных маршрутах;
- Создать все условия для работы деловых туристов: возможность беспрепятственного подключения к высокоскоростной сети Интернет;
- Обеспечить безопасность туристов, как на самом маршруте следования, так и во время посещения достопримечательных мест во время остановок состава.

Путешествие по железной дороге по-ложительно отличается от других путешествий следующими аспектами:

- Сравнительной безопасностью;
- Возможностью путешествовать при любых погодных и климатических особенностях;
- Использование вагона в качестве средства проживания и питания;
- Путешествие по железной дороге содержит в себе все нужные составляющие для жизнеобеспечения туристов во время их поездки (транспорт, питание, проживание, развлечение), не прибегая к дополнительным элементам инфраструктуры.

Для дальнейшего успешного развития железнодорожного туризма в России проводить маркетинговую кампанию по информированию населения об имеющемся турпродукте и его преимуществах. Важное значение имеет контролирование ценовой политики и внедрение системы скидок и привилегий.

И, конечно же, дальнейшее развитие железнодорожного туризма невозможно без участия заинтересованных регионов. При этом появление нового турпродукта, рассчитанного на широкий круг потребителей поможет регионам привлечь новые инвестиции в лице туристов и новой инфраструктуры.

Библиографический список

1. Жорин М.Т. Железнодорожный туризм развивается // РЖД. 2006. № 4. С. 12-15.
2. Пашкевич В. Мы больны железнодорожным туризмом // Новости турбизнеса. 2006. №20. С. 32-33.
3. Министерство транспорта Российской Федерации. Стратегия развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года. URL: <https://www.mintrans.gov.ru/documents/1/1010> (дата обращения: 12.02.2020).
4. Туризм и транспорт: сотрудничество, проблемы, перспективы: сборник трудов международной научно-практической конференции, 27 октября 2011 г., Москва. М.: МИИТ, 2011. С. 91-93.
5. РЖД пассажирам. URL: <http://pass.rzd.ru/news/public/> (дата обращения: 12.02.2020).
6. Российский союз туристической индустрии. Железнодорожные туры. URL: http://www.rostourunion.ru/pages/rus/vstuplenie_v_rst/geleznodorognye_tury/ (дата обращения: 12.02.2020).
7. Косарева Н.В. К вопросу анализа проблем и перспектив развития событийного туризма на уровне региональных экономик // Цифровая трансформация: образование, наука, общество. М.: Автономная некоммерческая организация Центральный научно-исследовательский институт русского жестового языка, 2019. С. 414-426.
8. Адашова Т.А., Духовная Л.Л., Косарева Н.В., Лапочкина В.В., Холодцова И.И. Инновации в туризме и гостиничном бизнесе: коллективная монография: М.: Перо, 2019. 149 с.
9. РЖД тур. URL: <https://rzdtour.com/#/> (дата обращения: 12.02.2020).
10. Обслуживание пассажиров на зарубежных железных дорогах. URL: <https://www.turbooks.ru> (дата обращения: 12.02.2020).
11. Глазков В.Н. Аргументы внутреннего железнодорожного туризма // Мир транспорта. 2011. №1.
12. Александрова Е.Н., Стадник Т.А. Современные тенденции международного туризма: вопросы конкурентоспособности // Экономика и предпринимательство. 2013. №1.
13. Kreydenko T., Adashova T., Rogoten N. Increase in energy efficiency of the economy as a factor of social and economic development of the regions of the far east // Smart Innovation, Systems and Technologies. 2019. T. 139. С. 180-188.

УДК 334.722

Л. Н. Косова

ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия», Москва,
e-mail: lkosova@yandex.ru

Ю. А. Косова

ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия», Москва,
e-mail: kopi27@mail.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПРАКТИКИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Ключевые слова: экономика, организации, малый и средний бизнес, государственное регулирование, количественная оценка, результативность, мера поддержки.

Статья раскрывает применение форм государственного регулирования в области малого и среднего бизнеса в международной практике. Проводится сравнительный анализ отечественного подхода с практикой, применяемой в других странах. Поддержка малого и среднего бизнеса осуществляется во всех национальных экономиках. Количественный и качественный состав предприятий малого и среднего бизнеса в последнее время очень сильно изменился под воздействием мирового кризиса COVID-19. Основная цель работы определить результативность мер государственной поддержки. Воздействие, как правило, носит не только прямой, но и опосредованный характер. В связи с чем, очень сложно с математической точки зрения дать оценку явления. Поэтому применяется метод балльной экспертной оценки для расчета количественного показателя результативности мер поддержки. По результатам анализа сформулированы выводы и рекомендации. Среди одних из самых действенных можно отметить создание «зон предпринимательства», доступ к информационным ресурсам, прозрачные процедуры и механизмы участия в государственном финансировании. Необходимы дополнительные усилия по повышению квалификации персонала в условиях перехода к интегрированному бизнес-процессам от создания потребности в товарах, работах, услугах до сервисных усилий после их потребления.

L. N. Kosova

Russian State University of Justice, Moscow, e-mail: lkosova@yandex.ru

Yu. A. Kosova

Russian State University of Justice, Moscow, e-mail: kopi27@mail.ru

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF THE PRACTICE OF APPLYING STATE SUPPORT MEASURES FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN RUSSIA AND ABROAD

Keywords: Economy, Organizations, Small and Medium-sized Businesses, State Regulation, Quantitative Assessment, Effectiveness, Support Measure.

The article reveals the application of forms of state regulation in the field of small and medium-sized businesses in international practice. A comparative analysis of the domestic approach with the practice used in other countries carried out. Small and medium-sized businesses supported in all national economies. The quantitative and qualitative composition of small and medium-sized businesses has recently changed dramatically under the impact of the global COVID-19 crisis. The main goal of the work is to determine the effectiveness of government support measures. The impact, as a rule, is not only direct, but also indirect. In this connection, it is very difficult from a mathematical point of view to assess the phenomenon. Therefore, a point-based expert assessment method using for calculate a quantitative indicator of the effectiveness of support measures. Based on the analysis results, conclusions and recommendations formulated. Some of the most effective ones include the creation of “business zones”, access to information resources, transparent procedures and mechanisms for participation in state funding.

Введение

Одним из структурных сегментов национальных экономик является малый и средний бизнес (МиСБ). Критерии определения организаций относимых к этой группе в разных странах отличаются по количественной характеристике. В качестве общепринятых показателей используются два – это количество персонала и годовой оборот финансовых средств. В международной практике интервал значения доли внутреннего валового продукта приходящегося на сегмент МиСБ в экономически развитых странах варьируется от 40% до 60%. Этот сегмент экономики обеспечивает рабочие места, устойчивое развитие рынка услуг для населения, является одним из факторов формирования среднего класса.

Цель исследования: проведение анализа практики использования государственных мер поддержки малого и среднего бизнеса в развитых странах и России для определения результативности применяемых форм поддержки и предложения рекомендаций по совершенствованию практики государственной поддержки в сфере малого и среднего бизнеса в стране.

Материал и методы исследования

В исследовании используются статистические данные Росстата, официальная информация Единого реестра субъектов МиСП, публикации научных изданий, ресурсы Internet, аналитические публикации ведущих университетов. В качестве метода использован метод бальной экспертной оценки для расчета количественного показателя результативности мер поддержки.

Результаты исследования и их обсуждение

В Российской Федерации по данным Единого реестра, на 10 июня 2020 года в секторе МиСБ работали примерно 15,3 млн человек, из них 7,4 млн (48,4%) – на микропредприятиях, 6,2 млн (40,5%) – на малых, около 1,7 млн (11,1%) – на средних. Сегмент МиСБ представлен следующими видами предприятий: микропредприятия, малые предприятия и средние предприятия [12] (табл. 1). Экономические и политические реалии переплетаются с технологическими инновациями и ведут к бурному росту цифровой экономики, причем этот рост наиболее выражен в развивающихся странах [11].

Таблица 1

Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по данным Единого реестра субъектов МиСП на 10.12.2020 г.

Название ФО	Всего	из них							
		Юридических лиц				Индивидуальных предпринимателей			
		всего	из них			всего	из них		
Микро пред- приятие	Малое пред- приятие		Среднее пред- приятие	Микро пред- приятие	Малое пред- приятие		Среднее пред- приятие		
Российская федерация	5702150	2362558	2154781	190392	17385	3339592	3312653	26629	310
Центральный ФО	1764485	806423	732 066	67638	6719	958062	951795	6177	90
Северо- Западный ФО	662001	315277	288 212	24895	2170	346724	344293	2405	26
Южный ФО	671247	185850	169 449	15019	1382	485397	481826	3542	29
Северо-Кав- казский ФО	194690	48389	44 100	3834	455	146301	145481	810	10
Приволжский ФО	1013772	421294	383045	35186	3063	592478	586404	6015	59
Уральский ФО	489396	206427	189485	15570	1372	282969	280342	2594	33
Сибирский ФО	602671	257959	236920	19441	1598	344712	341521	3151	40
Дальнево- сточный ФО	303888	120939	111504	8809	626	182949	180991	1935	23

Анализ хозяйствования объектов рынка, независимо от того, с какой целью он проводится, в основе своей обязательно использует главные принципы экономики соответственно с теми процессами и явлениями, без изучения которых его существование не представляется возможным [8]. Малый и средний бизнес играют ключевую роль в развитии регионов, динамика количества предприятий МСБ, их экономический показателей деятельности и численности становятся важными критериями развития экономического потенциала региона [15, с. 150].

По данным Росстата в последние 2 года прослеживается тренд уменьшения количества предприятий МиСБ и увеличение числа индивидуальных предпринимателей. Экономические результаты деятельности в этом сегменте представлены в таблице 2. Необходимо отметить, что в таблице отражена информация по данным Росстата [8].

Объем ВВП России по итогам 2019 г. составил в текущих ценах 110 трлн 46,1 млрд руб., следует из второй оценки Федеральной

службы государственной статистики, падение 1,3% по сравнению с 2018 г.[8]. Общая тенденция экономики в 2019-2020 годах показывает спад по всем основным показателям, следовательно, и доля малых и средних предприятий в валовом внутреннем продукте также снижается.

Тренд стагнации и падения виден по результатам экономической деятельности в разных видах начиная с четвертого квартала 2019 года, максимальное падение в таком виде деятельности как «Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов» – 5% по сравнению с 2017 годом.

Развитие малого и среднего бизнеса является одним из направлений стратегии развития России во всех принимаемых документах концепций развития страны, в частности в «Указе Президента РФ о национальных целях и стратегических задачах развития России на период до 2024 г.» определены ключевые направления развития страны на следующие шесть лет.

Таблица 2

Экономические показатели за 2017-2018 гг.

По данным Росстата	2017	2018	2019*
Доля оборота малых предприятий в обороте российских предприятий, %	21,9	20,2	По прогнозу должен быть 23%
Рентабельность проданных товаров (продукции, работ, услуг), %	5,9	6,8	
Оборот млрд руб.	48459,2	53314,2	

*Росстат выпускает справочник «Малое и среднее предпринимательство в России» 1 раз в два года и поэтому фактические официальные данные по 2019 году недоступны в открытой печати.[8]

Таблица 3

Доля предприятий МиСБ по видам экономической деятельности в РФ в 2017-2019 гг.[2]

Показатель	2017 г.	2019 г.	Динамика
Деятельность профессиональная, научная и техническая	9%	9%	0%
Обрабатывающие производства	8%	8%	0%
Транспортировка и хранение	7%	7%	0%
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	5%	5%	0%
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	2,1%	2%	-0,1%
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	2,8%	2,5%	-0,3%
Деятельность в области информации и связи	3,4%	3%	-0,4%
Строительство	13%	12%	-1%
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	8%	7%	-1%
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	37%	32%	-5%

В числе 12 национальных проектов в соответствии с ключевыми направлениями развития страны присутствует направление – малый и средний бизнес и поддержка ИП [8]. Краткая характеристика состояния малого и среднего бизнеса в стране показывает, что для достижения поставленных задач по увеличению доли МисБ в ВВП страны, необходимо совершенствовать государственную политику поддержки этого сег-

мента национальной экономики. В России применяются два вида государственного регулирования рыночных отношений это административные меры и экономические. Правительство сформулировало задачи на перспективу развития до 2024 года довести число занятых в сфере МисБ до 25 млн человек, до 32,5% долю в ВВП и увеличить долю МисБ в общем объеме не сырьевого экспорта до 10% [1, 8].

Таблица 4

Идентификационные характеристики мер поддержки МисБ в международной практике

Название мер поддержки МСБ	Класс по степени влияния	Универсальные	Специфические	Административные	Экономические	Количество стран применяющих (частотность использования)
Государственное финансирование сектора	1	+		+		7
Поддержка посредством использования рыночных мер через финансовые институты	1	+			+	9
Национальные проекты	4		+		+	2
Государственные гарантии и преференции	2	+			+	9
Активизация инновационной деятельности	3	+		+		4
Доступ к ресурсам	3		+	+		1
Развитие институтов взаимопомощи	4		+	+		1
Квотирование государственных закупок у субъектов малого бизнеса	3		+	+		1
Субконтрактация (обязательность размещения крупными предприятиями полученных государственных заказов среди малых)	2		+	+		1
Программа «Вторичный рынок кредитов»	3		+		+	1
Франчайзинг	2	+			+	3
Долевое финансирование малых предприятий через специализированные фонды для поддержания определенных отраслей и вновь создаваемых и расширяющихся инновационных предприятий	4		+	+		1
Корпоративная схема финансирования	4		+		+	1
Направления кредитования: стартовый капитал и микроссуда	2	+			+	3
Обеспечение доступа субъектов предпринимательства к заемным ресурсам (государственное участие в капитале венчурных фондов и поддержка инвестиционных проектов, реализуемых в депрессивных районах, в виде обеспечения льготных займов государственными гарантиями)	2		+	+		2
Создание «зон предпринимательства»	1	+		+		4
Координационный центр по внешнему сотрудничеству малых и средних предприятий	2		+	+		1
Общественная информационная служба (актуальная информация о состоянии рынка продукции малого бизнеса)	3		+	+		1
Льготы по обучению кадров для малых и средних предприятий	3		+	+		1
Поддержку субъектов МСБ в сельскохозяйственной и во внешне-экономической деятельности	2		+		+	2
Количество мер поддержки		7	13	12	8	

Решение этих задач требует кардинального пересмотра организации государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Большие надежды связаны с реализацией национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» бюджет которого 481,5 млрд руб. [8].

Современный бизнес ориентирован на развитие различных отраслей и сфер деятельности. В этой связи потребительская кооперация России выступает важным элементом социально-экономического механизма страны [5]. Еще один значимый аспект современного развития экономики – цифровизация бизнес-процессов. Главными элементами цифровой экономики называют электронную коммерцию, интернет-банкинг, электронные платежи, интернет-рекламу [11], деятельность, непосредственно связанная с развитием цифровых компьютерных технологий позволяет интенсифицировать развитие организаций относящихся к сфере МиСБ.

Поддержка малого и среднего бизнеса осуществляется во всех национальных экономиках. Игнорирование этого механизма ведет не только к потере темпов экономического развития, постепенному нарастанию кризисных моментов, но может впоследствии привести к возникновению экономической сингулярности [6, с. 16-29].

Проведенный анализ международной практики выявил направления и формы государственной поддержки малого и среднего бизнеса используемые в последние

годы (табл. 6). Для оценки результативности используемых мер проведем анализ мировой практики государственной поддержки по следующим признакам: частота применения по странам, универсальность и специфичность, характер воздействия прямое (административные) и косвенное (экономические).

Для определения результативности воздействия в количественном измерении используем метод экспертной оценки с применением бальной шкалы и весового коэффициента для выявления приоритетности применяемых мер по силе воздействия на экономическое положение предприятия для расчета интегрированного показателя результативности меры поддержки. Сформулируем критерии для расчета интегрированного показателя оценки результативности мер поддержки малого и среднего бизнеса по степени приоритетности влияния мер на конкурентное положение предприятия на рынке.

1. Влияние на рост организаций МиСБ в стране.
2. Частотность применения в мире.
3. Влияние на ценовую политику организаций МиСБ.
4. Влияние на ассортимент организаций МиСБ.
5. Влияние на тип сбыта организаций МиСБ.

Шкала бальной оценки от 1 до 10. Значение бальной оценки: высокая 8-10, средняя 5-7, низкая оценка 1-4. Определим границы классов рейтинга мер поддержки.

Таблица 5

Расчет весовых коэффициентов приоритетности критериев

Приоритетность критерия	Название критерия	1 степень приоритета	2 степень приоритета	3 степень приоритета	4 степень приоритета	5 степень приоритета	Сумма	Весовой коэффициент (W)
Критерий 1 степени	Влияние на рост МиСБ в стране	1	1	1	1	1	5	$W_1 - 5/15 = 0,33$
Критерий 2 степени	Частотность применения в мире	0	1	1	1	1	4	$W_2 - 4/15 = 0,26$
Критерий 3 степени	Влияние на ценовую политику МиСБ	0	0	1	1	1	3	$W_3 - 3/15 = 0,2$
Критерий 4 степени	Влияние на ассортимент МиСБ	0	0	0	1	1	2	$W_4 - 2/15 = 0,13$
Критерий 5 степени	Влияние на тип сбыта МиСБ	0	0	0	0	1	1	$W_5 - 1/15 = 0,06$

Границы классов рейтинга:

1 класс от 8 до 10

2 класс от 7 до 8

3 класс от 6 до 7

4 класс от 5 до 6

Формула расчета интегрированного показателя:

$$N = \sum_{i=1}^{n=5} z_i w_i$$

Сумма произведений бальной оценки альтернативы по критерию на весовой коэффициент по n = 5 критериям.

Таблица 6

Международная практика применения мер поддержки малого и среднего бизнеса

Название меры поддержки МСБ	Россия	США	Япония	Германия	Италия	Велико-британия	Индия	Франция	Китай
Государственное финансирование сектора	+		+	+	+	+		+	+
Поддержка посредством использования рыночных мер через финансовые институты	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Национальные проекты	+								+
Государственные гарантии и преференции	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Активизация инновационной деятельности	+	+	+						+
Доступ к ресурсам			+						
Развитие институтов взаимопомощи			+						
Квотирование государственных закупок у субъектов малого бизнеса		+							
Субконтрактация (обязательность размещения крупными предприятиями полученных государственных заказов среди малых)		+							
Программа «Вторичный рынок кредитов»		+							
Франчайзинг	+	+				+			
Долевое финансирование малых предприятий через специализированные фонды для поддержания определенных отраслей и вновь создаваемых и расширяющихся инновационных предприятий						+			
Корпоративная схема финансирования						+			
Направления кредитования: стартовый капитал и микрокредиты	+			+					+
Обеспечение доступа субъектов предпринимательства к заемным ресурсам (государственное участие в капитале венчурных фондов и поддержка инвестиционных проектов, реализуемых в депрессивных районах, в виде обеспечения льготных займов государственными гарантиями)	+							+	
Создание «зон предпринимательства»	+	+	+						+
Координационный центр по внешнему сотрудничеству малых и средних предприятий									+
Общественная информационная служба (актуальная информация о состоянии рынка продукции малого бизнеса)									+
Льготы по обучению кадров для малых и средних предприятий									+
Поддержка субъектов МСБ в сельскохозяйственной и во внешнеэкономической деятельности	+								+

Составлено по данным источников [3, 4, 7].

Расчет интегрированного показателя
методом экспертной бальной оценки мер поддержки МиСБ
в мире по степени влияния на рыночную позицию организации

Название меры поддержки МиСБ	Влияние на рост организаций	Частотность применения в мире	Влияние на ценовую политику	Влияние на ассортимент	Влияние на тип сбыта	Интегрированный показатель	Класс по степени влияния
Создание «зон предпринимательства»	10	6	10	10	5	8,46	1
Государственное финансирование сектора	8	9	10	10	2	8,4	1
Поддержка посредством использования рыночных мер через финансовые институты	8	10	9	9	2	8,33	1
Франчайзинг	9	5	10	10	6	7,93	2
Поддержка субъектов МСБ в сельскохозяйственной и во внешнеэкономической деятельности	10	3	10	10	7	7,82	2
Государственные гарантии и преференции	6	10	9	9	2	7,67	2
Обеспечение доступа субъектов предпринимательства к заемным ресурсам (государственное участие в капитале венчурных фондов и поддержка инвестиционных проектов, реализуемых в депрессивных районах, в виде обеспечения льготных займов государственными гарантиями)	10	3	10	10	4	7,62	2
Направления кредитования: стартовый капитал и микрокредиты	9	4	10	10	4	7,55	2
Субконтрактация (обязательность размещения крупными предприятиями полученных государственных заказов среди малых)	9	2	10	10	4	7,03	2
Координационный центр по внешнему сотрудничеству малых и средних предприятий	9	2	9	9	6	7,02	2
Квотирование государственных закупок у субъектов малого бизнеса	9	2	10	10	3	6,97	3
Активизация инновационной деятельности	7	6	8	10	2	6,89	3
Общественная информационная служба (актуальная информация о состоянии рынка продукции малого бизнеса)	8	2	10	10	5	6,76	3
Доступ к ресурсам	8	2	10	10	2	6,58	3
Программа «Вторичный рынок кредитов»	7	2	9	9	2	6,55	3
Льготы по обучению кадров для малых и средних предприятий	8	2	9	9	5	6,43	3
Национальные проекты	6	2	10	10	2	5,92	4
Долевое финансирование малых предприятий через специализированные фонды для поддержания определенных отраслей и вновь создаваемых и расширяющихся инновационных предприятий	9	2	9	9	2	5,92	4
Развитие институтов взаимопомощи	7	2	8	9	3	5,78	4
Корпоративная схема финансирования	6	2	8	8	2	5,26	4

Расчет интегрированного показателя
методом экспертной бальной оценки мер поддержки МиСБ
в России по степени влияния на рыночную позицию организации

Название меры поддержки МиСБ	Влияние на рост организаций	Частотность применения в мире	Влияние на ценовую политику	Влияние на ассортимент	Влияние на тип сбыта	Интегрированный показатель	Класс по степени влияния
Создание «зон предпринимательства»	10	6	10	10	5	8,46	1
Государственное финансирование сектора	8	9	10	10	2	8,4	1
Поддержка посредством использования рыночных мер через финансовые институты	8	10	9	9	2	8,33	1
Франчайзинг	9	5	10	10	6	7,93	2
Поддержка субъектов МСБ в сельскохозяйственной и во внешнеэкономической деятельности	10	3	10	10	7	7,82	2
Государственные гарантии и преференции	6	10	9	9	2	7,67	2
Обеспечение доступа субъектов предпринимательства к заемным ресурсам (государственное участие в капитале венчурных фондов и поддержка инвестиционных проектов, реализуемых в депрессивных районах, в виде обеспечения льготных займов государственными гарантиями)	10	3	10	10	4	7,62	2
Направления кредитования: стартовый капитал и микрокредиты	9	4	10	10	4	7,55	2
Активизация инновационной деятельности	7	6	8	10	2	6,89	3
Национальные проекты	6	2	10	10	2	5,92	4

Заключение

Проведенный анализ мировой практики применения мер государственной поддержки предприятий МиСБ позволяет сделать выводы общего характера: для развития предпринимательства в РФ необходимо разработать и реализовать механизмы поддержки малого и среднего бизнеса [16, с.78]:

1. В первый и второй классы мер применяемых в странах по результативности вошли меры государства обеспечивающие формирование финансовых ресурсов организаций и содействие организации сбыта продукции и услуг, по характеру воздействия в большей степени экономические и универсальные, то есть применяемые практически всеми странами группы;

2. В третий и четвертый классы вошли меры, обеспечивающие дополнительные возможности в конкурентной борьбе, такие как обучение, квотирование, доступ

к информации, грантам, по форме воздействия административные и специфические преимущественно.

Сравнение российской практики с международной показывает, что:

1. В Российской Федерации используется только 10 мер из 20 применяемых в мире;

2. В их число вошли все меры первого класса по результативности и пять мер второго класса, которые обеспечивают государственную поддержку в формировании финансовых ресурсов;

3. Не используются меры государственной поддержки, существующие в международной практике по таким направлениям как: доступность информации о состоянии рынка продукции малого и среднего бизнеса; содействие в подготовке кадров; организация взаимодействия предприятий в конкурентной среде рынка, другие формы доступа к ресурсам, формы взаимопомощи;

4. Меры, которые не практикуются в России по форме воздействия относятся к группам административных форм и специализированных;

5. Интересен еще один факт большая часть мер, относящихся к третьему и четвертому классам влияния являются практикой таких стран как Китай, США, Япония.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 N 1083-р (ред. от 30.03.2018) «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» // СПС КонсультантПлюс. 2020.
2. Антонова М.П., Баринаева В.А., Громов В.В., Земцов С.П., Красносельских А.Н., Милоголов Н.С., Потапова А.А., Царева Ю.В. Развитие малого и среднего предпринимательства в России в контексте реализации национального проекта. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020. 88 с.
3. Бабаев Т.Т. Поддержка малого и среднего предпринимательства в России, Германии, США и Японии // Экономика и социум. 2019. № 6 (61). С. 155-158.
4. Борисова С.Г. Зарубежный опыт государственной поддержки малого и среднего предпринимательства на примере США // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2020. № 1 (32). С. 104-109.
5. Валеева Ю.С., Наширванова Я.Ф. Микроэкономические факторы, влияющие на формирование политики в области материального стимулирования труда в торговой деятельности системы потребительской кооперации // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2014. № 2. С. 6-9.
6. Вахитов Д.Р. Сингулярность. М.: РУСАЙНС, 2019. 100 с.
7. Карпинская Е.А., Земцова Т.В. Международный опыт регулирования малого предпринимательства // Генезис экономических и социальных проблем субъектов рыночного хозяйства в России. 2018. № 12. С. 22-24.
8. Косова Л.Н., Косова Ю.А. Стратегия экономического развития страны, подходы и цели // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 9 (часть 2). С. 260-268.
9. Малое и среднее предпринимательство в России 2019. М.: Росстат, 2019. (дата обращения 22.12.2020).
10. Макарова Е.С., Уразбахтина Н.З. Направления анализа социально-экономического развития регионов // Роль экономической науки в развитии социума: теоретические и практические аспекты: материалы международной научно-практической конференции. В 3-х частях, 2018. С. 147-153.
11. Мусташкина Д.А., Аюпова В.К., Майорова О.А., Вячина И.Н. Цифровая экономика как новые возможности для развития бизнеса в России // Научное обозрение: теория и практика. 2018. № 7. С. 64-71.
12. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_iniciativy/ (дата обращения 24.12.2020).
13. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. Единый реестр субъектов МСП. [Электронный ресурс]. URL: ofd.nalog.ru (дата обращения 10.12.2020).
14. Фасхутдинова М.С. Экономический анализ: суть его базисных принципов // Закономерности и тенденции развития бухгалтерской науки: сборник научных трудов по материалам II Всероссийской научно-практической конференции, 21 апреля 2016 г. Казань: Издательство Казанского ГАУ, Центр инновационных технологий, 2016. С. 154-156.
15. Шарнина Н.М. Управление сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий: автореферат дис. ... канд. экон. наук. Йошкар-Ола, 2009. 24 с.
16. Шипшова О.А., Мухаметшина Ф.А., Кириллова Л.Г., Хвалева Н.В. и др. Инновационная составляющая формирования конкурентных преимуществ в производственных системах в условиях смены технологических укладов: монография. М., 2017. 142 с.

УДК 331.53

Д. В. Круглов

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,
Санкт-Петербург, e-mail: kdvspb@list.ru

С. А. Ключев

ФГБОУ ВО «Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I», Санкт-Петербург, e-mail: sergeyk72@yandex.ru

О. С. Резникова

ИЭУ (СП) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», Симферополь,
e-mail: os@crimea.com

ОСОБЕННОСТИ ПЕРВИЧНОЙ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ НА РЫНКЕ ТРУДА

Ключевые слова: занятость, знания, профессиональная ориентация, образование, эффективность, рынок труда, безработица.

Рассмотрены основные проблемы первичной занятости среди молодежи. От занятости зависят такие аспекты как: миграция, уровень преступности, качество жизни и др. Уровень безработицы непосредственно отражается на развитии не только экономики, но и государства в целом. Действующая система образования функционирует как на бюджетной основе, так и на коммерческой основе. В этой связи изменяется подход к обучению, что влечет за собой понижение качества знаний. Огромное количество молодых людей на этом фоне становятся невостребованными на рынке труда. Конкуренция между потребителями услуг в образовательной сфере и потенциальными потребностями общества оказывают положительное влияние на профессиональный выбор.

D. V. Kruglov

St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, e-mail: kdvspb@list.ru

S. A. Klyuev

Petersburg State Transport University of Emperor Alexander I, St. Petersburg,
e-mail: sergeyk72@yandex.ru

O. S. Reznikova

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, e-mail: os@crimea.com

PECULIARITIES OF THE FIRST EMPLOYMENT OF YOUTH IN THE LABOR MARKET

Keywords: employment, knowledge, vocational guidance, education, efficiency, labor market, unemployment.

The main problems of primary employment among young people are considered. Such aspects as migration, crime rate, quality of life, etc. depend on employment. The unemployment rate directly affects the development of not only the economy, but also the state as a whole. The current education system operates both on a budgetary basis and on a commercial basis. In this regard, the approach to teaching is changing, which entails a decrease in the quality of knowledge. Against this background, a huge number of young people are becoming unclaimed in the labor market. Competition between consumers of educational services and the potential needs of society has a positive impact on professional choice.

Введение

Одной из важнейших проблем развития мировой экономики является проблема безработицы и занятости. От занятости зависят такие факторы как: миграция, уровень преступности, качество жизни и др. Уровень безработицы непосредственно отра-

жается и на развитии государства. Данный комплекс проблем по-разному воспринимается людьми. Наиболее остро, вопросы, связанные с занятостью, переживают женщины, так как по гендерному признаку не выдерживают конкуренции, а также население «третьего возраста» и молодежь.

Как отмечается в Аналитической записке ООН подготовленной под руководством Международной организации труда, молодёжь страдает больше от последствий кризиса от COVID-19 [1]. Среди основных причин это: перерывы в получении образования, потеря доходов и сложности с трудоустройством.

Цель исследования: разработка теоретико-методических основ и практических рекомендаций по регулированию молодежного рынка труда.

Материал и методы исследования

В ходе исследования авторы использовали такие методы, как сравнительный анализ, классификация, а также использован системный подход в исследовании проблем первичной занятости молодежи. Для преодоления неблагоприятной ситуации по становлению молодежи на рынке труда, необходимо совершенствовать систему регулирования занятости

До возникновения коронавирусной инфекции, около 57% населения трудоспособного возраста работали и 188 млн человек были безработными (рис. 1, 2). Большая часть тех людей, которые имели работу, трудились в неформальном секторе экономики с низкой оплатой труда. Это в конечном итоге приводило к обеднению целого слоя населения. Среди трудящихся Африки, как и Ближнего Востока около 85% работают в неформальном секторе. Очень распространена неформальная занятость среди женщин работающих в сфере сервиса. В мировой экономике основной

проблемой является несоответствие квалификации спросу на рынке труда. Растет количество работников с неполной и временной занятостью, что ведет к усилению чувства неполной защищенности. До кризиса, связанного с COVID-19, уровень безработицы был в три раза выше у молодежи, чем у взрослого населения. До начала пандемии коронавируса три человека из четырех были заняты в неформальном секторе экономики. Во всем мире около 25% (267 млн человек), не учились и не работали. Также в докризисный период большая часть инвалидов была исключена из трудовой деятельности. Удельный вес людей с ограниченными возможностями занятыми в экономике в возрасте от 15 лет, был в 2 раза ниже, чем среди обычного населения. Инвалиды, участвующие с трудовой деятельности, получали более низкое вознаграждение за труд, по сравнению с обычными сотрудниками. Отсутствие модификаций на рабочих местах ограничивает возможность трудоустройства инвалидов.

В мире, с помощью систем социальной защиты населения, поддержка оказывается лишь небольшому количеству лиц с ограниченными возможностями. В глобальном масштабе, всего 28% лиц могут получать пособие по инвалидности.

На отечественном рынке труда положение молодежи характеризуется следующими обстоятельствами:

- эта категория людей составляет около 35% трудоспособного населения;
- от молодых специалистов зависит развитие экономики в дальнейшей перспективе.

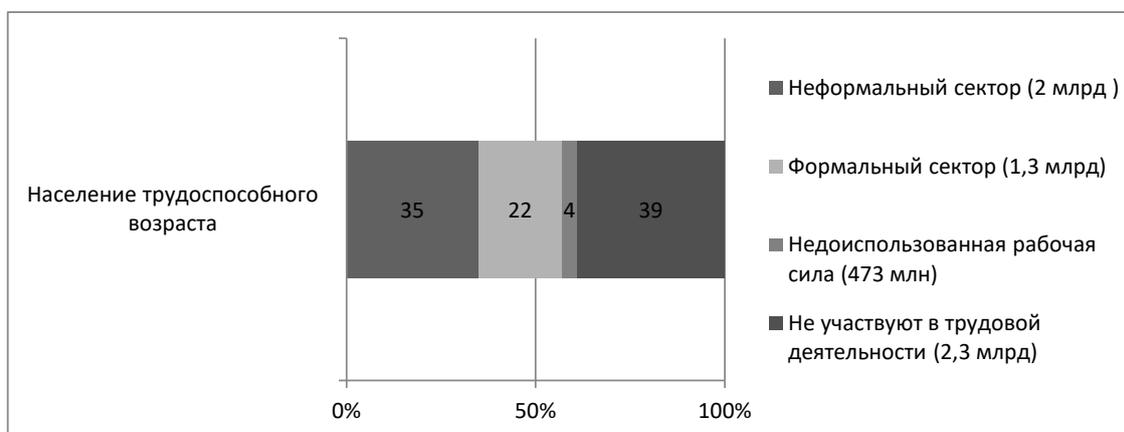


Рис. 1. Население трудоспособного возраста в мире (2020 г.)
Составлено по материалам [1]

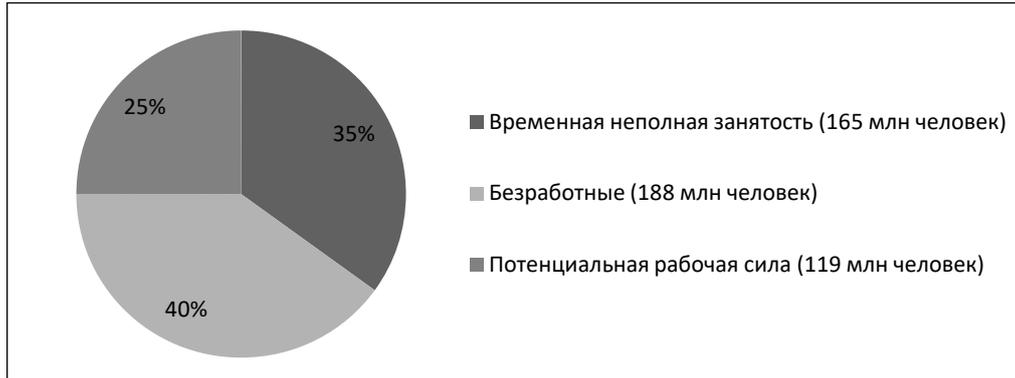


Рис. 2. Общее недоиспользование рабочей силы (2020 г.)

В настоящее время, остро стоит вопрос о трудоустройстве выпускников, недавно завершивших обучение. Потенциальные работодатели не желают брать на работу молодых специалистов, так как у них отсутствует опыт работы.

Выпускники профессиональных колледжей также не имеют возможности трудоустроиться, так как относятся на рынке труда к группе риска [4]. Ключевой особенностью данной категории людей являются противоречия между потребностями организаций с рабочей силой и профессиональной ориентацией молодежи [2].

Отсутствие баланса профилей подготовки потребностям рынка обостряет проблему трудоустройства. Выпускники высших учебных заведений по опросам работодателей, не соответствуют современным требованиям [3]. В этой связи, не все молодые специалисты удовлетворены оплатой труда. Это, в конечном счете, приводит к низкой эффективности использования рабочей силы молодежи. В современных условиях проблемы рынка труда занимают ключевые позиции. Об этом свидетельствует большое количество научных работ посвященных данной проблематике.

Действующая система образования функционирует как на бюджетной основе, так и на коммерческой. Данный фактор изменил политику образования, и некоторые учебные заведения перестали бороться за качество знаний [5]. Огромное количество молодых людей на этом фоне становятся низко конкурентными на рынке труда. По нашему мнению, данную проблему помогла бы разрешить профориентация среди молодежи. В этой связи, надо начинать профориентационную работу начиная со школы. Строить систему профессиональной ориентации

необходимо во взаимодействии с процессами формирования личности будущего работника. Профессиональная информация среди молодежи имеет особую важность. На основе получаемых данных население знакомится с возможностями приобретения профессиональных навыков. Профориентация начинается с рекомендаций по выбору учебного заведения и профиля. Комплексная система проинформирования и профподготовки состоит из нескольких социальных институтов таких как: Министерство науки и высшего образования, Министерство труда и социальной защиты, Молодежные биржи труда и т.д. К сожалению, их работа не приносит нужного эффекта, из-за низкого охвата разных категорий людей. Необходимо проведение профориентационных мероприятий в более широком масштабе. Исходя из этого возникает необходимость в создании специальных структур, оказывающих помощь молодежи на рынке труда. Профориентацию и профинформирование можно разделить на несколько уровней: начальная и средняя школа; желающие поступать в средние профессиональные учебные заведения; желающие сменить свою профессию; ищущие работу (безработные).

В условиях постпандемийного периода в экономики нами предложена схема организационно-экономического механизма регулирования рынка труда молодежи (рис. 3), представляющая собой контур регулирования в виде совокупности основных задач, принципов, методов, инструментов и приоритетных направлений, позволяющая не только повысить конкурентные преимущества представителей молодежи среди трудоспособного населения, но и достичь основной цели, ориентированной на обеспечение эффективной занятости молодежи на рынке труда.



Рис. 3. Организационно-экономический механизм регулирования рынка труда молодежи

Каждый из перечисленных блоков, представлен отдельными составляющими в дополнение к существующим: система принципов, на основе которых базируется регулирование рынка труда молодежи, позволяющая достичь основной цели через разработку четких ориентиров, дополнена принципами планомерности, вариантности и адаптивности; учет институциональных методов, устанавливающих и закрепляющих место институтов, оказывающих непосредственное влияние на развитие государственно-частного и социального партнерского диалога, формирование современной инфраструктуры, соответствующей основным требованиям рынка труда; информационные методы и их инструменты, создающие информационную систему, воздействующую на поведение субъектов рынка труда молодежи и способствующую их взаимодействию с помощью предоставления информации о конъюнктуре действующего рынка, деловой активности организаций (предприятий), количественных и качественных характеристиках трудового потенциала молодежи, изменениях в нормативно-правовой базе и т.п. Применение предложенной группы методов, позволяет оперативно реагировать на процессы, происходящие на рынке труда, с целью снижения напряженности по ряду компонентов и контроля над ситуацией.

Еще к одной составляющей, направленной на формирование механизма, отнесены приоритетные направления в сфере регулирования рынка труда молодежи, реализация которых позволит создать условия для достижения основной цели, повысить уровень трудового потенциала молодежи, уровень ее конкурентоспособности и благосостояния среди трудоспособного населения как результат учета всех рассмотренных составляющих, воздействующих друг на друга, а в целом – обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие государства.

Практическое применение организационно-экономического механизма позволит обоснованно подойти к решению вопросов, связанных с регулированием рынка труда молодежи, но и смоделировать процессы его развития с учетом различного рода экономических и социальных ограничений.

Результаты исследования и их обсуждение

В статье проводится тщательный анализ населения трудоспособного возраста.

Обосновывается необходимость изучения вопроса трудоустройства выпускников.

Осуществляется детальное исследование неиспользованной рабочей силы.

Сформулированы предложения по повышению эффективности трудоустройства молодых специалистов.

Авторами доказано, что развитие системы регулирования занятости невозможно без реализации таких направлений как: реформирование школы, трансформация профессиональной школы, создание системы развития кадрового потенциала молодежи.

Заключение

Таким образом, совершенствуя профориентационную работу и помогая в трудоустройстве молодежи, можно решить проблему занятости данной категории населения. Учитывая влияние профиля вузов на потенциальных студентов, следует делать упор на трудоустройство выпускников. Немаловажная роль в этой проблеме отводится научной и инициативной стороне. Речь идет о проведении молодежных конкурсов и научных проектов на разных уровнях, помогающих профессиональному становлению.

К большому сожалению представленные ранее мероприятия не могут решить проблему в полном объеме. Данные обстоятельства обуславливают необходимость постоянного мониторинга образовательной системы с целью согласования параметров обучения. Конкуренция между потребителями услуг в образовательной сфере и потенциальными потребностями общества окажут положительное влияние на профессиональный выбор.

Применение на практике предложенного организационно-экономического механизма позволит не только концептуально обоснованно подойти к решению вопросов, связанных с регулированием рынка труда молодежи, пытаться спрогнозировать процессы его развития с учетом различного рода экономических и социальных ограничений.

Библиографический список

1. COVID-19 и сфера труда // Вестник Международной организации труда (МОТ). 2020. Выпуск 4.
2. Левина Е.В., Дудин М.Н. Проблема занятости молодежи в контексте глобальной цифровизации и использования сетевых технологий // Экономика труда. 2020. Том 7. № 6. С. 519-536. doi: 10.18334/et.7.6.110209.
3. Попов А.В. Изменение требований российской экономики к трудовому потенциалу работников в условиях современных вызовов // Экономика труда. 2020. Том 7. № 8. С. 643-658. doi: 10.18334/et.7.8.110733.
4. Савина С.Е., Азимова Г.Р. Региональная безработица и формирование рабочих мест в контексте общемировых тенденций // Экономика труда. 2018. Том 5. № 3. С. 663-682. doi: 10.18334/et.5.3.39417.
5. Троицкая А.А. Конкурентоспособный человеческий капитал работника: проблемы формирования и реализации // Экономика труда. 2019. Том 6. № 2. С. 647-658. doi: 10.18334/et.6.2.40509.

УДК 331.1

Г. В. Можяева

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
e-mail: gvmozhaeva@fa.ru

Л. Д. Александрова

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
e-mail: ldaleksandrova@fa.ru

М. А. Селиванова

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
e-mail: maaselivanova@fa.ru

К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

Ключевые слова: управленческие кадры, эффективность, Президентская программа, массовый открытый онлайн-курс (МООК), цифровизация, симуляторы, тренажеры, цифровые компетенции, адаптивная образовательная платформа.

В статье рассматриваются актуальные вопросы подготовки управленческих кадров в условиях цифровой трансформации на основе использования моделей обучения, обеспечивающих управленческим кадрам формирование и развитие необходимых компетенций с учетом требований цифровой экономики. Одну из таких моделей предлагают авторы статьи. Предложенная модель строится на активном включении в учебный процесс занятий на симуляторах, тренажерах и обучении управленческих кадров с использованием массовых открытых онлайн-курсов. Описаны преимущества внедрения адаптивной образовательной онлайн-платформы для повышения качества обучения управленцев. Подчеркивается, что платформа позволит осуществлять автоматизированную онлайн-диагностику актуальных управленческих компетенций специалистов на основе алгоритмов машинного обучения. Результаты исследования направлены на повышение эффективности подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства.

G. V. Mozhaeva

Finance University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: gvmozhaeva@fa.ru

L. D. Alexandrova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: ldaleksandrova@fa.ru

M. A. Selivanova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: maaselivanova@fa.ru

TO THE QUESTION OF INCREASING THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT PERSONNEL TRAINING

Keywords: staff, efficiency, Presidential Program, massive open online courses (MOOC), digitization, simulators, exercise machines, digital competences, adaptive education platform.

The article discusses topical issues of training management personnel in the context of digital transformation based on the use of training models that provide management personnel with the formation and development of the necessary competencies, taking into account the requirements of the digital economy. One of these models is proposed by the authors of the article. The proposed model is based on the active inclusion in the educational process of training on simulators, simulators and training of management personnel using massive open online courses. The advantages of introducing an adaptive educational online platform to improve the quality of training for managers are described. It is emphasized that the platform will allow for automated online diagnostics of the current managerial competencies of specialists based on machine learning algorithms. The results of the study are aimed at increasing the efficiency of training management personnel for organizations of the national economy.

Введение

Развитие человеческого капитала является ключевым и основополагающим направлением реализации государственных инициатив, позволяющим добиться непрерывного и устойчивого развития всех отраслей социально-экономической и управленческой деятельности на территории Российской Федерации. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 16.01.2017 г. № 13 «Об утверждении основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года» [1] стоит задача привлечения инвестиций в негосударственный сектор экономики на региональном и местном уровнях, развития предпринимательской деятельности. Запрос на кадры для цифровой экономики, в том числе управленческие, является одним из основных запросов со стороны федеральных и региональных органов власти и бизнеса.

Значимым инструментом реализации государственной политики является Программа подготовки управленческих кадров для народного хозяйства РФ в соответствии с Государственным планом (далее – Президентская программа) [2], которая реализуется уже более 23 лет и призвана осуществлять подготовку высококвалифицированных управленческих кадров, отвечающих современным экономическим и технологическим условиям.

За время реализации Президентская программа показала свою эффективность и стала одним из наиболее востребованных инструментов подготовки управленческих кадров [3]. Для сохранения ее лидерского статуса, повышения результативности и мотивации к участию в ней со стороны предприятий и специалистов необходимо постоянно совершенствовать образовательные программы и адаптировать их к современным задачам.

В рамках программы «Цифровая экономика» Правительством Российской Федерации к 2025 году предусмотрена подготовка управленческих кадров, обладающих передовыми знаниями и цифровыми компетенциями в области применения информационных технологий [4]. Поэтому необходимо разрабатывать такие образовательные программы, которые будут способствовать развитию цифровых навыков и компетенций, которые позволят управленцам разбираться в бизнес-моделях, основанных на цифровых

платформах, анализировать и учитывать тренды цифровой трансформации в своем бизнесе, оценивать возможности, перспективы и риски применения технологий в экономике, выстраивать направления цифровой трансформации организации и т.д.

Цель исследования: выявить ограничения, препятствующие эффективной подготовке управленческих кадров, и предложить пути повышения эффективности подготовки управленческих кадров в рамках Президентской программы, с учетом необходимости формирования у них актуальных навыков и компетенций.

Материал и методы исследования

Основным источником для написания данной статьи явились результаты анкетирования и интервьюирования выпускников Президентской программы, работодателей и региональных операторов. Был изучен опыт организации подготовки управленческих кадров в зарубежных странах, в том числе опыт применения симуляторов и тренажеров в процессе обучения. Выявлены и изучены эффективные модели (практики) подготовки управленческих кадров для народного хозяйства РФ в соответствии с Госпланом подготовки управленческих кадров, современные технологии и методы обучения управленческих кадров для формирования актуальных компетенций, необходимых для цифровой экономики. В исследовании использованы такие методы, как анкетирование, интервьюирование, статистическая обработка данных, сравнительный анализ результатов, экспертный метод, направленный на формирование актуальных компетенций управленческих кадров, необходимых для цифровой экономики.

Результаты исследования и их обсуждение

В целях оценки эффективности подготовки управленческих кадров и выявления ограничений, препятствующих повышению этой эффективности, в 2020 году авторами данной статьи было проведено исследование, основанное на выявлении барьеров и ограничений, влияющих на результативность программ подготовки управленческих кадров в регионах Российской Федерации; определении основных направлений повышения эффективности подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства, изменении модели отбора об-

разовательных организаций, формировании критериев отбора в соответствии с потребностями цифровой экономики и управления на основе данных.

Эмпирический материал был собран путем интервьюирования выпускников Президентской программы и руководителей, направивших своих специалистов на обучение. Анкета включала вопросы организации, качества и эффективности подготовки управленческих кадров [5].

Результаты исследования показали, что больше половины респондентов из числа работодателей (50%) и выпускников (57%) считают, что содержание образовательных программ подготовки управленческих кадров частично соответствует современным условиям. По мнению 43,5% работодателей и 36,4% выпускников содержание программ полностью соответствует современным запросам. При этом выпускниками было отмечено, что требуется совершенствование и постоянная актуализация образовательных программ и моделей обучения. Более чем 87% слушателей оценили качество обучения и уровень полученных знаний на «4» и «5» баллов из пяти максимальных, более 50% респондентов отметили положительное влияние применения симуляторов и тренажеров на повышение эффективности обучения.

С представителями региональных операторов Президентской программы были проведены устные интервью с использованием различных каналов связи (Skype, Zoom, WhatsApp, телефон), которые позволили определить некоторые барьеры и ограничения, влияющие на результативность программ подготовки управленческих кадров в регионах Российской Федерации

На основании проведенного исследования выделены организационные ограничения, препятствующие эффективной подготовке управленческих кадров, а также ограничения, связанные с содержанием программ и технологиями обучения.

Организационные ограничения связаны с подготовкой нормативно-правовых актов, регламентирующих реализацию Президентской программы на региональном уровне, с организацией процедуры набора специалистов, отсутствием четких механизмов формирования и функционала Региональных комиссий, незаинтересованностью руководителей организаций в участии в региональных мероприятиях программы, невыполнением плановых показателей по на-

бору кандидатов на обучение в связи с необходимостью софинансирования, слабой поддержкой региональными властями инновационных проектов, разработанных выпускниками, которые при соответствующей поддержке могли бы внести существенный вклад в реализацию государственной инвестиционной политики, в том числе в части улучшения условий ведения предпринимательской деятельности в России, в реализацию механизма системных изменений предпринимательской среды «Трансформация делового климата» [6] и национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [7].

Для преодоления организационных ограничений необходимо усилить вовлеченность в Президентскую программу руководителей субъектов РФ, заинтересованных в кадрах региональных органов власти и представителей реального сектора экономики; обеспечить содействие реализации инновационных проектов, разработанных выпускниками, со стороны региональных властей, за счет организационной и инвестиционной поддержки проектов, имеющих потенциальное значение для реализации национальной стратегии развития.

Ограничения, связанные с содержанием программ, технологиями обучения и оценкой его результатов, определяются невысокой степенью соответствия образовательных программ национальным целям стратегического развития, не всегда актуализированным контентом, отставанием вузов, реализующих программы, от потребностей цифровой экономики, недостаточным уровнем участия практиков и профильных экспертов в учебном процессе, низкой заинтересованностью руководителей программ в их актуализации и развитии, в применении современных, в том числе цифровых образовательных технологий. Подготовка управленческих кадров в условиях цифровой экономики требует новых методов и технологий обучения, соответственно, и новых требований к организациям, осуществляющим эту подготовку [8].

Проведенный анализ успешных российских и зарубежных практик показал, что для преодоления указанных ограничений необходимо, в том числе:

- разработать адаптивную образовательную онлайн-платформу для подготовки управленческих кадров;

– расширить направления подготовки специалистов с учетом потребностей регионов и запроса со стороны регионального бизнеса, учитывая отраслевую специфику регионов, темпы их развития и потребность в определенных управленческих кадрах;

– совершенствовать технологии обучения на программах подготовки управленческих кадров, делая акцент на построении индивидуальных траекторий обучения с учетом потребностей обучающихся и формирования у них актуальных компетенций цифровой экономики наряду с профессиональными и управленческими компетенциями.

В современных условиях для решения управленческих задач и подготовки управленческих кадров требуется модель образовательного процесса, обеспечивающая системное и непрерывное развитие компетенций, рефлексивной культуры, ориентированных на решение задач цифровой экономики. С позиций системного подхода модель образовательного процесса для эффективной подготовки управленческих кадров должна включать управленческую подготовку, проектную деятельность, обу-

чение на симуляторах и тренажерах, освоение дисциплин учебного плана, использование открытых мировых образовательных ресурсов.

Модель образовательного процесса, разработанная авторами для эффективной подготовки управленческих кадров, включает 6 этапов и основана на диверсификации методов и технологий обучения, включении в учебный процесс дополнительных дисциплин, осваиваемых в факультативном порядке, и выполнении практико-ориентированной проектной работы по заказу работодателей (таблица).

Базовая управленческая подготовка проводится в формате проектно-аналитических сессий по актуальной тематике с целью решения актуальных задач и разработки стратегии развития региона в направлении цифровой экономики.

Обучение на симуляторах и тренажерах позволяет в динамичной игровой форме передать комплексные представления о системе управления производственным предприятием, коммерческим банком, IT-компанией и т.д. и предопределяет осознанный выход обучающихся на стажировки.

Модель образовательного процесса для эффективной подготовки управленческих кадров

Этапы	Направления образовательной деятельности слушателей	Содержание методов и технологий обучения	Результат
1	Освоение базовых дисциплин в соответствии с учебным планом программы	Активные методы обучения (кейс-метод, игровые методы, дискуссии, интерактивные семинары и др.)	Формирование базовых профессиональных управленческих компетенций
2	Обучение на бизнес-симуляторах и тренажерах	Профессиональные пробы на симуляторах/тренажерах	Выявление образовательных и профессиональных дефицитов и их устранение
3	Выполнение проектов для решения управленческими задачами	Участие в работе проектной команды с возможностью выполнения различных «ролей» участников проекта. Участие в проектном интенсиве	Формирование проектно-деятельностных компетенций. Портфолио проектов
4	Стажировка с целью отработки практических управленческих навыков	Выполнение ролевых управленческих функций на реальном предприятии. Изучение практических кейсов	Формирование профессиональных поведенческих паттернов
5	Освоение открытых образовательных ресурсов	Обучение на онлайн-платформах, МООКах, тематических вебинарах, подкастах и др.	Персональные достижения в портфолио. Индивидуализация обучения
6	Презентация образовательных достижений и результатов обучения	Защита проекта. Финальная рефлексия	Профессиональный лифт

Источник: составлено авторами

Проектная деятельность подразумевает освоение принципов управления проектами с использованием цифровых технологий. Обучение в проектах основывается на теоретическом материале, освоенном при изучении базовых дисциплин в соответствии с учебным планом программы, и проектных задачах, поставленных работодателем или связанных с развитием региона, решением задач цифровой экономики.

Стажировка с целью отработки практических управленческих навыков позволяет в короткие сроки и эффективно сформировать профессиональные поведенческие паттерны благодаря выполнению ролевых управленческих функций на реальном предприятии и изучению практических кейсов управления предприятием в целом или отдельным процессом. Эффективность стажировки повышается в комплексе с работой на симуляторах и тренажерах и позволяет перейти от виртуальных профессиональных проб к реальным.

Открытые образовательные ресурсы – MOOK, тематические вебинары, подкасты и др. – используются для углубленного изучения дисциплин учебного плана и его расширения в сторону индивидуализации, дополняя учебно-методическое обеспечение, практическую подготовку, освоение цифровых компетенций и т.д. Выбор курсов осуществляется исходя из индивидуальной образовательной траектории и приобретения опыта решения актуальных задач региона. Открытые образовательные ресурсы можно использовать как основной инструмент формирования надпрофессиональных компетенций в дополнение к базовой программе.

Обязательным этапом подготовки управленческих кадров должна стать презентация образовательных достижений и результатов обучения, нацеленная на продвижение проектов, поиск инвесторов для их реализации, обеспечение поддержки со стороны руководителей бизнеса или региона. Апробация результатов и продвижение проектов могут быть реализованы через участие в научно-практических и иных мероприятиях.

Данная модель демонстрирует комплексный подход к организации образовательного процесса по подготовке управленческих кадров и представляет собой целенаправленную (на результат) деятельность обучающихся, скоординированную на выполнение проектно-аналитических, организационно-управленческих и практико-ориентированных задач. Модель обеспечивает

продуктивное взаимодействие обучающихся с внешней и внутренней образовательной средой: открытые образовательные ресурсы, взаимодействие с реальным бизнесом, коммуникации внутри проектных групп, участие в профессиональных и научно-практических мероприятиях. Создание необходимого и достаточного комплекса образовательных условий позволяет развивать управленческие и цифровые компетенции до уровня, обеспечивающего требования к кадрам для цифровой экономики. Специфика обучения по данной модели предполагает реализацию образовательного процесса с учетом индивидуального темпа усвоения знаний и формирования навыков: обучение на онлайн-курсах, имитирование различных функциональных действий, решение разноуровневых проектных задач, обмен опытом на стажировке, что позволяет максимально приблизить полезный результат обучения к целям программы подготовки управленческих кадров.

Одним из наиболее важных направлений повышения эффективности подготовки управленческих кадров в рамках Президентской программы может стать использование в учебном процессе бизнес-симуляторов. Последовательный процесс выявления причин изменения экономических показателей, лежащий в основе бизнес-симуляторов, позволяет на практике принимать решения, разрабатывать бизнес-стратегии и работать в команде; бизнес-симуляторы предназначены для развития способностей управленцев применять теоретические знания на практике и лучшего понимания бизнес-стратегии организации. Результаты многочисленных исследований показали эффективность использования бизнес-симуляторов в развитии общих компетенций управленческих кадров (обработка информации, принятие решений, командная работа, работа в условиях неопределенности, достижение консенсуса) [9-11].

Создание бизнес-симулятора по типу «Платформы управленческих решений» в динамичной игровой форме позволяет передать комплексные представления об устройстве сложных объектов управления и подразумевает потоковую работу по решению функциональных задач, необходимых для формирования профессиональных компетенций и цифровых компетенций, когда обучающиеся анализируют отчетность, планируют деятельность компании, принимают решения, видят эффекты от принятых решений, оценивают риски и т.д. В таком симуля-

торе моделируется изменяющаяся внешняя среда, случайные события, дефицит различных ресурсов на основе кейсов и задач, спроектированных экспертами-преподавателями и техническими специалистами.

Обучение на бизнес-симуляторе «Платформа управленческих решений» позволит осуществлять гибкий и адаптивный подход к обучающимся с разной степенью подготовки и опытом на основе настроек различных вариантов игровых сценариев; организовать командные и проектные работы для совместного решения управленческих задач и выработки стратегии эффективного взаимодействия; реализовывать обучение через действие в различных форматах управленческой деятельности; выстраивать динамическую матрицу компетенций, знакомить участников Президентской программы со спецификой профессиональной управленческой деятельности, практикой деловых коммуникаций; подбирать индивидуальную траекторию обучения и настраивать индивидуальные тренировки профессиональных, надпрофессиональных и цифровых навыков в зависимости от прогресса обучающегося на основе алгоритмов машинного обучения.

Перспективы такого рода технологических образовательных проектов позволяют реализовывать новые форматы аудиторной и внеаудиторной работы, организовывать качественные образовательные события, интегрировать обучение на симуляторе с онлайн-курсами. В бизнес-симуляторах используют такие педагогические подходы как обучение на практике, обучение на ошибках и ролевые игры.

Вторым важным направлением повышения эффективности Президентской программы может стать использование открытых образовательных ресурсов, позволяющее создать избыточную образовательную среду, расширить возможности для индивидуализации обучения, для виртуальной академической мобильности, для использования в учебном процессе MOOK, разработанных ведущими мировыми университетами и экспертами.

Эффективность онлайн-обучения обеспечивается продуманным педагогическим дизайном, методически обоснованным представлением контента, активным использованием интерактивных методов и средств обучения, оценкой результатов и мониторингом процесса обучения, встроенными в курсы педагогическими коммуникациями,

системой сопровождения слушателей при участии авторов, менторов, чат-ботов и др. Возможность оперативно обновлять контент, реагируя на новейшие исследования и разработки, является одним из важных преимуществ MOOK перед другими видами учебного контента [12].

Онлайн-курсы, направленные на углубленное изучение бизнес-стратегии, различных методов корпоративного финансирования, методов управления затратами, проблемы развития организации и практик работы в сфере цифровой экономики, размещаются на ведущих российских и мировых онлайн-платформах (Национальная платформа открытого образования [13], Coursera [14] и др.). Российские MOOK, прошедшие экспертизу, сосредоточены на платформе государственной информационной системы «Современная цифровая образовательная среда» (ГИС СЦОС) [15].

Третьим направлением повышения эффективности подготовки управленческих кадров в рамках Президентской программы может стать создание адаптивной образовательной онлайн-платформы, которая будет включать в себя автоматизированную онлайн-диагностику актуальных управленческих компетенций специалистов, основанную на алгоритмах машинного обучения, лучшие практики реализации проектных заданий, базу данных высококвалифицированных управленческих кадров для развития наставничества, организации стажировок и тиражирования успешных кейсов, автоматизированную систему сбора данных по всем реализуемым программам подготовки управленческих кадров для работы с учебной аналитикой и сбора образовательных дата-сетов (рисунок).

Адаптивная образовательная онлайн-платформа должна включать выбор вида экономической деятельности, учитывать особенности модели управления в выбранной организации и региональные особенности.

Платформа должна состоять из нескольких модулей бизнес-симуляций разного уровня для решения ситуационных задач, связанных с управлением (управление финансами, проектное управление, инновационная деятельность, производство и сбыт продукции, работа с персоналом и т.д.). Это позволит лучше понять основные бизнес-процессы, сформировать целостное видение функционирования компании и выстроить стратегию ее развития.



Адаптивная образовательная онлайн-платформа для подготовки управленческих кадров

Источник: составлено авторами

Платформа позволит выявить дефицитные компетенции и автоматически подобрать дополнительные учебные модули или обучения на онлайн-курсах. При прохождении задания с низким результатом участник получит рекомендации по изучению дополнительных модулей, возможность повторить изученное, проводить самодиагностику сформированности управленческих компетенций и выбирать направления профессионального и личностного развития, хранить учебные данные и делать их выгрузку с целью анализа полученных результатов обучения.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что подготовка управленческих кадров в условиях цифровой экономики требует актуализации образовательных программ и моделей их реализации. В предложенной авторами статьи модели акцент сделан на три направления повышения эффективности подготовки управленческих кадров в рамках Президентской программы:

1) использование в учебном процессе бизнес-симуляторов, которые имитируют бизнес-сценарии и позволяют на практике принимать решения, разрабатывать бизнес-

стратегии и отрабатывать общие компетенции управленческих кадров;

2) использование открытых образовательных ресурсов, в том числе MOOC, способствующих индивидуализации обучения; фиксация результатов обучения на онлайн-курсах в виде различных цифровых следов позволяет прогнозировать успешность обучения и итоговый прогресс;

3) внедрение адаптивной образовательной онлайн-платформы, интегрирующей современные образовательные технологии, сервисы и инструменты и позволяющей организовать модульное обучение, ориентированное на выявление компетентностных дефицитов, их устранение и построение на основе полученных результатов индивидуальных образовательных траекторий управленческих кадров.

Реализация представленной в статье модели обучения управленческих кадров требует существенных изменений в подготовке преподавателей, которые должны владеть не только актуальными знаниями в области менеджмента на мировом уровне, кейсами эффективного управления, но и иметь опыт научно-практической деятельности, нацеленной на внедрение в образовательный процесс инновационных технологий, обеспечение проектов методическими формами и рекомендациями.

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финуниверситету.

Библиографический список

1. Указ Президента Российской Федерации от 16.01.2017 г. № 13 «Об утверждении основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41641> (дата обращения: 05.09.2020).
2. Указ Президента РФ № 774 «О подготовке управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации» от 23.06.1997 [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/11901352/> (дата обращения: 05.09.2020).
3. Анализ эффективности реализации Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации // Аналитический центр при Правительстве РФ [Электронный ресурс]. URL: https://www.pprog.ru/upload/Госплан_презентация_ИТОГ_14.46_ТЦ_231219.pdf (дата обращения: 05.09.2020).
4. Александрова Л.Д., Можаяева Г.В., Пуляева В.Н. Цифровые компетенции в модели актуальных компетенций для управленческих кадров // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2020. Том 10. № 6. С. 49-55.
5. Можаяева Г.В., Селиванова М.А. Анализ образовательных программ, реализуемых в рамках Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации в 2015-2019 годах // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 3 (119). С. 369-375.
6. Трансформация делового климата [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/investicionnaya_deyatelnost/investklimat/tdk/ (дата обращения: 05.09.2020).
7. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_iniciativy/ (дата обращения: 05.09.2020).
8. Можаяева Г.В., Селиванова М.А. Влияние методов и технологий обучения на эффективность подготовки управленческих кадров // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 11 (часть 1). С. 100-110.
9. Blažič A.J., Novak F. Challenges of Business Simulation Games-A New Approach of Teaching Business // E-Learning-Instructional Design, Organizational Strategy and Management. 2015. P. 227-259.
10. An analysis of influence of business simulation games on business school students' attitude and intention toward entrepreneurial activities / Zulfiqar S., Sarwar B., Aziz S., Ejaz Chandia K., & Khan M.K. // Journal of Educational Computing Research. 2019. Vol. 57 (1). P. 106-130.
11. Дудырев Ф.Ф., Максименкова О.В. Симуляторы и тренажеры в профессиональном образовании: педагогические и технологические аспекты // Вопросы образования. 2020. № 3. С. 255-276.
12. Быстрова Т.Ю., Ларионова В.А., Синицын Е.В., Толмачев А.В. Учебная аналитика MOOK как инструмент прогнозирования успешности обучающихся // По итогам международной научной конференции «eSTARS 2017». Проблемы онлайн-обучения. 2017. С. 139-163.
13. Национальная платформа открытого образования. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/> (дата обращения: 05.09.2020).
14. Coursera. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coursera.org> (дата обращения: 05.09.2020).
15. Государственная информационная система «Современная цифровая образовательная среда» (ГИС СЦОС). Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://online.edu.ru> (дата обращения: 15.11.2020).

УДК 004; 377; 65.011

А. П. Подлевских

ГБОУ ВО Московской области Университет «Дубна», Дубна,
e-mail: APodlevskikh7@yandex.ru

А. Л. Фролов

ФГБОУ ВО «МИРЭА – Российский технологический университет», Москва;
Институт гостиничного бизнеса и туризма РУДН, Москва,
e-mail: alexandrf88@mail.ru

АРХИТЕКТУРА ЦИФРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Ключевые слова: Индустрия 4.0, архитектура предприятия, архитектура производства, архитектура цифрового производства свойства цифрового производства, гибкие производственные модули, технологические процессы, моделирование.

В статье рассматриваются и обосновываются решения по архитектуре производства в рамках концепции «Индустрия 4.0». Представлено общее видение развития концепции, дано определение архитектуре цифрового производства. Анализ имеющихся публикаций позволил определить и дополнить свойства архитектуры цифрового производства, что позволяет представить общую картину с учетом основных признаков и свойств цифрового производства. В качестве примера рассмотрена архитектура предприятия с общими функциональными областями, которые сгруппированы в области центров по специализациям. Дополнение классического подхода к построению архитектуры предприятия и производства с учетом перспективных наработок в области цифрового производства позволяет расширить функционал и обеспечить перспективу для дальнейшего исследования и изучения. Несмотря на трудности реализации подобных проектов сегодня, авторы предлагают учитывать современный уровень производства и использовать его для научно-технических наработок и подготовки высококвалифицированных кадров. Предполагается, что в обозримом будущем в связи с нехваткой специалистов и высокоэффективных мощностей: производство, управленческий аппарат, потребители и научные центры – будут укрупняться и концентрироваться с целью оптимизации затрат и повышения качества продукции. По мнению авторов наиболее эффективным инструментом при изучении и реализации цифрового производства является моделирование технологических и управленческих решений с учетом максимальной загрузки автоматизированного гибкого и модульного производства. Внедрение элементов на начальном этапе перехода к цифровому производству подразумевает разработку перспективных образцов на несколько поколений вперед, что позволяет обеспечить конкурентное преимущество на начальном этапе и с последующим удержанием лидирующих позиций на рынке. Экономический эффект от подготовки кадров на перспективу с учетом концепции «Индустрия 4.0» и проработкой вопроса разработки перспективных образцов для первоначального этапа трансформации под цифровое производство может обеспечить повышение эффективности производства на 10–25%.

А. P. Podlevskikh

Moscow region University “Dubna”, Dubna, e-mail: APodlevskikh7@yandex.ru

А. L. Frolov

MIREA – Russian Technological University, Moscow;
Institute of hotel business and tourism RUDN, Moscow, e-mail: alexandrf88@mail.ru

ARCHITECTURE OF DIGITAL PRODUCTION

Keywords: Industry 4.0, enterprise architecture, production architecture, digital production architecture, digital production properties, flexible production modules, technological processes, modeling.

The article discusses and justifies decisions on the production architecture within the framework of the “Industry 4.0” concept. The general vision of the development of the concept is presented, the definition of the architecture of digital production is given. The analysis of the available publications allowed us to define and supplement the properties of the digital production architecture, which allows us to present the overall picture, taking into account the main features and properties of digital production. As an example, we consider the architecture of an enterprise with common functional areas, which are grouped into the areas of centers by specialization. The addition of the classical approach to building the architecture of the enterprise and production, taking into account the promising developments in the field of digital production, allows you to expand the functionality and provide a perspective for further research and study. Despite the difficulties of implementing such projects today, the authors propose to take into account the current level

of production and use it for scientific and technical developments and training of highly qualified personnel. It is assumed that in the foreseeable future, due to the lack of specialists and highly efficient capacities: production, management, consumers and research centers – will be enlarged and concentrated in order to optimize costs and improve product quality. According to the authors, the most effective tool in the study and implementation of digital production is the modeling of technological and management solutions, taking into account the maximum load of automated flexible and modular production. The introduction of elements at the initial stage of the transition to digital production implies the development of promising samples for several generations to come, which allows us to provide a competitive advantage at the initial stage and then maintain a leading position in the market. The economic effect of training personnel for the future, taking into account the concept of “Industry 4.0” and working out the issue of developing promising models for the initial stage of transformation for digital production, can provide an increase in production efficiency by 10-25%.

Введение

Современные рыночные условия диктуют свои требования к промышленности и производству. Рынок труда требует новых высококвалифицированных специалистов, которые могут использовать в своей трудовой деятельности современные инструменты IT-технологий. Таким образом, рынок и производство участвуют в оптимизации структуры и состава взаимоотношений в направлении развития промышленности, системы образования, и в подготовке кадров. Информационный рынок выступает в качестве платформы выстраивания рыночных отношений. Общее информационное пространство обеспечивает прозрачность сделок и позволяет сформировать стратегию развития различных направлений в промышленности. Для того чтобы продукция, поставляемая на рынок, имела статус «конкурентоспособная» каждое предприятие стремится обеспечить свое преимущество за счет внедрения современных информационных и цифровых технологий, которые способны оперативно перенастроить производство под требования новых отечественных и международных стандартов (ГОСТ, ISO, ИЕК и др.) [1].

Для обладания конкурентными преимуществами необходимо иметь задел перспективных разработок на несколько поколений вперед относительно действующих стандартов. Чаще всего речь идет о повышении качества продукции и снижении затрат на производство. Такой подход разработок на перспективу обеспечивает, за счет проектных решений, снижение затрат и повышение эффективности уже имеющегося производства на 5-10%. Эффект повышения качества продукции и снижения затрат на производство за счет включения в технологию элементов перспективных разработок позволяет естественным путем реализовать цифровую трансформа-

цию в экономике и промышленности. Для плановой реализации перехода к цифровой трансформации рассмотрим два основных показателя: высококвалифицированный персонал и цифровое производство. Основная концепция «Индустрия 4.0» заключается в объединении предприятий в сетевую структуру и организация работ по единым стандартам с учетом принятой эталонной архитектурой предприятия. Необходимо отметить, что предполагаемая трансформация к цифровому производству позволит расширить номенклатуру и повысить загрузку предприятия. Предполагается, что цифровое производство за счет автоматизации и гибких модульных производств позволит выпускать продукцию характерную как для единичного, так и для массового производства. Такой показатель универсальности производства возможен только при наличии мощных вычислительных центров и высоких скоростях: выполнения технологических операций, и переналадке производства. Для разработки и внедрения цифровых технологий предлагается рассмотреть производство и систему подготовки кадров, как два основных элемента взаимосвязанной системы [2,3,4].

Цель исследования: в рамках научного изыскания и учебного процесса раскрыть содержание и дать определение архитектуре цифрового производства в перспективе развития промышленности «Индустрия 4.0» и внедрения новых стандартов качества. Наглядно рассмотреть и выявить все преимущества и сложности в реализации цифрового производства, а также наметить оптимальные пути его реализации.

Материалы и методы исследования

За период более чем три десятилетия понятие «Архитектура предприятия» (АП) менялось и расширялось с учетом развития технологии и в своем определении от-

ражает управленческие и технологические стандарты и комплексы информационных систем, что позволяет представить общую архитектуру совместного использования общих ресурсов для достижения целей и задач предприятия [5,6].

Предмет анализа архитектура цифрового производства в целом, которая по мнению К. Шваб, будет трансформироваться из иерархической структуры к моделям, в большей степени, определяемой сетевым распределением по различным признакам [7]. Кроме того, отмечено, что сетевая структура распределения команд, сотрудников и производства будут концентрироваться около соответствующих центров, при этом поддерживая непрерывный обмен данными между собой [7,8,9].

Архитектура предприятия (АП) обозначает, как некоторый объект управления, обеспечивающий в бизнесе общий взгляд и взаимосвязку частей в единое целое, так и дисциплину, возникшую на основе этого объекта [5]

Цифровое производство предполагает организацию производственного процесса на основе автоматизации всех операций, использования станков с числовым программным управлением и роботизированного оборудования [8].

Цифровой организацией предлагается называть такую организацию, у которой наиболее изменчивым комплементарным активом организации являются активы компьютерного капитала [10].

Учитывая современные знания в области цифрового производства и АП [5,10,11], предлагается архитектуру цифрового производства (архитектура ЦП) представить в качестве некоторых объектов управления, увязывающие в единое целое все управленческие и технологические системы с различной структурой и высокой степенью автоматизации и/или роботизацией.

Свойства и требования к архитектуре цифрового производства [3,8,12] авторами предлагается дополнить и представить таблицей 1.

Таблица 1

Свойства и требования к архитектуре цифрового производства

№	Свойство/требование	Описание
1	Моделирование	Возможность разработки подробной виртуальной модели ЦП и систем управления;
2	Проектирование под целевые функции	Возможность проектирования архитектуры ЦП для обеспечения нескольких целей;
3	Единое цифровое пространство	Обеспечение коммуникаций со всеми участниками производства;
4	Стандартизация	Соответствие архитектуры ЦП требованиям принятых стандартов с возможностью трансформации под новые условия;
5	Загрузка и синхронизация мощностей	Максимальная загрузка и синхронизация имеющихся мощностей за счет применения гибких модульных производств, автоматизации и роботизации;
6	Онтологический инжиниринг	Возможность моделировать и реализовывать новые характеристики и свойства архитектуры ЦП;
7	Реализация общих архитектурных принципов в т.ч. и многоуровневость	Построение архитектуры ЦП с применением общих принципов построения всех систем производства;
8	Ориентация на потребителя	Обеспечение качества продукции/услуги с оптимизацией издержек на производство и логистику;
9	Многофункциональность	Возможность работать с широкой номенклатурой общего и специального ПО в зависимости от целей производства;
10	Энергоэффективности	Обеспечение снижения энергозависимости;
11	Экологичность	Обеспечение безотходного производства.
12	Универсальность	Возможность выпуска широкой номенклатуры продукции с учетом различных типов производств

Перспектива с точки зрения функциональных областей

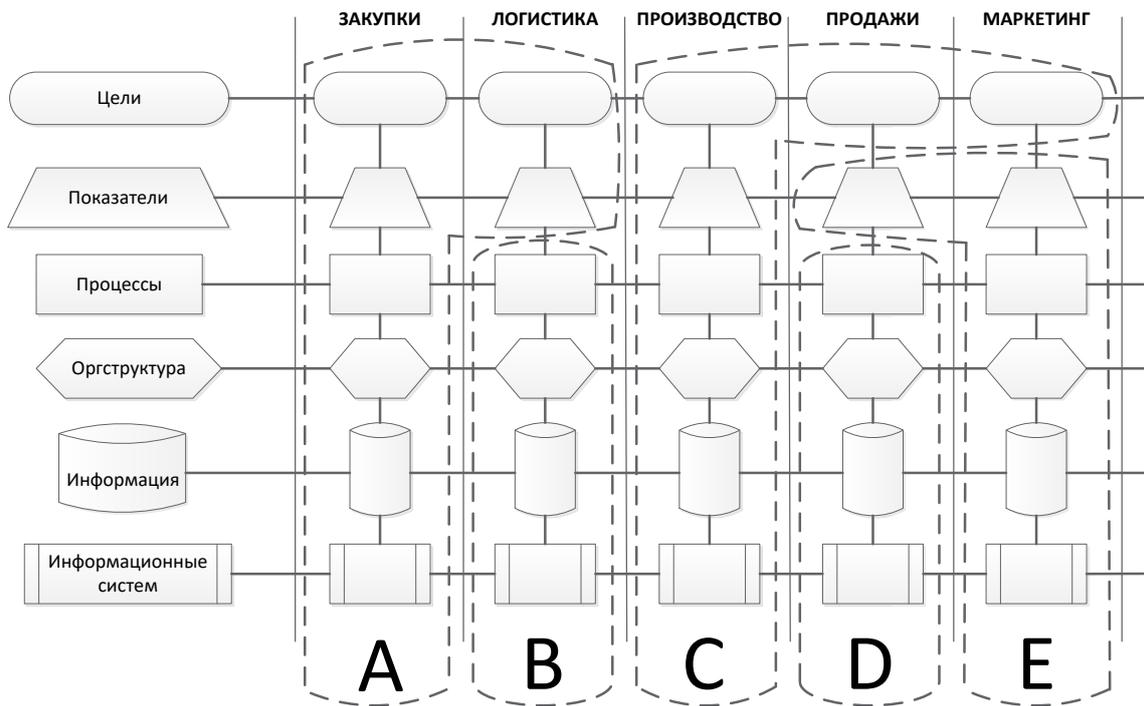


Рис. 1. Функциональные области архитектуры предприятия с центрами развития компетенций (A, B, C, D, E)

Исследования авторов [4,13,14] подтверждают, что экономический эффект от реализации практических решений во многом зависит от использования научных знаний во всех процессах жизненного цикла проекта. Новые знания и изыскания в направлении трансформации экономики и архитектуры ЦП безусловно невозможны без подготовки высококвалифицированных специалистов. Тем не менее изучение архитектуры предприятия или архитектуры ЦП позволяют выявить и устранить разрывы между теоретическими знаниями и практическим опытом пусконаладочных работ на производстве [15].

Известно, что ученые Евросоюза предложили эталонную универсальную архитектуру модели для Industrie 4.0 (RAMI 4.0) [16]. Однако при детальном рассмотрении выявлена сложность понимания и реализации стандарта в современных условиях. Кроме того, экономические издержки на переход к новым стандартам, могут превышать полученную прибыль, поскольку во многих странах уровень технологий и экономики может значительно отличаться.

По мнению экспертов в области «Индустрия 4.0» [7] Архитектура ЦП будет представлена распределенным сетевым взаимодействием всех участников производства и рынка. Поэтому на перспективу развития цифрового производства предлагается рассмотреть архитектуру предприятия с традиционными функциональными областями [5], которые будут сгруппированы вокруг центров развития компетенций (рисунок 1).

Под центрами развития компетенций будем понимать технологические или управленческие системы и т.п., цель которых является развитие и реализация специфических компетенций в перспективе развития цифрового производства отрасли или направления.

Рассматривая архитектуру ЦП с точки зрения производства можно выявить и перспективные направления развития и совершенствования бизнес-процессов. Поскольку для каждого предприятия, в настоящее время, проблематично подготовить и удержать высококвалифицированные кадры, то центры развития компетенций позволяют

обеспечить требуемый результат трансформации и организации цифрового производства за счет того, что в распределенной сетевой структуре будут взаимоувязаны эксперты и специалисты из различных направлений науки и техники [2,15]. Для формирования подобных центров компетенций необходимо обеспечить условия взаимодействия между учебными, научно-исследовательскими и производственными организациями [2,17]. Подобное взаимодействие обеспечивается за счет единого цифрового пространства и соответствующих регламентов. В качестве примера рассмотрим архитектуру цифрового производства предприятия технического сервиса по ремонту автомобилей (рисунок 2).

Принимая во внимание, что сегодня в мировой практике трансформация к цифровому производству различных промышленных кластеров выстраивается в двух основных направлениях:

1) производственно-технологические объекты с высоким уровнем автоматизации

и роботизации в различных сферах и процессах (немецкий подход);

2) глобальная цифровая экосистема промышленности, основанная на интернет-технологиях, в различных отраслях экономики (американский подход).

Кроме того, для наглядного изучения и ознакомления разрабатываемыми стандартами Консорциум промышленного интернета (The Industrial Internet Consortium, ИС из США) предоставляет доступ различным организациям (здравоохранения, промышленности, транспорта, энергетики и др.) к стендам с базовыми и перспективными наработками технологий под стандартизацию [18]. Предполагаем, что для обеспечения цифрового производства высококвалифицированным персоналом предстоит провести реинжиниринг учебно-методических материалов и баз практик образовательных учреждений, и организацию на их базе центров компетенций, которые будут участвовать в изучении и запуске перспективных разработок с учетом мировых практик [17,18].

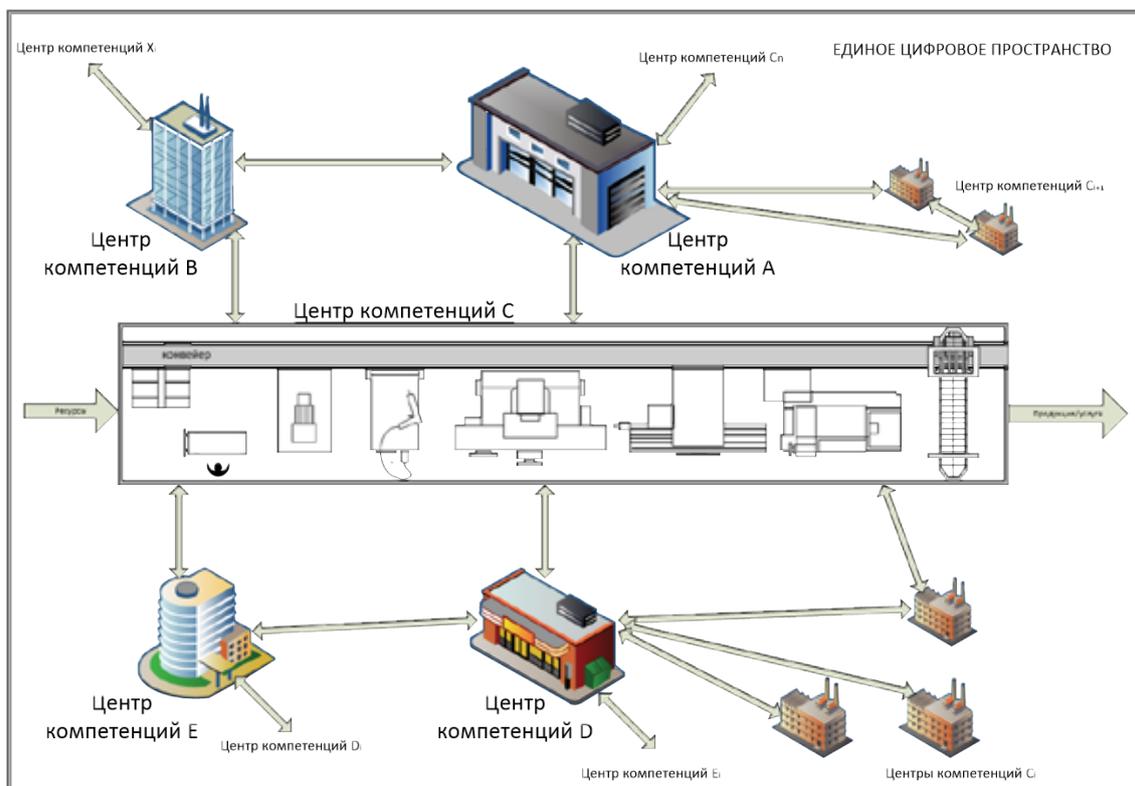


Рис. 2. Схема организации цифрового производства на предприятии технического сервиса с центрами развития компетенций (А – закупка-логистика; В – логистика; С – производство-продажа-маркетинг; D – продажи; E – продажи-маркетинг)

На наш взгляд в каждом центре компетенций необходимы собственные учебные и научно-исследовательские департаменты, основная миссия которых будет заключаться в разработке перспективных технологий и синхронизации знаний между всеми участниками цифрового производства. Подразумевается, что образовательные департаменты на базе центров компетенций также должны перейти на технологию 4.0. В частности, для выпускников старших курсов ВУЗов необходимо обеспечить дистанционное обучение непосредственно с производства или рабочей площадки, с автоматическим сопровождением учебного процесса для каждого слушателя индивидуально. Кроме того, необходимо обеспечить возможность асинхронного изучения курсов дисциплин, что позволит привлечь академическую аудиторию для решения нетривиальных и практических задач цифрового производства.

Заключение

Рассматривая архитектуру цифрового производства необходимо отметить, что современные условия требуют детальной и скорейшей проработки архитектуры

цифрового производства. Цифровое производство, как новый стандарт, предъявляет требования и необходимость обеспечить высокотехнологичным оборудованием и высококвалифицированными специалистами. Причем высокая квалификация специалистов требуется для проектирования и наладки производства. Учитывая, что ЦП стремится к снижению ручного труда, безлюдному и экологичному производству, то следует учитывать этот факт при разработке архитектуры ЦП в перспективе. Общие результаты:

1. Рассмотрены общие вопросы и даны определения цифровой архитектуры производства. Представлены перспективы и сложности перехода к новым стандартам;
2. Рассмотрены свойства и требования к архитектуре цифрового производства;
3. Представлена обобщенная схема проекта архитектуры ЦП для рассмотрения переходных процессов (трансформации) к новым стандартам.
4. Определены общее направление развития учебного и научно-исследовательских департаментов в структуре центров компетенций.

Библиографический список

1. Позднеев Б.М., Сутягин М.В. и др. Новые горизонты стандартизации в эпоху цифрового обучения и производства // Вестник МГТУ «Станкин». 2015. № 4 (35). С. 101-108.
2. Прохончуков С.Р., Подлевских А.П., Методология написания магистерских диссертаций студентами направлений «Информатика и вычислительная техника» // В сборнике: Образовательная среда сегодня и завтра Сборник научных трудов IX Международной научно-практической конференции / под общей редакцией Г.Г. Бубнова, Е.В. Плужника, В.И. Солдаткина. 2014. С. 84-89.
3. Подлевских А.П., Михед А.Д., Жигалов К.Ю. Технические средства автоматизации и управления: учебное пособие. М.: МТИ, 2016. 180 с.
4. Суетин С.Н., Кубаев А.М. Комплекс мер по повышению уровня конкурентоспособности предприятия // Фотинские чтения. 2014. № 2 (2). С. 157-163.
5. Кудрявцев Д.В., Арзуманян М.Ю. Архитектура предприятия: переход от проектирования ИТ-инфраструктуры к трансформации бизнеса // Российский журнал менеджмента 2017. Том 15. № 2. С. 193-224.
6. Данилин А., Слюсаренко А. 2007. Архитектура предприятия. Учебный курс. ИНТУИТ: Национальный открытый университет. URL: <http://www.intuit.ru/department/itmngt/entarc/> (дата обращения: 27.04.2020).
7. Коношенко Н. Под знаменем цифровой революции: настоящее и будущее. // Цифровое производство сегодня и завтра Российской промышленности. 2017. №1. С. 16-24.
8. Туровец О.Г., Родионова В.Н., Каблашова И.В. Обеспечение качества организации производственных процессов в условиях управления цифровым производством // Организатор производства. 2018. Т.26. № 4. С. 65-76.
9. Зеленков Ю.А. Гибкая корпоративная информационная система: концептуальная модель, принципы проектирования и количественные метрики // Бизнес-информатика. 2018. № 2 (44). С. 30-44.
10. Ананьин В.И., Зимин К.В., Лугачев М.И., Гимранов Р.Д., Скрипкин К.Г. Цифровое предприятие: трансформация в новую реальность // Бизнес-информатика. 2018. № 2 (44). С. 45-54.

11. Кудрявцев Д.В., Зараменских Е.П., Арзуманян М.Ю. Разработка учебной методологии управления архитектурой предприятия // Открытое образование. 2017. Т. 21. № 4. С. 84-92.
12. Прохончуков С.Р., Подлевских А.П., Квасова Е.Н. Коммуникационный уровень распределенной системы управления гибкими производственными модулями // Современные проблемы науки и образования. 2015. №1-1. С. 260.
13. Подлевских А.П., Фролов А.Л. Экономическая оценка обоснованности выбора инновационного проекта // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12-7. С. 1287-1292.
14. Shaw M. Prospects for an Engineering Discipline of Software // IEEE Software. 1990. Vol. 7(6). P. 15-24.
15. Подлевских А.П. CASE – технологии при проектировании информационных систем. Сборник научных трудов / редколл. Бубнов Г.Г., Плужник Е.В., Солдаткин В.И. / отв. ред. Солдаткин В.И. М.: МТИ «ВТУ», 2012. С. 162-164.
16. DIN SPEC 91345: Referenz Architektur Modell Industrie 4.0 (RAMI4.0), 2016. 40 p.
17. Подлевских А.П., Прохончуков С.Р., Мотиенко Т.А., Задорожный В.Е. Информационные технологии в образовательном и научно-исследовательском процессе // Международный журнал экспериментального образования. 2016. № 3-2. С. 223-229.
18. Туровец Ю.В., Вишневский К.О. Стандартизация цифрового производства: возможности для России и ЕАЭС // Бизнес-информатика. 2019. Т. 13. № 3. С. 78–96. DOI: 10.17323/1998-0663.2019.3.78.96.

УДК 659

Д. В. Федюнин

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Москва,
e-mail: fedunine@mail.ru

В. В. Безпалов

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Москва,
e-mail: Bezpalov.vv@rea.ru

С. А. Автономова

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Москва,
e-mail: avtonomova1@yandex.ru

С. А. Лочан

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Москва,
e-mail: lochansa@yandex.ru

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА

Ключевые слова: бренд продукции автомобильного рынка, продвижение, торговая марка, эффективность бренд-коммуникаций, ценности бренда, позиционирование бренда, идентичность.

Актуальность исследования темы повышения эффективности продвижения бренда продукции предприятий автомобильного рынка обусловлена тем, что на автомобильном рынке все более усиливается конкуренция. Уровень технологического развития привел к тому, что большинство автопроизводителей представляют на рынок продукцию достаточно схожую по функциональным и техническим характеристикам. В связи с этим выделение на фоне конкурентов происходит преимущественно на уровне брендовых характеристик и позиционирования брендов, которые позволяют представить автомобильную продукцию отдельного производителя как наиболее привлекательную для конкурентного сегмента потребителей по ценовому позиционированию, функциональным и эмоциональным выгодам, разделяемым ценностям. Для этого требуется проводить регулярные меры по продвижению автомобильного бренда, чтобы он был актуальным текущей рыночной ситуации, потребностям и интересам потребителей, действиям конкурентов. Сложности продвижения бренда на автомобильном рынке связаны с тем, что большинство брендов на нем являются глобальными, поэтому продвижение бренда часто осуществляется по сложной схеме, в которой также участвуют дочерние компании и дилерские центры бренда в конкретных странах. Также трудности связаны с необходимостью одновременного сохранения общей идентичности бренда, но также и адаптации брендовых характеристик к конкретному рынку.

D. V. Fedyunin

Plekhanov Russian of Economics University, Moscow, e-mail: fedunine@mail.ru

V. V. Bespalov

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: Bezpalov.vv@rea.ru

S. A. Avtonomova

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: avtonomova1@yandex.ru

S. A. Lochan

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: lochansa@yandex.ru

IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF BRAND PROMOTION OF PRODUCTS OF THE AUTOMOTIVE MARKET ENTERPRISES

Keywords: car market product brand, promotion, brand name, effectiveness of brand communications, brand values, brand positioning, identity.

The relevance of the research on improving the effectiveness of brand promotion of products of the automotive market enterprises is due to the fact that competition is increasingly increasing in the automotive market. The level of technological development has led to the fact that most automakers present products on the market that are quite similar in terms of functional and technical characteristics. In this regard, the advantage of brand characteristics and brand positioning, which allow us to present the automotive products of a particular manufacturer as the most attractive for a competitive segment of consumers in terms of price positioning, functional and emotional benefits, shared values, is distinguished from the competition. This requires regular measures to promote the car brand, so that it is relevant to the current market situation, the needs and interests of consumers, and the actions of competitors. The difficulties of promoting the brand in the automotive market are due to the fact that most of the brands in it are global, so brand promotion is often carried out according to a complex scheme, which also involves subsidiaries and dealerships of the brand in specific countries. There are also difficulties associated with the need to simultaneously preserve the overall brand identity, but also adapt brand characteristics to a specific market.

Введение

Продвижение бренда продукции является важной частью общей стратегической и операционной деятельности предприятий различных отраслей и сфер деятельности, так как оно обеспечивает более комплексную реализацию данной продукции, потому что в рамках продвижения бренда продукции происходит представление полного комплекса преимуществ продуктов компании, формирование привлекательного их образа для потребителей, а также позиционирование данной продукции, что позволяет выделить ее среди конкурентов.

Цель исследования: эффективное продвижение бренда продукции предприятий различных отраслей и сфер деятельности в условиях высококонкурентных рынков, что открывает довольно широкие возможности по привлечению потребителей, увеличению сбыта брендированной продукции, формирования лояльности потребителей, повышения капитала бренда и положительно влияет на конкурентоспособность предприятия на рынке.

Материал и методы исследования

В основе эффективного продвижения бренда продукции лежит достижение того, чтобы бренды обеспечивали одновременно удовлетворение как рациональных, так и эмоциональных потребностей потребителей.

Для этого в рамках создания и продвижения бренда необходимо формировать не только функциональные характеристики продукции, но также ее эмоциональные и ценностные характеристики. Для этого применяются методы стратегического и оперативного брендинга. На основе такого сочетания качеств брендированной продукции появляется возможность сформировать уникальное и привлекательное для потребите-

лей предложение бренда. Наиболее успешными являются те бренды, которые имеют оптимальный баланс предлагаемых потребителям рациональных и эмоциональных выгод от приобретения продукции данного бренда [6, с. 29].

Из этого следует, что важным направлением продвижения бренда является формирование для потребителей дополнительных и уникальных ценностей, которые имеет продукция предприятия, но не имеют его основные конкуренты, что ведет к тому, что потребители начинают предпочитать данный бренд, формируют лояльность к нему за счет того, что он более полно удовлетворяет их потребности.

Результаты исследования и их обсуждение

Основными возможностями эффективного продвижения бренда выступает то, продукция предприятия, наделенная брендовыми характеристиками, может иметь более высокую стоимость, чем аналогичная небрендированная продукция или продукция с более слабым брендом, поскольку в глазах потребителей она имеет более высокую ценность. Кроме того, предприятиям, чья продукция имеет сильные и узнаваемые бренды проще и с меньшими затратами выходить на новые рынки, чем их конкурентам [7, с. 234].

В связи с тем, что продвижение бренда продукции предприятий различных отраслей и сфер деятельности является комплексным процессом, то часто он представляется в виде моделей, которые включают несколько основных объектов продвижения и методов развития и продвижения бренда.

Причем данные модели продвижения бренда продукции развивались во времени, что было обусловлено как развитием технологий бренд-менеджмента, так и увеличени-

ем его стратегической значимости для роста конкурентоспособности предприятий и их продукции.

Из рисунка видно, что постепенно в процессе развития моделей продвижения бренда менялись как цели продвижения бренда, так и критерии оценки эффективности данного процесса.

Целью современного продвижения бренда является рост капитала бренда, что выражается в активах потребительского капитала бренда (известность бренда, воспринимаемое качество брендированной продукции, лояльность потребителей, ассоциации с брендом), и в его стоимости [4, с. 25].

Современная модель продвижения бренда рассматривается как более стратегически ориентированная, а также как более комплексная и охватывающая все основные элементы маркетинговой деятельности. Фактически, современная модель продвижения бренда сосредотачивается на стратегическом планировании развития бренда, продвижения его на новые рынки, вплоть до глобального рынка.

Это достигается за счет качественного развития идентичности бренда, что ведет к достижению главной цели продвижения бренда – росте капитала бренда как стратегического нематериального актива предприятия. Достижение данной цели обеспечивает предприятию долгосрочные конкурентные преимущества и стратегическую устойчивость бизнеса [4, с. 22]. Различные отрасли и сферы деятельности имеют собственную специфику и отличия, связанные с продвижением брендов продукции. Данные различия строятся на специфике самой продукции, особенностях ее реализации, продвижения и потребления. Так, существуют особенности продвижения брендов такой продукции как автомобили, это связано с технической сложностью данной продукции, ее высокой стоимостью, использования ее не только с функциональными целями как транспортное средство, но и как способ демонстрации социального статуса.

Кроме того, в современных условиях производства и реализации такой продукции как автомобили преобладают международные компании, которые производят и продают свою продукцию на большом количестве рынков, что обуславливает необходимость создания ими глобальных брендов.

В целом автомобильная промышленность характеризуется высоким уровнем

глобализации среди многих мировых отраслевых рынков, являясь при этом одним из драйверов современных процессов глобализации на мировом рынке в целом. Это обусловлено тем, что автомобильная промышленность рассматривается как один из важнейших секторов мировой экономики, за счет того, что производство автомобиля является технически сложным процессом, требующим участия большого количества отраслей и сфер деятельности как в процессе своего производства, так и реализации, а также использования [8, с. 44].

Таким образом, сложность и специфика автомобильной продукции ведет к тому, что рынку одной страны достаточно сложно обеспечить данную сферу всеми необходимыми ресурсами, поэтому автомобильный рынок характеризуется высоким уровнем глобализации, наличием международных компаний, которые активно осуществляют брендинг своей продукции, чтобы обеспечить существенную долю на мировом рынке и рост капитала своего бренда.

Мировой автомобильный рынок при этом является динамичной рыночной структурой, которая чувствительна к изменениям внешней среды. За последние годы он претерпел существенные трансформации с точки зрения углубления процессов глобализации, которые затронули все сегменты современного мирового автомобильного рынка.

Также стоит подчеркнуть значение продвижения автомобильного бренда и на национальном уровне, так как состояние рынка легковых автомобилей, в первую очередь, отечественного производства, является одним из значимых индикаторов уровня экономического развития страны и состояния ее потребительского сегмента.

Автомобильная отрасль выступает одним из драйверов развития экономики страны, кроме этого, она представляет интерес для государства с точки зрения наполнения бюджета страны, влияния на динамику ВВП и занятость населения. В связи с этим, наличие развитых автомобильных брендов часто может говорить и о высоком развитии экономики [2, с. 5].

Помимо этого, наличие бренда играет важную роль и для потребителей автомобильной продукции. Это обусловлено тем, что автомобиль является не только технической и транспортной продукцией, но также и социально-экономической. Автомобиль позволяет своему владельцу продемонстри-

ровать свой социальный статус, повысить качество жизни, комфортность передвижения и решение некоторых социально-экономических проблем [9, с. 62].

Из этого следует, что на решение о покупке автомобиля влияют не только цена и технические характеристики продукции, но и позиционирование бренда, те ценности и эмоциональные выгоды, которые он предлагает.

Таким образом, эффективное продвижение бренда играет очень важную роль на автомобильном рынке, что обусловлено его мировой, национальной и потребительской спецификой. Это привело к тому, что автомобильный рынок является одним из немногих рынков, где вообще отсутствует небрендированная продукция, а развитию и продвижению брендов уделяется не меньшее внимание, чем технологическим и инновационным разработкам.

Автомобильный бренд можно определить как «торговая марка производственного отделения автомобильной корпорации, объединяющая ее модельный ряд под одним наименованием, обладающая индивидуальностью и особой ценностью, выгодно отличающими ее от конкурентов, и распространяющая свою ценность на услуги и продукты, предоставляемые корпорацией» [9, с. 62].

В целом, предприятия автомобильного рынка активно занимаются развитием собственных брендов. При этом, на автомобильном рынке с течением времени происходят различные изменения, связанные с изменением рыночной и конкурентной ситуации, изменения предпочтений и моделей поведения потребителей. Все эти изменения на рынке ставят и новые задачи по продвижению своих брендов в автомобильных предприятиях. В настоящее время перед ними стоит решение следующих задач:

– Сложность отличия брендов автомобилей, входящих в один класс. В результате технического прогресса все автомобильные компании могут поставлять высокотехнологичную продукцию, и в любом сегменте техническая разница между автомобилями невелика, что ставит задачу поиска различий в плане позиционирования и увеличения лояльности потребителей;

– Возрастающие ожидания и информированности потребителей, которые могут искать машину, которая менее всего загрязняет окружающую среду, имеет лучшие показате-

тели в тестах на безопасность или лучше защищена от угона, поэтому в ходе брендинга необходимо отражать ключевые характеристики как бренда в целом, так и отдельных модельных брендов, важные для целевой аудитории.

– Развитие Интернет-технологий. Потребители чаще всего знакомятся в Интернете с характеристиками и ценами автомобилей перед покупкой, что усиливает необходимость проведения брендинга в интернет-среде, развивая представленность бренда на различных интернет-площадках, предоставления удобного сервиса выбора модельного бренда [3, с. 42-43].

На основе исследований и сбора информации о целевой аудитории осуществляется ее сегментирование и разделение на группы по такому комплексному критерию как стиль жизни, который отражает как основе социально-демографические характеристики аудитории, так и ее потребности, связанные с автомобилем, то, для чего он нужен и какую роль играет, должен ли отражать социальный статус.

Еще одна особенность продвижения бренда на автомобильном рынке связана с упоминавшейся выше тенденцией глобализации автомобильных брендов, что ведет к необходимости локализации производства и развития дилерских сетей, что усложняет процесс продвижения бренда, так как в нем оказываются заняты не только бренд-менеджеры головного офиса автомобильного предприятия, но также и бренд-менеджеры местных производств и дилерских центров.

В связи с этим в основе современной системы продвижения бренда на автомобильном рынке лежит стратегия, при которой последовательно согласовываются действия производителей и дилерских организаций на национальных (региональных) рынках, чтобы добиться сохранения идентичности бренда, но также и учитывать местные особенности рынка и потребителей [1, с. 42].

Исходя из рассмотренной специфики и методов продвижения бренда на автомобильном рынке, также выделим ключевые принципы автомобильного брендинга:

1. Принцип интегрированного воздействия на рынок: брендинг на уровне автопроизводителя, дилера и комбинированные программы брендинга;

2. Принцип комплексного брендинга: формирование общего автомобильного бренда, модельного бренда и бренда дилера, что влияет на общее восприятие характеристик бренда производителя, его продукции, а также сервиса, предлагаемого дилером;

3. Принцип скоординированности брендинговых усилий: централизованность планирования всех брендинговых программ и системы продвижения бренда, учет локальной специфики и четкий контроль над реализацией программ продвижения бренда;

4. Принцип систематического продвижения бренда: постоянная реализация брендинговых программ, продвижения бренда, что обусловлено динамичностью рынка, длительным процессом принятия потребительского решения, сложностью автомобиля как продукта, что требует постоянной коммуникативной активности и брендинга;

5. Принцип индивидуализации: наделение каждого модельного бренда особыми характеристиками и преимуществами, которые отличают его от других моделей бренда, но при этом согласуются с общей идентичностью основного бренда;

6. Принцип учета национальных и субрегиональных особенностей рынка: внесение некоторых изменений в позиционирование бренда на основе специфики локального рынка, адаптация программ внутреннего и внешнего продвижения [9, с. 65].

Реализация указанных принципов способствует эффективному продвижению бренда на глобальном и локальном уровнях, учете специфики потребителей и осуществления ими выбора автомобильной продукции, обеспечивает координацию действий между автопроизводителем и его дилерами. Автомобильный рынок России является довольно динамичным и нестабильным, на него оказывают значительное влияние различные факторы средового влияния, которые ведут к колебаниям спроса со стороны потребителей и необходимости для автомобильных предприятий вносить определенные корректировки в продвижение своим бренда. За последние годы автомобильный рынок России несколько раз демонстрировал рост и падения объемов продаж (рис. 1).

Существенный рост объемов продаж пришелся на 2010-2011 годы, что было обусловлено восстановлением спроса после кризиса 2008 года, причем наибольший объем продаж за последнее десятилетие был зафиксирован в 2012 году, когда было продано 2,73 миллионов автомобилей. После этого объемы продаж стали несколько снижаться, а в 2015 году было показано рекордное падение продаж на 36%, что было связано с падением курса рубля и напряжением внешнеполитической обстановки, что привело к экономическому кризису, падению покупательской способности населения.

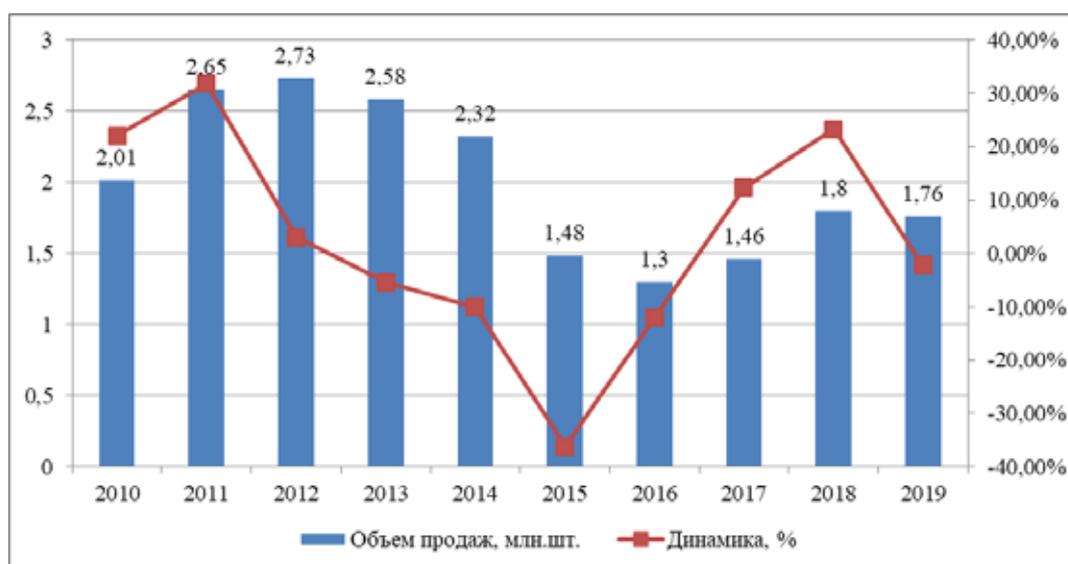


Рис. 1. Динамика продаж на автомобильном рынке России [12]

Тенденцию спада объема продаж удалось преодолеть только в 2018 году, когда рынок достаточно существенный рост продаж, когда продажи составили 1,8 миллиона штук, что на 23% больше, чем в 2017 году, но все еще значительно меньше, чем в докризисный период. При этом уже в 2019 году рынок снизился на 2,3%.

Негативное влияние на спрос на автомобильную продукцию в 2019 году оказало снижение объемов государственной поддержки покупателей, рост цен на автомобили выше уровня инфляции (в среднем на 9%) из-за падения курса рубля и роста НДС до 20%.

Причем предполагается, что в 2020 году продолжится сокращение объемов продаж ввиду сохраняющихся макроэкономических рисков, индексации величины утилизационного сбора, что послужит причиной для роста цен, особенно в сегменте импортных и низколокализованных автомобилей, что приведет к снижению рынка на 4% [12].

Также негативное влияние на продажи в 2020 году оказывает и закрытие большинства автоцентров в период с марта по июнь 2020 года из-за карантинных мер, что привело к падению объема продаж в апреле 2020 на 72,4% по сравнению с апрелем 2019 года [10].

Стоит отметить, что в сложившейся ситуации многие бренды ищут выход путем большей интеграции брендинга в онлайн-каналы. Так, бренд Cadillac запустил онлайн-портал Cadillac Live, где потенциальные покупатели могут совершать виртуальные поездки на автомобилях и консультироваться с экспертом. Кроме этого, на другом портале бренда Shop.Click.Drive потребители могут узнать, какие модели бренда доступны в ближайших к ним дилерских центрах, а также заказать автомобиль онлайн, предоставив необходимые документы.

Трафик на порталы бренда за февраль-апрель 2020 года вырос более чем на 80%. Однако рост интереса пока не привел к росту продаж, но втрое больше клиентов, чем ранее, оставили свои контакты или заказали онлайн-услугу просмотра автомобиля. В Cadillac сейчас работают над тем, чтобы упростить процедуру дистанционной покупки машины, и планируют в дальнейшем продвигать свои онлайн-платформы [10].

При этом многие аналитики отмечают, что, несмотря на свою нестабильность, российский рынок сохраняет долгосрочный по-

тенциал роста, обусловленный более низкой плотностью автомобильного парка по сравнению с западными странами и его значительным возрастом, что говорит о том, что при стабилизации экономической ситуации, возможно возобновление роста объемов продаж автомобилей [12].

В целом, к основным положительным средовым факторам, которые влияют на развитие российского автомобильного рынка и брендов, представленных на нем, относятся следующие факторы:

- Растущая протяженность дорог: Россия входит в пятерку стран лидеров по протяженности дорог и продолжает их увеличивать;

- Относительно невысокая стоимость бензина и другого топлива для автомобилей (по сравнению с многими западными странами);

- Потенциал увеличения автопарка: на 147 миллионов жителей приходится только 54,2 миллиона автомобилей, из которых часть является корпоративными;

- Развитие каршеринга: Москва – лидер среди крупнейших городов мира

- по проникновению каршеринга;

- Локализация производства многими массовыми автомобильными брендами (Kia, Hyundai, Renault и др.), что ведет к росту их доступности и снижению цен [12].

Данные факторы будут способствовать дальнейшему развитию автомобильного рынка России, но также можно выделить средовые факторы, которые оказывают негативное влияние на рынок, к ним относятся:

- Медленный рост экономики и нестабильность курса рубля, его зависимость от цен на нефть, что мешает развитию как внутреннего производства, так и экспорта автомобилей;

- Низкий уровень покупательской способности населения при высокой стоимости автокредитов (в среднем 9,5% в год) сокращает количество потенциальных потребителей, которые могут позволить себе покупку автомобиля, особенно нового;

- Административные барьеры, которые препятствуют развитию отношений с поставщиками, отрицательно влияют на привлечение инвестиций в локализацию автомобильных производств [12].

Данные факторы существенно тормозят развитие российского автомобильного рынка, препятствуют более активному развитию зарубежных брендов на рынке, снижают

возможности национальных брендов, количество которых очень ограничено.

Продвижение бренда Mazda в компании ООО «Мазда Мотор Рус» осуществляется в рамках общих для автомобильного рынка методов и принципов. В головном офисе Mazda Motor большое внимание уделяют контролю за брендом на всех национальных рынках для поддержания общей идентичности и сути бренда.

В основе сути бренда Mazda лежит идея «Празднуйте вождение», что означает, что вождение автомобилей Mazda доставляет их владельцам постоянное удовольствие и радость от вождения, призывает принять на себя новые вызовы.

Основные ценности бренда, которые формируют его идентичность вместе с основной сутью:

1. Украсить жизнь людей с помощью владения автомобилем.
2. Предложить автомобили, которые наименее вредны для окружающей среды, большому количеству людей.
3. Создавать автомобили на основе слияния творчества и инноваций [11].

Однако данная суть и ценности, как отмечает директор по маркетингу ООО «Мазда Мотор Рус», не совсем соответствует российскому рынку и российским потребителям, которые любят вождение, но радость от вождения не является для них очень важным аспектом выбора. Также и ценность, связанная с окружающей средой, разделяется не очень большим количеством потребителей [13].

В целом, исследования показывают, что для российских потребителей присуще сочетание рационального и эмоционального подхода при выборе автомобилей, для них важно получить наиболее выгодное предложение с точки зрения сочетания цены и качества, но при этом важным аспектом является выражение себя и подчеркивание своего статуса. Также отмечается, что они довольно чувствительны к различным маркетинговым воздействиям [14]. Идентичность бренда автомобилей ООО «Мазда Мотор Рус» не в полной мере соответствует данной особенности российских потребителей.

Позиционирование бренда строится на ценовом позиционировании, функциональных и эмоциональных преимуществах. Коммуникационная политика по продвижению бренда в наибольшей степени реализуется компанией ООО «Мазда Мотор Рус». Первоначально компания осуществляла

только адаптацию зарубежных коммуникационных материалов, но с 2012 года, когда для бренда повысилось значение российского рынка, стали разрабатываться местные коммуникационные кампании для адаптации позиционирования и преимуществ бренда для российской целевой аудитории.

Целевая аудитория бренда Mazda на российском рынке – это в основном молодые мужчины, в возрасте 25-35 лет, преимущественно неженатые, они ведут стильный, активный образ жизни, любят путешествовать и ездить за рулем. Они имеют достаток средний и выше среднего, часто являются начинающими предпринимателями или менеджерами среднего звена. Покупку автомобиля бренда Mazda они совершают, чтобы подчеркнуть свой стиль, успешность.

Отражение позиционирования бренда, связанное с эмоциональными выгодами подчеркивания индивидуальности и личности владельца было выражено, например, в последней коммуникационной кампании «Mazda. Быть Собой».

В данной кампании продукция бренда была представлена как автомобили для людей, получающих удовольствие от жизни, людей со своей позицией, о которой им не нужно кричать, их сила в том, что они просто осмелились жить своей жизнью. Сама кампания была представлена в виде сериала, каждый из которых был представлен в виде отдельной истории, связанный с каждой из брендовых моделей. Сериал был запущен на канале бренда на YouTube, также размещался там с помощью таргетированной рекламы.

Для телевидения обычно создаются менее креативные рекламные ролики, что обусловлено хронометражем, поэтому они в большей степени носят информативный, чем брендинговый характер. Также стоит отметить, что компания ООО «Мазда Мотор Рус» ведет продвижение бренда в социальных сетях, но ее аккаунты являются значительно менее развитыми, чем у многих других брендов, что снижает эффективность продвижения бренда через данный канал. В целом, большая часть коммуникационного бюджета в компании ООО «Мазда Мотор Рус» тратится на стимулирование продаж, обеспечение трафика на сайт, получение заявок на тест-драйв и просмотр автомобилей у дилеров, то есть на реализацию продвижения самой продукции и услуг дилеров, а не бренда компании.

В целом, результаты деятельности компании ООО «Мазда Мотор Рус» являются не слишком успешными. Так, бренд Mazda на российском автомобильном рынке не входит в топ-10 брендов массового сегмента. В 2019 году компания продала 30576 автомобилей, что на 3% меньше, чем в 2018 году, это позволило бренду занять долю только 2% от всего сегмента или 1,7% от автомобильного рынка в целом [15].

Кроме того, ни один из модельных брендов, реализуемых компанией ООО «Мазда Мотор Рус», не входит в топ самых продаваемых, включая и такую популярную на рынке модель как кроссоверы. Также в компании фиксируются довольно низкие показатели лояльности потребителей к бренду. Так, целевым показателем, который ставит головная компания, является лояльность на уровне 60%, а в компании ООО «Мазда Мотор Рус» исследования показывают лояльность потребителей к бренду на уровне 28-29%, что в два раза меньше целевых показателей [13].

Оценка опыта продвижения бренда продукции компанией ООО «Мазда Мотор Рус» позволила выделить достаточно большой перечень недостатков в осуществлении данной деятельности. К основным недостаткам относится то, что идентичность бренда и его эмоциональные выгоды не полностью адаптированы к целевой аудитории бренда в России, отмечено нечеткое ценовое позиционирование бренда, ограниченный ассортимент модельных брендов. Кроме того, коммуникационная политика больше направлена на стимулирование продаж, чем на брендинг. Все это ведет к низкому уровню лояльности и повторных покупок продукции бренда, малой доле рынка.

В целом, выделенные недостатки продвижения бренда Mazda компанией ООО «Мазда Мотор Рус» говорят о необходимости совершенствования данного процесса и повышения его эффективности, чтобы бренд был более привлекательным и конкурентоспособным на российском автомобильном рынке.

Основная проблема в осуществлении мер по повышению эффективности продвижения бренда автомобилей ООО «Мазда Мотор Рус» связаны с тем, что компания должна согласовывать все свои коммуникативные действия с головным офисом Mazda Motor, сохранять основы идентичности и позиционирования бренда, хотя они

не в полной мере соответствуют специфике российского рынка и потребителей.

Если рассматривать проблемы продвижения бренда автомобилей ООО «Мазда Мотор Рус», то можно отметить, что проблемы присутствуют в реализации практически каждого элемента модели, за исключением проведения исследования и реализации внутреннего продвижения и позиционирования, что значительно снижает общую эффективность продвижения бренда на российском автомобильном рынке и ведет к низким показателям продаж и лояльности потребителей, что снижает и капитал бренда на данном рынке.

В связи с этим, основные направления повышения эффективности продвижения бренда автомобилей ООО «Мазда Мотор Рус» могут быть реализованы в рамках теоретической модели продвижения бренда с учетом специфики данной деятельности на автомобильном рынке. Основные предлагаемые направления повышения эффективности продвижения бренда автомобилей ООО «Мазда Мотор Рус» представлены на рисунке 2 в соответствии с современной теоретической моделью продвижения бренда.

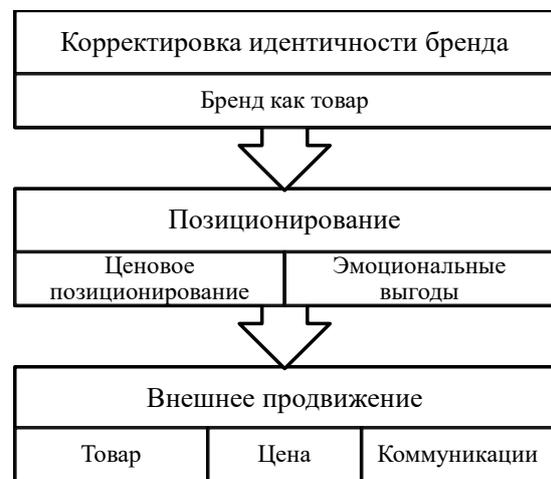


Рис. 2. Направления повышения эффективности продвижения бренда автомобилей ООО «Мазда Мотор Рус»

Рассмотрим более подробно предлагаемые направления повышения эффективности продвижения бренда компании:

1. **Корректировка идентичности бренда.** Данное направление является наиболее сложным в реализации, но, на наш взгляд, возможна корректировка такого элемента как «бренд как товар», так как он в наибольшей степени связан с рациональн-

ми характеристиками модельных брендов, а для российских потребителей они играют важную роль, поэтому предлагается усилить идентичность бренда за счет товарных характеристик.

Данную деятельность необходимо согласовать с головной компанией, а также провести исследования, выявив наиболее важные для целевой аудитории бренда товарные характеристики автомобилей бренда.

2. **Позиционирование.** В рамках данного направления необходимо провести корректировку ценового позиционирования и эмоциональных выгод бренда. Ценовое позиционирование должно быть более четким, чтобы целевые потребители понимали к какому классу относится продукция бренда. В целом, ценовое позиционирование необходимо скорректировать, чтобы бренд воспринимался как доступный премиум, для тех, кому важны технические характеристики и стиль, но они не готовы переплачивать.

Акцент в эмоциональных выгодах необходимо сместить с радости и удовольствия

вождения на отражение индивидуальности, стиля, независимости и свободы владельца, развивая дальше концепцию коммуникационной кампании «Mazda. Быть С собой».

3. **Внешнее продвижение.** В данном направлении необходимо совершенствование программы продвижения по таким элементам как товар, цена и коммуникации. В рамках совершенствования товарной политики компании необходимо увеличить ассортимент модельных брендов, чтобы потребители имели больший выбор. Причем необходимо добавить модели на основе как исследования потребностей целевой аудитории, так и чтобы добиться большего ценового разнообразия моделей в ассортименте.

Это также связано с совершенствованием ценовой политики, компании необходимо добавить как более низкоценовые модели, так и более премиальные. Это позволит привлекать, с одной стороны, молодых потребителей, с другой стороны удерживать лояльных потребителей, которые с ростом дохода хотят более престижный автомобиль.

Мероприятия по достижению целей повышения эффективности продвижения бренда автомобилей ООО «Мазда Мотор Рус»

Цель	Стратегия	Программа
1. Достижение соответствия идентичности бренда специфике российских потребителей;	Формулировка идентичности бренда как товара: через подчеркивание качества и ассоциации с определенной категорией потребителей	Продвижение идентичности через видеорекламу, лидеров мнений, рекламу в СМИ
2. Достижение более четкого восприятия ценового позиционирования модельных брендов компании на российском автомобильном рынке	Позиционирование в ценовом сегменте «доступный премиум»	Ценовая дифференциация через комплектации и расширение ассортимента Акции по стимулированию сбыта Продвижение ценового позиционирования
3. Достижение соответствия эмоциональных выгод бренда с теми выгодами, которые ищут российские потребители массового сегмента автомобильного рынка.	Акцент на эмоциональные выгоды, связанные с возможностью выразить себя, подчеркнуть свою индивидуальность	Продвижение эмоциональных выгод через видеорекламу, лидеров мнений, рекламу в СМИ
4. Рост продаж модельных брендов компании и увеличение ее доли в массовом сегменте российского автомобильного рынка	Увеличение привлекательности модельных брендов	Расширение ассортимента Четкость ценового позиционирования Программа лояльности Активное продвижение бренда
5. Рост количества потребителей, которые знают бренд Mazda, разделяют его ценности и идентичность;	Формулировка идентичности и ценностей в соответствии с потребностями целевого сегмента	Рост интенсивности брендингового продвижения: видеореклама, лидеры мнений, реклама в СМИ
6. Увеличение количества лояльных потребителей бренда компании среди российских потребителей.	Повышение длительности пользования автомобилем при использовании брендированных услуг Повторный выбор бренда при смене автомобиля	Программа лояльности Программы trade-in Клуб бренда

Заключение

В рамках коммуникационной политики компании ООО «Мазда Мотор Рус» требуется увеличивать интенсивность брендовых коммуникаций, особенно в онлайн канале, чтобы добиваться не только продаж, но формировать знание бренда и его преимуществ у потребителя, добиваться привлекательности бренда, также требуется развитие программ лояльности бренда, чтобы влиять на рост лояльности российских потребителей к бренду Mazda.

Таким образом, реализация указанных трех ключевых направлений позволит увеличивать эффективность продвижения бренда продукции компании ООО «Мазда Мотор Рус» на российском автомобильном рынке,

что будет выражаться в росте знания бренда и лояльности к нему, увеличении доли рынка и стоимости бренда.

В таблице представлены основные мероприятия стратегии и программы продвижения бренда автомобилей ООО «Мазда Мотор Рус», направленные на достижение поставленных целей.

Из таблицы видно, что планируемые мероприятия, также как и стратегические цели, являются взаимосвязанными, что позволит реализовать более комплексные и эффективные стратегию и программу продвижения бренда автомобилей ООО «Мазда Мотор Рус», направленные на увеличение привлекательности и лояльности бренда, что приведет к росту продаж модельных брендов.

Библиографический список

1. Блохина М.В. Специфика маркетинговой деятельности производителей автотранспортных средств и их компонентов на национальных рынках // Проблемы экономики и юридической практики. 2018. № 6. С. 242-244.
2. Бутов А.М. Рынок легковых автомобилей. М.: НИИ ВШЭ, 2015. 55 с.
3. Гусев С.А. Повышение конкурентоспособности предприятий автомобильной промышленности // Известия МГТУ. 2014. № 1. С. 42-45.
4. Домнин В.Н., Старов С.А. Эволюция ключевых концепций бренд-менеджмента // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2017. № 1. С. 5-32.
5. Лочан С.А., Федюнин Д.В. Характеристика целевых аудиторий при продвижении интегрированного портфеля брендов // Развитие экономики и предпринимательства в условиях экономических стратегий импортозамещения. 2015. С. 112-115.
6. Чернатони Л.М. МакДональд Бренддинг. Как создать мощный бренд. М.: Юнити-Дана, 2017. 560 с.
7. Шаховская Л.С., Овчарова А.А. Концептуальные основы и принципы бренднга // Известия ВолгГТУ. 2016. №5. С.233-236.
8. Шувалова Н.А. Особенности транснационализации легкового автомобилестроения на современном этапе: дисс. ...канд. эконом. наук. М., 2009. 207 с.
9. Шурпаев Ш.М. Особенности разработки стратегии маркетинговых коммуникаций на автомобильном рынке // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2011. №. 1. С. 59-66.
10. Cadillac утроил количество лидов во время пандемии с помощью онлайн-витрины [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://adindex.ru/news/digital/2020/06/24/283187.phtml> (дата обращения: 24.06.2020).
11. Mazda. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mazda.com/> (дата обращения: 24.06.2020).
12. Автомобильный рынок России и СНГ: текущее состояние и перспективы [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru_ru/news/2020/03/ey_auto_survey_30032020_rus.pdf (дата обращения: 24.06.2020).
13. Андрей Глазков (Mazda Motor Rus) – об авторынке в диджитале [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://performance360.ru/mazda/> (дата обращения: 24.06.2020).
14. Поведение покупателя автомобиля. Кто кого оценивает [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/tools/2014/03/13/107829.phtml> (дата обращения: 24.06.2020).
15. Российский авторынок в 2019 году показал падение [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.autostat.ru/analytics/42460/> (дата обращения: 24.06.2020).

УДК 332.12

С. Н. Яшин

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (ННГУ), Нижний Новгород, e-mail: jashinsn@yandex.ru

С. А. Борисов

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (ННГУ), Нижний Новгород, e-mail: ser211188@yandex.ru

И. А. Кулагова

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (ННГУ), Нижний Новгород, e-mail: kulagova_i@mail.ru

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ключевые слова: государственные услуги, информационные технологии, региональное развитие, федеральные округа, цифровая экономика.

Настоящее исследование посвящено изучению особенностей развития процесса цифровизации экономики в различных регионах РФ. В рамках исследования представлен перечень основных информационно-коммуникационных технологий, используемых в рамках программы развития цифровой экономики РФ. Представлена базовая характеристика ключевых информационных систем, связанных с цифровой экономикой. Рассмотрена взаимосвязь региональных программ стратегического развития регионов и мероприятий, связанных с цифровизацией региональной экономики. На примере Нижегородской области представлена динамика развития различных информационных технологий. Проведен анализ использования цифровых услуг (на примере портала государственных услуг РФ) в различных регионах РФ и дана характеристика особенностям потребления государственных услуг на территории различных федеральных округов и регионов РФ. Определены регионы – локомотивы в использовании государственных информационных технологий и отстающие регионы, которые нуждаются в дальнейшем ускоренном развитии в области цифровизации. На основании трендового анализа построено уравнение регрессии, позволяющее осуществлять прогноз развития электронных государственных услуг на будущие периоды. Качество данного тренда определяется высоким значением коэффициента детерминации. В заключение статьи делается вывод о наиболее перспективных направлениях развития государственных услуг в электронном виде.

S. N. Yashin

National State University n.a. N.I. Lobachevsky, Nizhny Novgorod, e-mail: jashinsn@yandex.ru

S. A. Borisov

National State University n.a. N.I. Lobachevsky, Nizhny Novgorod, e-mail: ser211188@yandex.ru

I. A. Kulagova

National State University n.a. N.I. Lobachevsky, Nizhny Novgorod, e-mail: kulagova_i@mail.ru

REGIONAL FEATURES OF THE IMPLEMENTATION OF THE PROCESS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY IN THE RUSSIAN FEDERATION

Keywords: digital economy, information technology, public services, regional development, federal districts.

This study is devoted to the study of the peculiarities of the development of the process of digitalization of the economy in various regions of the Russian Federation. The study presents a list of the main information and communication technologies used in the framework of the program for the development of the digital economy of the Russian Federation. The basic characteristics of the key information systems related to the digital economy are presented. The interrelation of regional programs of strategic development of

regions and measures related to the digitalization of the regional economy is considered. The dynamics of the development of various information technologies is presented on the example of the Nizhny Novgorod region. The analysis of the use of digital services (for example, the portal of state services of the Russian Federation) in different regions of the Russian Federation and the characteristic features of consumption of public services in the various Federal districts and regions of Russia. The regions that are the locomotives in the use of state information technologies and lagging regions that need further accelerated development in the field of digitalization are identified. Based on the trend analysis, a regression equation is constructed that allows forecasting the development of electronic public services for future periods. The quality of this trend is determined by the high value of the coefficient of determination. In conclusion, the article concludes about the most promising areas of development of public services in electronic form.

Введение

Одним из глобальных трендов сегодняшнего развития цивилизации, мировой экономики, национальных и входящих в них региональных экономик, является сближение границ между разными странами на уровне мировой экономики и сближение региональных экономических систем на уровне национальных экономик. Данный курс на «сближение», объединение в общие информационные цепи в существенной степени приводит к изменению требований к коммуникациям между различными экономическими и политическими системами и к соответствующему изменению технологий, используемых в данных коммуникациях. При этом в некоторых случаях, мир меняется под влиянием технологий, а в некоторых случаях – сам мир выступает в качестве источника изменения технологий, основным заказчиком подобных изменений.

Базовым направлением изменения мира сегодня выступает взятый курс на «цифровизацию» мировой экономики, который, безусловно, затрагивает и национальные экономики и составляющие их системы мезоэкономического уровня, то есть региональные экономики, развитие которых выступает в качестве объекта исследования, представленного в данной статье. Необходимо при этом отметить, что сфера охвата информационных технологий в настоящий момент является предельно широкой: от решения мелкомасштабных, бытовых проблем до управления крупными научными комплексами, государственными организациями и т.п. С использованием современных информационно-коммуникационных технологий удастся повысить конкурентоспособность, как частных компаний, так и крупных государственных структур, безусловно, при грамотном использовании данного бизнес – ресурса.

К основным результатам, которые приносит стремительное развитие цифровой

экономики, следует отнести следующие обстоятельства [1, с.3-6]:

1. С наступлением эпохи цифровых технологий, прежде всего в области технологий Интернет, существенно меняется экономическая модель функционирования, причем как от частных вопросов поведения потребителей, так и до глобального изменения бизнес-моделей. При этом важнейшими технологиями изменения выступают: «искусственный интеллект», «социальные сети», «облачные вычисления» и другие объекты цифровой экономики;

2. Цифровая экономика является глобальным явлением и затрагивает различные сферы, включая: медиасферу, сферу развлечений, банковскую и страховую сферу, сферу телекоммуникаций и др.;

3. Происходит сокращение «цифрового разрыва» между развитыми и развивающимися странами, в которых вкладывают значительные средства в развитие телекоммуникаций. Данный процесс происходит как на уровне мировой экономики, так и на уровне национальных экономик и составляющих их региональных экономических систем;

4. Появляется четко выраженный акцент на клиентоориентированности технологий, в том числе этот тренд прослеживается и в области предоставления государственных услуг, в том числе, оказываемых в электронном виде;

5. Ускоряется развитие бизнеса в сильно изменяющейся внешней среде, что повышает спрос на технологии предиктивной (предсказательной) аналитики и бизнес-интеллекта для преодоления рисков и учета открывающихся возможностей во внешней среде;

6. Отчетливым трендом является переход от традиционных иерархических организационных структур к органическим (проектным и матричным структурам), а далее от них – к «виртуальным» организациям.

Все рассмотренные предпосылки свидетельствуют о необходимости усиленного мониторинга развития технологий цифровой экономики на различных уровнях. Одним из важных звеньев при этом является уровень региональных экономических систем, которые являются важнейшими звеньями формирования эффективной цифровой экономики на уровне национальных экономических систем, анализ которых и будет проводиться в данной работе.

Формирование устойчивой системы цифровой экономики на уровне национальной экономики и обеспечение конкурентоспособности государства в области информационно-коммуникационных технологий, в том числе, используемых органами государственной власти и частными компаниями, происходит при непосредственном взаимодействии федерального и регионального уровня. Качественное развитие технологий цифровой экономики на региональном уровне и выстраивание межрегиональных связей приводит к формированию эффективной системы цифровой экономики на уровне целого государства. Соответственно, **целью** исследования послужило выявление факторов, способствующих и противодействующих развитию системы цифровой экономики на региональном уровне на примере использования в различных федеральных округах и регионах РФ государственных услуг, предоставляемых в электронном виде. Также **целью** исследования является выявление направлений дальнейшего развития электронных государственных услуг, как одного из важнейших направлений реализации программы совершенствования цифровой экономики в РФ.

Материал и методы исследования

Несмотря на то, что зачастую экономический рост и технологии рассматриваются как самостоятельные, отдельные вещи, на самом деле, они являются крайне взаимосвязанными. Так, известный экономист К.Шваб отмечает в своей книге о скором наступлении «Четвертой промышленной революции», основными технологиями которой он называет технологии физического, биологического и цифрового блоков [2, с.17-21].

Для того чтобы российская экономика оставалась конкурентоспособной, Президентом РФ был издан указ «О Стратегии развития информационного общества

в России на период с 2017 по 2030 годы», в рамках которого реализуется программа «Цифровая экономика», которая предусматривает эффективное развитие трех взаимосвязанных уровней: среды для развития платформ и технологий, платформы и технологии и рынки и отрасли экономики. Как подчеркивается в данном документе, основными требованиями для развития рынков и отраслей в цифровой экономике выступает наличие и совершенствование платформ, технологий и институциональной среды, а также развитие соответствующей инфраструктуры. Соответственно, развитие цифровой экономики должно быть сосредоточено на двух базовых направлениях:

- постановка целей и задач развития ключевых институтов-разработчиков нормативно-правового регулирования цифровой экономики, а также органов, ответственных за подготовку кадров для цифровой экономики и формирования исследовательских компетенций и технологических заделов;
- совершенствование инфраструктурных элементов, в том числе, формирование информационно-коммуникационной среды.

Анализ мировых трендов в области цифровой экономики позволил определить базовые технологии ее развития на территории РФ, которые представлены на рис. 1.

Также важными технологиями следует считать технологии дополненной и виртуальной реальности, последние достижения робототехники и сенсорики, технологии распределенного реестра. Данный список будет дополняться в процессе развития технологий.

Как уже отмечалось ранее, для успешной реализации цифровизации национальной экономики необходимо проводить данную работу на уровне регионов, а для этого, в свою очередь, необходимо знать особенности развития региональных экономик в области создания и использования информационно-коммуникационных технологий. Поэтому, сначала на примере Нижегородской области нами будут рассмотрены основные параметры, по которым следует рассматривать качество сформированной ИТ-инфраструктуру, а затем будут приведены данные сравнительного анализа федеральных округов и регионов, связанные с использованием системы государственных услуг в электронном виде. Первым вопросом является вопрос о построении эффективно функционирующей системе цифровой эко-

номики в регионе. Рассмотрим данный вопрос на примере Нижегородской области. Итак, для того, чтобы эффективно управлять цифровой экономикой на региональном уровне требуется формирование системы стратегического планирования цифровых региональных ресурсов и цифрового видения будущего региона. Для реализации данной цели в Нижегородской области была разработана «Стратегия социально-экономического развития до 2035 года», одним из важнейших направлений является стратегическая цель по экономическому развитию, которая, безусловно, включает развитие системы информационно-коммуникационных технологий в регионе, при этом важно как производство таких технологий, так и их потребление населением. С целью исследования потребления информационных услуг в Нижегородской области, используем соответствующие данные территориального органа государственной статистики – Нижегородстата [3]. Предста-

вим в динамике использование организациями региона таких ресурсов, как: персональных компьютеров, глобальных информационных сетей, электронной почты, а также долю организаций, которые имеют свои веб-сайты в сети Интернет в период с 2009 по 2017 год (табл. 1).

Основным выводом, который можно сделать на основе данной таблицы, что сегодня практически все организации используют в своей деятельности веб-сайт, электронную почту и персональные компьютеры. При этом мы видим, что за период с 2009 по 2017 год произошел 10% рост пользователей электронной почты и глобальных информационных сетей, двукратный рост организаций, имеющих представительства в сети Интернет в виде веб – сайтов. При этом относительной тенденцией является постоянство пользователей персональных компьютеров, при этом часть операций владельцами персональных компьютеров переходит на смартфоны и планшеты.



Рис. 1. Ключевые составляющие цифровой экономики в РФ

Таблица 1

Доля потребленных ИКТ – продуктов и услуг нижегородскими предприятиями (по видам), %

Вид услуги \ Год	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Персональные компьютеры	97,3	98,2	98,3	96,9	96,9	97,5	97,6	97,1	97,2
Электронная почта	84,1	90,1	90,4	90,4	91,6	86,8	89,2	93,6	94,4
Глобальные информационные сети	84,9	92,1	92,4	92,8	93,5	95,1	95,7	95,8	96
Собственный веб-сайт	25,3	31,3	35,8	39,7	44,6	41,2	46,6	52,3	53

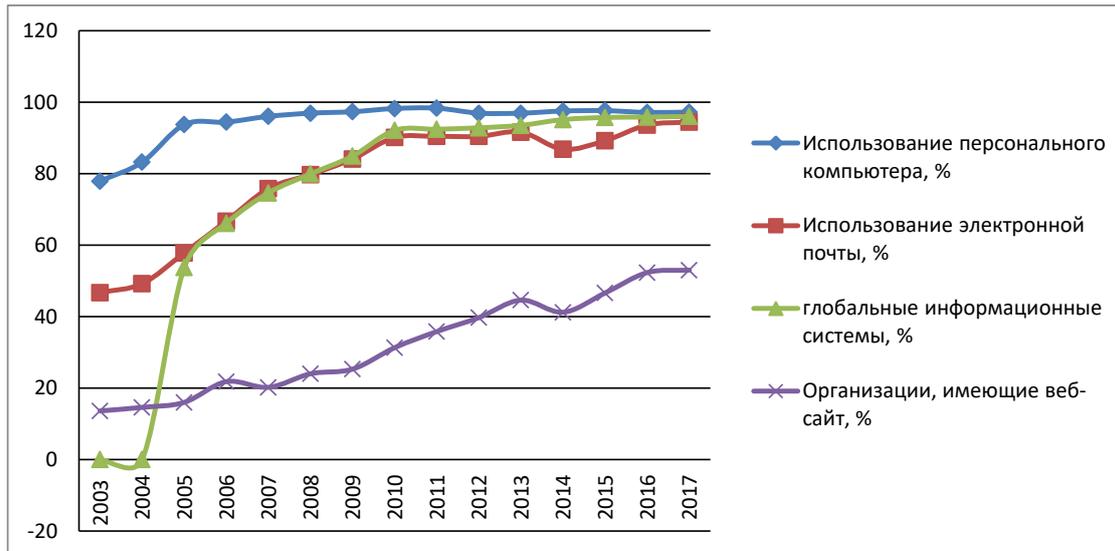


Рис. 2. Динамика использования ИТ-услуг (2003 -2017 гг)

Существенный рост организаций, имеющих собственный веб-сайт, вызвано тем, что во-первых, для некоторых организаций наличие качественного сайта является требованием законодательства (например, для ВУЗов), а во-вторых с тем, что для многих организаций основное количество заказов покупателей осуществляется либо непосредственно через интернет-технологии или же первичное знакомство с организацией происходит в сети Интернет, наличие качественного сайта в сети Интернет становится конкурентным преимуществом и частных, и государственных организаций.

На рис. 2 представим динамику использования региональными предприятиями (Нижегородской области) услуг в области ИКТ, причем, на рис. покажем более длительный период, чем представленный в таблице – с 2003 по 2017 гг.

По представленному на рис. 2 графику видно, что, несмотря на снижение доли потребления некоторых услуг в различные временные периоды, к 2017 году мы видим отчетливый тренд на рост практически всех секторов информационно-коммуникационных технологий и услуг. Также на рисунке показано, что за период с 2003 по 2017 год практически в два раза вырос уровень использования электронной почтой.

Возникает в этом случае и справедливый вопрос о росте производства информационных технологий, раз есть такой серьезный спрос со стороны нижегородских предприятий. В Нижегородской области се-

годня работает около 700 предприятий сферы информационных технологий, которые включают в себя производственные центры, а также центры исследований и разработок. При этом Нижегородская область выступает одним из российских лидеров по экспортному потенциалу, прежде всего, в сфере производства программного обеспечения. Нижегородское программное обеспечение экспортируется приблизительно в 30 стран мира. Таким образом, Нижегородская область покрывает потребности в ИТ не только в рамках своего региона, но и выступает своеобразным регионом-донором в области ИТ по отношению к другим российским регионам и некоторым зарубежным странам. При этом, недостатком региональной модели цифровой экономики в Нижегородской области выступает то обстоятельство, что большинство нижегородских ИТ-предприятий работают по аутсорсинговой модели, то есть встраиваются в глобальную цепочку бизнес-процессов (например, осуществляют только техническую поддержку бизнес-процесса), в то время, как предприятий, которые полностью производят свой продукт на территории области существенно меньше, а именно такие предприятия являются локомотивом регионального цифрового развития. Также важными проблемами являются нехватка ИТ-кадров в регионе и недостаточный уровень региональной поддержки. Для решения этих проблем были сформулированы основные стратегические задачи в области информационно-комму-

никационных технологий (ИКТ), такие как: развитие цифровой экономики в регионе, развитие ИТ-предпринимательства, формирование имиджа развитого ИТ-региона и развитие ИТ-инфраструктуры.

Также важными задачами в рамках реализации стратегии регионального развития выступают: совершенствование компьютерных навыков у населения старшего возраста, развитие телемедицины, дополнительное образование и предоставление государственных услуг в электронном виде, в том числе, с использованием портала госуслуг. Для решения поставленных задач требуется интеграция действий органов государственной и муниципальной власти, представителей бизнеса и населения.

Можно отметить, что проблемы и задачи, сформулированные для Нижегородской области, в целом, носят универсальный характер и могут быть рассмотрены как важнейший элемент функционирования цифровой экономики любого региона.

Вторым ключевым вопросом является определение региональных различий в области использования цифровых технологий в РФ, которое исследуется авторами на примере определения уровня использования госуслуг, потребляемых в цифровом виде в различных федеральных округах и регионах РФ. Также в рамках исследования авторами выявляются причины таких различий, что необходимо для формирования перечня перспективных направлений совершенствования электронных госуслуг в частности и всей системы цифровой экономики в РФ в целом.

Несмотря на довольно высокий уровень информатизации в РФ в целом, представители экспертного сообщества отмечают, что он имеет существенные региональные различия. Так, руководитель решений для электронного правительства (фирма «Крок») Ю.Гилев отмечает, что во многих регионах ведется работа с печатной версией документов, а цифровой документ является вторичным, в то время как в эпоху цифровых технологий работа должна вестись именно с цифровым документом, а печатный документ должен быть копией «по запросу» [4].

Одним из наиболее удобных на сегодняшний день способом взаимодействия в рамках одной платформы является взаимодействие представителей власти, бизнеса и населения с использованием портала государственных услуг. Соответственно, развитие данного ресурса является одним из ключевых пока-

зателей высокого уровня развития цифровой экономики на уровне региона и в национальной экономике. Актуальность данного способа взаимодействия обусловлена снижением временных и финансовых трат, преодолением территориального неудобства и быстрым осуществлением транзакций с использованием цифровой платформы.

Для того чтобы оценить важность государственных услуг, предоставляемых в электронном виде, рассмотрим сначала некоторые направления их предоставления [5]. Прежде всего, наибольшим спросом у представителей населения пользуются медицинские услуги. Так, с использованием портала госуслуг в 2021 году появилась возможность записаться на прививку против COVID-19. Также с использованием портала (необходима подтвержденная учетная запись) можно получить следующие медицинские услуги: запись на прием к врачу, оформить заявку на получение высокотехнологичной помощи и др.

Второе место по популярности на сервисе электронных госуслуг занимают сервисы для проверки налоговых задолженностей для юридических и физических лиц, который доступен как пользователем компьютерной версии сайта (настольной), так и пользователям интернет-приложения. Также представители бизнеса с использованием данного сервиса смогут получить данные о начале предпринимательской деятельности, государственной регистрации юридических лиц и ИП.

Таким образом, портал госуслуг является ключевым звеном системы коммуникаций, связывающий органы власти с представителями бизнеса и населения.

Ввиду важности данного инструмента, к 2024 году, в соответствии с Распоряжением Правительства РФ, в России должна быть полностью сформирована система цифровой экономики, а важнейшим ее звеном является объем и качество государственных услуг, предоставляемых с использованием соответствующего цифрового портала.

Для определения путей развития цифровой экономики РФ, в таком случае, потребуется определить регионы – лидеры и регионы – аутсайдеры по потреблению электронных госуслуг и определить причины соответствующего отставания [6].

Наше исследование было проведено как в разрезе федеральных округов, так и входящих в них регионов, а также отдельных городов.

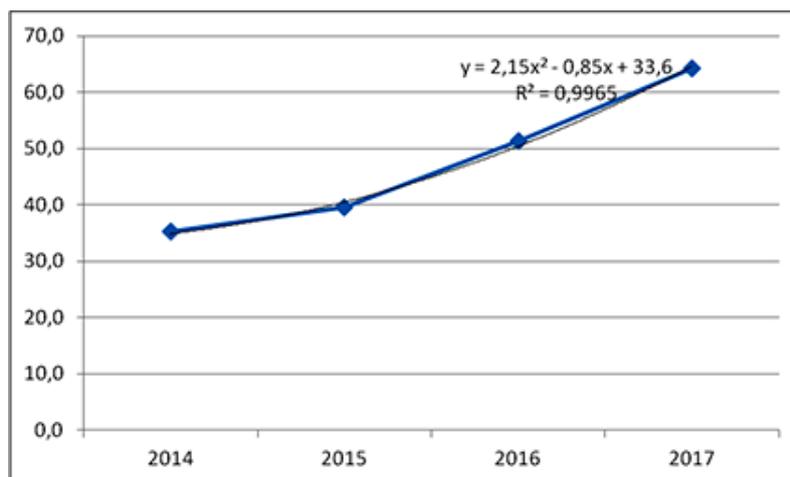


Рис. 3. Доля юридических и физических лиц в РФ, получающие электронные государственные услуги, %

Используя данные официальной статистики, представленные в источнике [6], авторами был проведен корреляционно-регрессионный анализ, который позволил определить повышающий четкий тренд (тенденцию) в развитии электронных государственных услуг, что проиллюстрировано на рис. 3.

Результаты исследования и их обсуждение

В соответствии с рис.3 можно сделать следующий вывод: с 2014 по 2017 года существенно увеличилась доля государственных и муниципальных услуг в электронной форме, с 35 до 64%. С использованием электронных таблиц MS Excel авторами было определено, что наиболее подходящим трендом является квадратичный тренд вида $y=2,15x^2-0,85x+33,6$, где y – доля государственных услуг, предоставляемых в электронном виде, а x – номер года. Высокое качество построенной модели характеризует высокое значение коэффициента детерминации $R^2 = 0,997$, близкое к 1. В соответствии с данной моделью можно сделать прогноз, что к концу 2020 года доля электронных госуслуг составила 97%. Через некоторое время будут обработаны официальные статистические данные и можно будет говорить о верификации такого прогноза.

Конечно, такие результаты, с одной стороны, позволяют говорить о высоком уровне государственных услуг в цифровой форме на территории РФ. Однако анализ был бы

крайне неполным, если бы мы не исследовали региональные различия в цифровом развитии на территории РФ. Для этого, на основании данных официальной статистики, нами был сформирован перечень федеральных округов. Он был проранжирован по убыванию от регионов, имеющих наибольший удельный вес граждан, получающих госуслуги в электронном виде до федеральных округов с наименьшей долей таких граждан. Результаты данного анализа представлены в табл. 2.

Регионами – лидерами, в соответствии с рассмотренной таблицей, выступили Центральный и Приволжский федеральные округа, а регионом – аутсайдером выступил Северо-Кавказский федеральный округ. При этом доля госуслуг, потребляемых в этом регионе в цифровом виде, более 50% – это внушает определенный оптимизм, при том, что необходимо грамотно подойти к ускоренному развитию данного округа в разрезе данного индикатора. Для этого потребуются создание эффективной инфраструктуры, грамотной рекламной компании, стимулирования в виде акций (например, в виде скидок при приобретении госуслуг через сервис при оформлении загранпаспорта и др.).

Также в рамках нашего исследования было определено, что и внутри округов цифровое развитие не является равномерным. Так, в Центральном федеральном округе лидируют по объему потребленных госуслуг Москва и Московская область (70 и 86% соответственно). При этом, в Мо-

сковской области в 2017 году рост доли граждан, которые используют госуслуги составил 300% по сравнению с 2014 годом (86% против 28% соответственно). То есть, Московская область обогнала по темпам роста потребленных госуслуг Москву, где данный показатель составил 130%. Лидерами, кроме Москвы и Московской области, выступили: Владимирская, Тульская, Ярославская, а также Белгородская области. В отстающих оказались Тверская и Костромская области. Причем, к Костромской области зафиксирован существенный рост с 10 до 40%.

В Приволжском федеральном округе, который стал вторым в ранжированном списке после Центрального федерального округа, лидерами выступили: Республики Татарстан, Башкортостан, Мордовия. Сре-

ди области «отличились»: Нижегородская, Оренбургская и Пензенская области.

Как уже отмечалось ранее в статье, Нижегородская область является одним из драйверов цифровой экономики на территории РФ. Об этом свидетельствует, в том числе, тот факт, что область находится на девятом месте среди всех регионов РФ по интегральному индексу ИТ-развития, рассчитываемого Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ.

Другим важным показателем, по которому можно говорить о цифровом лидерстве Нижегородской области, является высокий процент и положительная динамика роста госуслуг практически в два раза с 34% в 2014 году до 63% в 2017 году. Динамика роста доли госуслуг в Нижегородской области представлена на рис. 4.

Таблица 2

Ранжированный список федеральных округов по доле электронных госуслуг

Наименование федерального округа	Доля граждан, получающих госуслуги в электронном виде, %
Центральный федеральный округ (ЦФО)	71,3
Приволжский федеральный округ (ПФО)	67,2
Южный федеральный округ (ЮФО)	64,3
Сибирский федеральный округ (СФО)	59,6
Уральский федеральный округ (УФО)	58,9
Дальневосточный федеральный округ (ДФО)	56,5
Северо-Западный федеральный округ (СЗФО)	56
Северо-Кавказский федеральный округ (СКФО)	53

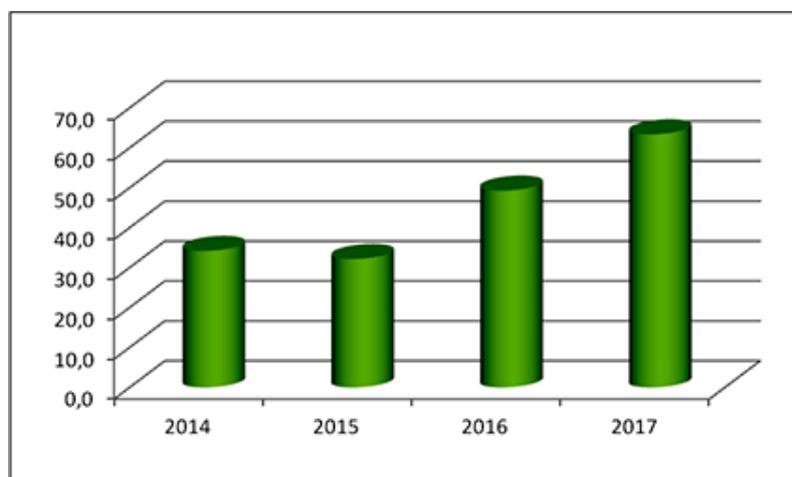


Рис. 4. Динамика изменения доли госуслуг в Нижегородской области в период 2014–2017 гг.

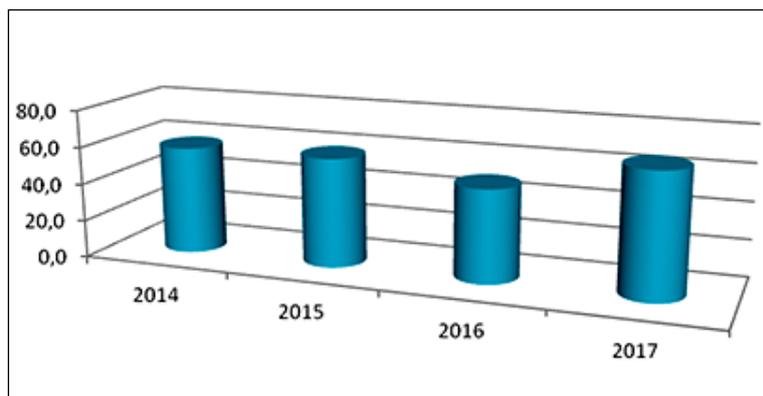


Рис. 5. Динамика изменения доли электронных госуслуг в Калининградской области, 2014-2017 гг.

Таблица 3

Регионы – лидеры по доле потребленных в электронном виде государственных услуг

Наименование региона, округ	Доля потребленных услуг, %
Московская область, ЦФО	86
Республика Татарстан, ПФО	81
Смоленская область, ЦФО	75
Тульская область, ЦФО	75

Для того чтобы рассмотреть более детально особенности регионального цифрового развития, рассмотрим также Северо-Западный федеральный округ. В нем основными потребителями госуслуг выступают Архангельская и Калининградская области. При этом в Калининградской области рост доли электронных госуслуг – всего лишь 10% в 2017 году по сравнению с 2014 годом. При этом этот показатель не свидетельствует о слабом развитии, а говорит о том, что уже изначально в 2014 году этот показатель был очень высоким и Калининградская область даже обогнала Москву (57,5% против 54,9%), в 2017 году Москва обогнала Калининградскую область (69,7% против 65,8%). При этом Калининградская область до настоящего времени является одним из лидеров в потреблении цифровых (электронных) госуслуг. Динамика изменения доли населения Калининградской области, использующей цифровые госуслуги в 2014-2017 годах, представлена на рис. 5.

Если говорить о ранжировании регионов-лидеров внутри федеральных округов, то результаты такого анализа представим в табл. 3.

При проведении регионального развития было определено, что аутсайдерами стали такие регионы, как: Орловская, Тверская, а также Костромская область (ЦФО), Респу-

блики Карелия, Новгородская и Мурманская области (СЗФО). Самые низкие показатели – в Еврейском и Чукотском автономных округах. Там доля потребленных госуслуг в цифровом виде составила менее 20%.

Данный разрыв связан с географическими различиями, а также разной степенью оснащенности техникой и технологиями различных регионов. Свою роль играет и менталитет, то есть склонность или несклонность граждан тех и иных регионов РФ к использованию цифровых технологий из-за различий в культуре, традициях, верованиях и т.д.

Выводы

Ключевыми результатами представленного исследования можно назвать следующие выводы, подтверждаемые статистическими данными и аналитическими расчетами:

1. Для эффективного развития региональной системы цифровизации, необходимо решение задач по следующим четырем направлениям: развитие цифровой экономики в регионе, развитие ИТ-предпринимательства, формирование имиджа развитого ИТ-региона и развитие ИТ-инфраструктуры;

2. Развитие сектора госуслуг является одним из ключевых показателей развития региональной и национальной экономики;

3. Потребление государственных услуг в цифровом (электронном) виде может быть описано с использованием квадратичного тренда, что позволяет предсказать (при относительной стабильности сложившихся тенденций) уровень потребления цифровых госуслуг на будущие периоды;

4. Несмотря на существенный уровень развития цифровой экономики в РФ, особенности в части предоставления государственных услуг в электронном виде, сохраняются существенные региональные различия. При этом регионы – аутсайдеры существенно снижают цифровой рейтинг РФ;

5. Различия в цифровом развитии регионов связано с большим количеством вопросов, в частности: с информационно-телекоммуникационной инфраструктурой, географическими различиями, а также различиями в менталитете населения различных российских территорий;

6. Необходимо повышение охвата населения государственными электронными услугами, при этом задачей государства

является улучшение качества таких услуг и расширение их ассортимента;

7. Одним из ключевых направлений в развитии информационных является разработка и совершенствование различными организациями своих интернет-сайтов, причем, как настольных, так и мобильных версий;

Применение электронных транзакций позволяет упростить взаимодействие государства, граждан и бизнеса.

Также в заключение статьи следует отметить ряд перспективных направлений в области цифровых госуслуг:

1. Интеграция ведомственных сетей с сервисом гибридной почты (поставщик сервиса- Почта России);

2. Разработка портала открытых данных различных уровней;

3. Передача предоставления части госуслуг коммерческим структурам, в частности, банкам, которые благодаря накопленному опыту смогут стать квалифицированными поставщиками подобных услуг [7-9].

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00932.

Библиографический список

1. Результаты исследования Оксфордского института экономической политики Oxford Economics совместно с AT&T, Cisco, Citi, PwC & SAP «The New Digital Economy: how it will transform business», 2011. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pwc.com/mt/en/publications/assets/the-new-digital-economy.pdf> (дата обращения: 15.02.2020).

2. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М.: Эксмо, 2016.

3. Официальные данные Нижегородстата РФ. [Электронный ресурс]. URL: http://nizhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/nizhstat/resources/d76eac8045d04156b75effe75978d42e/Удельный+вес+организаци2-2017.htm (дата обращения: 15.02.2020).

4. Госуслуги 2.0 или какими будут электронные услуги через несколько лет. [Электронный ресурс]. URL: http://www.cnews.ru/articles/2017-11-30_gosuslugi_20_ili_kakimi_budut_elektronnye_uslugi_cherez_neskolko (дата обращения: 15.02.2021).

5. Официальный портал государственных услуг РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gosuslugi.ru> (дата обращения: 15.02.2021).

6. Выдержка из приказа Росстата от 13.02.2017 № 90 (ред. от 13.04.2017) «Об утверждении формы федерального статистического наблюдения «Анкета выборочного обследования населения по вопросам использования информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей»». [Электронный ресурс]. URL: <http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2018/02/anketa.pdf> (дата обращения: 15.02.2021).

7. Борисов С.А., Захарова С.Г. Феномен цифровой экономики и информационного общества и его значение для повышения качества жизни населения // Экономика и общество. 2018. № 3(6). С. 11-21.

8. Борисов С.А. Формирование и совершенствование системы управления цифровой экономикой как инструмент реализации стратегии развития региона (на примере Нижегородской области) // Государственная власть и местное самоуправление. 2018. № 12. С. 8-12.

9. Яшин С.Н., Борисов С.А. Развитие цифровой экономики как важнейший вектор государственной политики в РФ: проблемы и перспективы // Государственная власть и местное самоуправление. 2019. № 3. С. 53-58.

УДК 343.34

Д. Л. Никишин

Институт Академии ФСИН России, Рязань

Д. О. Орешкова

Академия ФСИН России, Рязань, e-mail: fuf62@mail.ru

**КРАТКИЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
УГОЛОВНО-ПРАВОВОЙ БОРЬБЫ С ПРЕСТУПЛЕНИЯМИ
В СФЕРЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Ключевые слова: информационные технологии, киберпреступность, Интернет-ресурсы, меры предупреждения компьютерных преступлений, уголовно-правовая борьба с преступлениями в сфере информационных технологий, личность преступника.

Статья посвящена актуальным проблемам преступлений в сфере компьютерной информации. В частности, авторы научной статьи рассматривают основные аспекты преступлений данного вида. В статье анализируется сущность компьютерной преступности, ее причины, условия зарождения и дальнейшего «развития». Авторы статьи называют и характеризуют основные группы мер предупреждения компьютерных преступлений, к которым, в частности, можно отнести: правовые, организационно-технические и криминологические меры. Отмечается, что профилактика и предупреждение любых, в том числе и компьютерных преступлений, должна носить комплексный характер и относиться к компетенции государственных органов, а не различных коммерческих структур. Проанализировав материалы ряда уголовных дел, а также статистические данные, авторы статьи предлагают примерное описание портрета личности преступника, совершившего преступление в сфере информационных технологий: дается описание его характера, социального положения, умственных способностей, рассматривают возрастные, половые, социальные и нравственные особенности преступников. Авторами делается вывод о том, что современные уголовно-правовые способы борьбы с компьютерными преступлениями, несомненно, нуждаются в дальнейшем изучении, которое позволит выявить важнейшие проблемные аспекты и вопросы, что позволит найти наиболее верные пути их решения.

D. L. Nikishin

Institute of the Academy of Law Management of the Federal Penitentiary Service of Russia, Ryazan

D. O. Oreshkova

The Academy of Law Management of the Federal Penitentiary Service of Russia, Ryazan, e-mail: fuf62@mail.ru

**SHORT ANALYTICAL ANALYSIS
OF THE CRIMINAL LAW FIGHT AGAINST CRIMES
IN THE FIELD OF COMPUTER INFORMATION**

Keywords: information technology, cybercrime, Internet resources, measures to prevent computer crimes, criminal law fight against crimes in the field of information technology, identity of the perpetrator.

The article is devoted to topical problems of crimes in the field of computer information. In particular, the authors of the scientific article consider the main aspects of this type of crime. The article analyzes the essence of computer crime, its causes, conditions of origin and further “development”. The authors of the article name and characterize the main groups of measures to prevent computer crimes, which, in particular, include: legal, organizational, technical and criminological measures. It is noted that the prevention and prevention of any crime, including computer crimes, should be comprehensive and fall under the competence of state bodies, and not various commercial structures. After analyzing the materials of a number of criminal cases, as well as statistical data, the authors of the article offer an approximate description of the personality portrait of a criminal who committed a crime in the field of information technology: a description of his character, social status, mental abilities is given, and the age, sex, social and moral characteristics of criminals are considered. The authors conclude that modern criminal law methods of combating computer crimes undoubtedly need further study, which will reveal the most important problematic aspects and issues, which will allow finding the most correct ways to solve them.

На сегодняшний день одним из наиболее актуальных направлений политики государства является борьба с таким видом преступлений, как преступления в сфере компьютерной информации. В первую очередь, это обусловлено тем, что с каждым днем жизнь людей все больше и больше начинает зависеть от IT-технологий. Ежедневно люди пользуются Интернет-ресурсами, заходят в различные социальные сети; работа большинства специалистов связана именно с информационными технологиями... [1]

С ростом значимости компьютерных технологий в жизни общества наблюдается постепенное увеличение числа правонарушений в данной сфере.

Следует отметить, что стремительное нарастание информационных разработок, внедрение достижений науки и технического прогресса во все сферы общества обуславливают не только коренные прогрессивные изменения в составе факторов экономического развития России, но и порождают негативные тенденции развития преступного мира, приводят к появлению новых форм и видов преступных посягательств. Это может проявляться, например, в том, что преступники зачастую в своей деятельности прибегают к новейшим достижениям компьютеризации.

Важнейшим (и в то же время тревожнейшим) последствием этого становится зарождение и развитие в России нового вида преступных посягательств, которые ранее не были известны отечественной юридической науке и судебной практике, – преступлений, связанных с использованием средств компьютерной техники и информационно-обрабатывающих технологий, т.е. компьютерных преступлений.

Целью данного исследования является изучение особенностей преступлений в сфере компьютерной информации и нахождение возможных путей предупреждения таких преступлений. Методологическую основу исследования составляют общенаучные и частно-научные (историко-правовой, статистический) методы познания.

Рассматриваемые преступления нашли свое отражение в главе 28 УК РФ – «Преступления в сфере компьютерной информации». К ним относятся:

- неправомерный доступ к компьютерной информации (статья 272 УК РФ);
- создание, использование и распространение вредоносных программ (статья 273 УК РФ);

- нарушение правил эксплуатации средств хранения, обработки или передачи компьютерной информации и информационно-телекоммуникационных сетей (статья 274 УК РФ);

- неправомерное воздействие на критическую информационную инфраструктуру Российской Федерации (статья 274.1 УК РФ).

В настоящее время с развитием всех сфер общества в эпоху глобальной информатизации компьютерная преступность стала реальностью.

Государственное обеспечение безопасности общества от компьютерной преступности заключается в принятии *правовых* (направленных на формирование современного законодательства, призванного регулировать указанные правонарушения, а также устанавливающего адекватную уголовную и другие виды ответственности) и *организационных* (создание надежной материально-технической базы и подготовку высококвалифицированных специалистов) мер.

В сложившейся ситуации необходимо точно изучить и проанализировать сущность компьютерной преступности, причины и условия ее зарождения и дальнейшего «развития».

Понятие «компьютерная преступность» впервые было зафиксировано в начале 60-х годов в американских источниках. Компьютерная информация является предметом и (или) средством совершения преступления. Другими словами, компьютерная преступность – это особый вид преступлений, который связан с незаконным использованием современных информационных технологий и средств компьютерной техники.

Информационные технологии (ИТ) как важнейшая область науки и техники оказывают значительное влияние на все сферы общества, в какой-то степени ограничивают затраты труда людей и природных ресурсов, благотворно влияют на образовательную, социально-культурную деятельность человека [2].

В соответствии с определением, принятым ЮНЕСКО, под информационными технологиями следует понимать совокупность связанных между собой дисциплин научного, технологического, инженерного характера, которые изучают:

- методы эффективной организации труда людей, работающих в сфере информационных технологий;

– вычислительную технику и методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием;

– связанные с этим социальные, экономические и культурные проблемы и аспекты.

Информация становится продуктом общественных (информационных) отношений, начинает приобретать товарные черты и становится продуктом купли-продажи. В результате чего возникают и формируются новые социальные отношения. На сегодняшний день можно констатировать значительный объем договорных отношений, связанных с изготовлением, передачей, накоплением и использованием информации в самых различных её формах: научно-технической документации, программного обеспечения ЭВТ, баз данных, систем управления базами данных (СУБД) и т.д. [3].

Криминологически значимы следующие факторы (причины и условия) совершения компьютерных преступлений:

- компьютерная преступность характеризуется высокой степенью латентности, что обусловлено спецификой данных преступлений, и очень низким количеством сообщений от потерпевших о фактах преступлений;

- малочисленность в правоохранительных органах подготовленных кадров и проблемы квалификации действий преступников;

- высокий материальный ущерб от компьютерных преступлений и преобладание корыстных мотивов их совершения характеризуют компьютерную преступность как корыстную и вредоносную;

- компьютерная преступность зачастую носит транснациональный характер, основанный на стремительном развитии и использовании телекоммуникационных средств и систем получения информации (Internet);

- компьютерная преступность характеризуется высокими темпами развития способов и методов совершения преступлений, которые тесно связаны с резкими темпами роста научно-технического прогресса и компьютерной грамотностью в обществе;

- сокращение высококвалифицированных специалистов, обслуживавших структуры военно-промышленного комплекса (ВПК), различные научно-исследовательские центры, лаборатории и институты; именно за счет такой категории специалистов современная преступность не испыты-

вает недостатка в кадрах, способных эффективно и на высоком уровне использовать новейшие компьютерные системы, электронные средства, свои профессиональные знания и умения в преступных целях;

- стремительный количественный рост преступности и её качественные изменения, обусловленные обострением противоречий в различных областях общественной жизни, частой реорганизацией системы правоохранительных органов, несовершенство законодательной базы, серьезные упущения в правоприменительной практике, на наш взгляд, способствуют ускорению процессов развития компьютерной преступности как социального явления [4].

По данным службы безопасности Центробанка (ЦБ) России [5] в период с 2010 по 2019 гг. выявлено и пресечено более 17 000 000 попыток незаконного получения денежных средств с применением компьютеров. Полный ущерб от данного вида преступлений с учетом возможных хищений в коммерческих банках, на рынках ценных бумаг и фондовых биржах оценить практически невозможно. Российское государство терпит колоссальные потери в результате неорганизованности рынка программного обеспечения для электронно-вычислительных машин (ЭВМ). Кража программного обеспечения, разрабатываемого российскими специалистами, по оценкам экспертов, составляет около 90%. Значительные, и вместе с тем никем не определяемые, потери происходят в результате распространения на российском рынке программного обеспечения ЭВМ программных «вирусов». В календарный квартал фиксируется появление от 25 до 35 новых видов компьютерных «вирусов».

Анализ, проведенный Академией Федеральной службы безопасности (ФСБ) России, показал, что в настоящее время наблюдается тенденция образования неформальных групп – так называемых «хакеров» (компьютерных взломщиков), в частности, такие группы могут формироваться и в учебных заведениях. Имеются данные о привлечении «хакеров» к подготовке преступлений, например, в финансовой сфере, на фондовом рынке, с их помощью ведется отслеживание и контроль информации, которая хранится в информационно-справочных и учетных компьютерных системах правоохранительных органов как России, так и зарубежных стран.

На основе анализа специальной литературы по вопросам теории и практики борьбы с компьютерной преступностью выделим три основные группы мер предупреждения компьютерных преступлений, составляющих в своей совокупности целостную систему борьбы с рассматриваемым социально опасным явлением:

- а) правовые;
- б) организационно-технические;
- в) криминологические.

Группу правовых мер предупреждения компьютерных преступлений, в большей степени, составляют нормы законодательства, которые устанавливают уголовную ответственность за противоправные деяния. Первыми нормативными актами, регламентирующими порядок правовой защиты авторских прав на программные средства компьютерной техники и топологии интегральных микросхем в сфере электронно-вычислительной техники, являются Закон РФ от 23.09.1992 г. «О правовой охране программ для электронно-вычислительных машин и баз данных» и «Закон РФ от 23.09.1992 № 3526-I «О правовой охране топологий интегральных микросхем».

Далее принимаются Федеральный закон от 16 февраля 1995 г. № 15-ФЗ «О связи» и Федеральный закон от 20 февраля 1995 г. № 24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» (на сегодняшний день они утратили силу). Данные нормативные акты позволяли регулировать правовые отношения в сфере информационного обмена и обработки информации, в т.ч. с использованием средств новых информационных технологий.

Самым прогрессивным шагом на пути правового регулирования отношений в сфере высоких технологий, к которым относится и сфера компьютерной информации, по праву считается принятие Уголовного кодекса в 1996 году, устанавливающего уголовную ответственность за компьютерные преступления в России и выделяющего информацию в качестве объекта уголовно-правовой охраны. Данным нормативно-правовым актом отечественное уголовное законодательство приводится в соответствии с общепринятыми международными правовыми нормами.

Следует отметить, что только лишь правовые меры не всегда помогают достичь желаемого результата в предупреждении преступлений, и в этом случае сле-

дующим этапом становится применение мер организационно-технического свойства для защиты средств компьютерной техники от противоправных посягательств на них. Эти меры могут играть серьезную общепрофилактическую роль в борьбе с компьютерными преступлениями при их правильном и комплексном использовании.

Отечественные исследователи считают, что «в охране нуждаются не только материальные ценности, но и информационные ресурсы, а контроль за их сохранностью – такая же профилактическая мера в отношении компьютерных преступлений, как и профилактика в любой другой сфере» [6].

На наш взгляд, к организационно-техническим мерам предупреждения компьютерных преступлений является возможным отнесение следующих составляющих:

- а) соответствие управленческих процедур требованиям компьютерной безопасности;
- б) разработка вопросов технической защиты компьютерных залов и компьютерного оборудования;
- в) разработка стандартов обработки данных и стандартов компьютерной безопасности;
- г) осуществление кадровой политики с целью обеспечения компьютерной безопасности и ряд других.

С помощью мер технического характера (аппаратные, программные) осуществляется защита компьютерной техники от вредоносных физических воздействий, утечки конфиденциальной информации. Реализуются данные меры при помощи определенных технических устройств, к которым можно отнести источники бесперебойного питания, устройства экранирования аппаратуры, средства охранно-пожарной сигнализации и др. [7]

Существует позиция, что к числу организационно-управленческих мер предупреждения компьютерной преступности относятся:

- 1) предотвращение утечки, хищения, утраты, искажения и подделки информации;
- 2) предотвращение несанкционированных действий в данной сфере;
- 3) обеспечение правового режима функционирования документированной информации;
- 4) сохранение государственной тайны и конфиденциальности документированной информации;

5) обеспечение прав субъектов в информационных процессах и при разработке, производстве и применении информационных систем, технологий и средств их обеспечения и др.

Ряд специалистов выделяют такие меры предупреждения и профилактики компьютерных преступлений, как:

- обеспечение поддержки со стороны руководства конкретной организации, требования защиты средств компьютерной техники;
- разработка комплексного плана защиты информации;
- определение приоритетных направлений защиты информации в соответствии со спецификой деятельности организации;
- составление общей сметы расходов финансирования охранных мероприятий в соответствии с разработанным планом и утверждение её в качестве приложения к плану руководством организации;
- определение ответственности сотрудников организации за безопасность информации в пределах установленной им компетенции путем заключения соответствующих договоров между сотрудником и администрацией предприятия, учреждения, организации и т.п.;
- разработка, внедрение и контроль за исполнением различного рода инструкций, правил и приказов, регламентирующих формы допуска, уровни секретности информации, конкретных лиц, допущенных к работе с секретными данными.

Проанализировав основные меры предупреждения и профилактики борьбы с преступлениями в сфере компьютерной информации, опишем личность преступника, который может совершить противоправные деяния данного вида.

В целом преступник – это человек, совершивший преступление. Данному лицу, как правило, присущи определенные психологические особенности, антиобщественные взгляды, отрицательное отношение к нравственным ценностям и выбор общественно-опасного пути для удовлетворения своих потребностей или не проявления необходимой активности в предотвращении отрицательного результата. Изучение личности преступника осуществляется в основном с целью выявления, анализа и оценки тех её качеств, которые порождают преступное поведение, в целях его профилактики.

Как отмечалось в докладе генерального секретаря Организации Объединенных Наций (ООН), мировой опыт свидетельствует о том, что по мере развития в мире техники и появления специалистов более высокой квалификации «...появляется все больше талантливых людей для изобретения новых уникальных способов совершения преступлений, особенно в области информационно-обработывающих технологий» [8].

Проанализировав материал 105 уголовных дел, можем в определенной мере судить о личности преступника, совершившего преступление в сфере компьютерной информации. В данном случае мы обобщаем все преступления, которые подпадают под деяния, обозначенные в главе 28 Уголовного кодекса РФ.

В контрольную группу было включено 50 уголовных дел, по которым проходило 33 преступника. Среди преступников значительно больше мужчин (96%), чем женщин (их доля составляет 4%). Возрастная характеристика преступников позволяет делать выводы о криминогенной активности и особенностях преступного поведения представителей различных возрастных групп, которые разделились следующим образом:

- 14-18 лет – 0%;
- 18-25 лет – 13%;
- 26-30 лет – 21%;
- 31-35 лет – 29%;
- 36-50 лет – 37%;
- старше 50 лет – 0%.

Значительная часть преступников состояла в официальном (т.е. юридически зарегистрированном) или незарегистрированном браке.

Обратим внимание на уровень образования лиц, совершивших преступления в сфере компьютерной информации. Эти данные распределились следующим образом:

- среднее – 17%;
- незаконченное высшее – 24%;
- высшее – 59%.

По уровню образования лиц, совершивших преступления в сфере компьютерной информации можно с большой долей уверенности сказать, что это одно из самых «интеллектуальных» общественно опасных явлений из всего спектра преступности в России. Практическое большинство преступников занималось трудовой деятельностью, непосредственно связанной с доступом к компьютерному обеспечению.

Их доля составляет около 90%. Из общего числа лиц, привлеченных к уголовной ответственности по изученным делам, около 4% были ранее судимыми. У всех преступников доминировала корыстная цель.

Таким образом, проанализировав особенности уголовно-правовой борьбы с преступлениями в сфере компьютерной информации и IT-технологий, отметим, что профилактика и предупреждение любых, в том числе и компьютерных преступлений, должны носить комплексный характер и относиться к компетенции государственных органов, а не различных коммерческих структур. С большой долей вероятностью, актуальность и значимость проблем, касающихся научных разработок в области компьютерной безопасности, будет возрастать пропорционально процессу увеличения количества и качества совершаемых компьютерных преступлений.

Следует отметить, что современные уголовно-правовые способы борьбы с компьютерными преступлениями, безусловно, нуждаются в дальнейшем изучении, которое позволит выявить наиболее важные проблемные аспекты и вопросы, что позволит найти наиболее верные пути их решения. Представляется, что значение закрепления в структуре УК РФ преступлений в сфере компьютерной информации обладает повышенной значимостью, так как компьютерные технологии положены в основу работы многих важных систем, которые обеспечивают достойную жизнедеятельность общества и государства.

Следует отметить, что современные уголовно-правовые способы борьбы с компьютерными преступлениями, безусловно, нуждаются в дальнейшем изучении, которое позволит выявить наиболее важные проблемные аспекты и вопросы, что позволит найти наиболее верные пути их решения. Представляется, что значение закрепления в структуре УК РФ преступлений в сфере компьютерной информации обладает повышенной значимостью, так как компьютерные технологии положены в основу работы многих важных систем, которые обеспечивают достойную жизнедеятельность общества и государства.

Библиографический список

1. Ермолаева В.В., Пикина Е.Е. Влияние информационных технологий на жизнь человека // Молодой ученый. 2018. № 22 (208). С. 42-44.
2. Гвоздева В.А. Базовые и прикладные информационные технологии: учебник. М.: ИД «ФОРУМ»; ИНФРА-М, 2019.
3. Карась И.З. Экономический и правовой режим информационных ресурсов. В кн.: Право и информатика. М.: МГУ, 1998. С. 40-59.
4. Методика обучения информационными технологиями: учеб. пособие / А.В. Тараканова, К.В. Садова, Е.А. Крайнова. Самара, 2016.
5. Справочный бюллетень ЦБ России, 2019. С. 13.
6. Черкасов В.Н. Теория и практика решения организационно-методических проблем борьбы с экономической преступностью в условиях применения компьютерных технологий. М., 2004. 113 с.
7. Деятельность органов внутренних дел по борьбе с преступлениями, совершенными с использованием информационных, коммуникационных и высоких технологий: учебное пособие: в 2 ч. / А.В. Аносов и др. М.: Академия управления МВД России, 2019. Ч. 1. 208 с.
8. Доклад генерального секретаря ООН «Воздействие организованной преступной деятельности на общество в целом». Материалы Комиссии ООН по предупреждению преступности и уголовному правосудию. Вена, 13-23 апреля. E/CN. 15/2016/3.