

Журнал «Казанский экономический вестник» входит в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук, утвержденных ВАК РФ.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Научный консультант

И.Р. Гафуров, доктор экономических наук, профессор

Научный редактор

Н.Г. Багаутдинова, доктор экономических наук, профессор

Главный редактор

А.Р. Сафиуллин, доктор экономических наук, доцент

Члены редколлегии:

Ж.М. Аяпова, кандидат экономических наук, доцент, директор Бизнес-школы АО «Казахский гуманитарно-юридический университет» (г. Астана, Республика Казахстан);

В.И. Вагизова, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

Х.Н. Кафтанджиев, доктор философских наук, профессор, Софийский университет «Св. Климент Охридски»;

Н.В. Киносьян, PhD, Университет Кардиффа (г. Кардифф, Уэльс, Великобритания), ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

И.А. Киришин, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

И.К. Кочар, PhD, Экономический университет во Вроцлаве (г. Вроцлав, Польша);

Л.И. Куликова, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

Р.М. Марданшина, кандидат педагогических наук, доцент, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

А.Р. Масалимова, доктор педагогических наук, доцент, Институт психологии и образования, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

А.Н. Мельник, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

В.И. Питербарг, доктор физико-математических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»;

Е.Г. Попкова, доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»;

Л.Н. Сафиуллин, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

М.Р. Сафиуллин, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

Н.З. Сафиуллин, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

А.Ю. Соколов, доктор экономических наук, доцент, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

Б.В. Соколов, доктор технических наук, профессор, ФГБУН «Санкт-Петербургский институт информатики и автоматизации Российской академии наук»;

Е.В. Фахрутдинова, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

А.И. Шигаев, доктор экономических наук, доцент, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет».

Учредитель издания

ФГАОУ ВО

«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Адрес редакции:

420012,

Республика Татарстан,

г. Казань,

ул. Бутлерова, д. 4.

Тел. 2-91-13-26

Электронная версия журнала

«Казанский экономический вестник»

<http://www.ej.kpfu.ru>

Журнал включен

в Реферативный журнал и Базы данных ВИНИТИ.

Сведения о журнале ежегодно публикуются в международной справочной системе по периодическим и продолжающимся изданиям “Ulrich’s Periodicals Directory”

Договор с ВИНИТИ

R0181/034-06

Редакторы:

Е.А. Волошина

Р.Р. Аубакиров

Компьютерная верстка:

А.И. Галиуллина

Основан в 2005 году

Зарегистрировано в федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-48457 от 31 января 2012 г.

Формат 60x84/8. Усл. печ. л. 17,2. Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 22.06.2022. Заказ 7/6.

© Институт управления, экономики и финансов КФУ, 2022

Отпечатано в типографии Издательства Казанского университета
Адрес издателя: 420008, г. Казань, ул. Профессора Нухина, 1/37
тел. (843) 233-73-59, 233-73-28
Свободная цена

Точка зрения авторов может не совпадать с позицией редакции.

Рукописи рецензируются и не возвращаются.

При перепечатке ссылка на «Казанский экономический вестник» обязательна.

The journal "Kazan economic vestnik" is included into the list of the leading reviewed scientific journals and editions, in which main scientific results of candidate and doctoral dissertations, approved by State Commission for Academic Degrees and Titles, must be published.

EDITORIAL BOARD

Scientific Adviser

I.R. Gafurov (Doctor of Economic Sciences, Full Professor)

Science Editor

N.G. Bagautdinova (Doctor of Economic Sciences, Full Professor)

Editor-in-chief

A.R. Safullin (Doctor of Economic Sciences, Docent)

Members of the Editorial Board:

Zh. Ayapova (Doctor of Science in Economics, Associate Professor, Head of the Business School 'Kazakh Humanitarian Law University', Astana, The Republic of Kazakhstan)

V. Vagizova (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

Kh. Kaftandzhiev (Doctor of Philological Sciences, Full Professor, Sofia University "St. Kliment Ohridski")

N. Kinoshyan (PhD, Cardiff University, Cardiff, Wales, United Kingdom, Kazan (Volga region) Federal University)

I. Kirshin (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

I. Kochar (PhD, Wrocław Economic University, Wrocław, Poland)

L. Kulikova (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

R. Mardanshina (Doctor of Pedagogic Sciences, Associate Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

A. Masalimova (Doctor of Pedagogic Sciences, Associate Professor, Institute of Psychology and Education, Kazan (Volga region) Federal University)

A. Melnik (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

V. Peterburg (Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Full Professor, Lomonosov Moscow State University)

E. Popkova (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Volgograd State Technical University)

L. Safullin (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

M. Safullin (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

N. Safullin (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

A. Sokolov (Doctor of Science in Economics, Associate Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

B. Sokolov (Doctor of Engineering Sciences, Full Professor, St. Petersburg Institute for Informatics and Automation of the Russian Academy of Sciences)

E. Fakhrutdinova (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

A. Shigaev (Doctor of Science in Economics, Associate Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

Founder of the edition
Kazan (Volga region)
Federal University

Editors Office address:

420012,
Tatarstan Republic,
Kazan, 4 Butlerov st.
Tel. 2-91-13-26

Internet version of the journal
"Kazan economic vestnik"
<http://www.ej.kpfu.ru>

The journal is included in the abstracting journal and VINITI database. The information about the journal is annually published in the international reference system on periodical and continuing publications "Ulrich's Periodicals Directory". Agreement with VINITI RO181/034-06

Editors:

E.A. Voloshina
P.P. Aubakirov

Computer lead out:

A.I. Galiullina

Founded in 2005

The journal is registered by the Federal Supervising Service on observance in the sphere of communication, information technologies and mass communications.
Registration certificate:
of January 31, 2012.

Format 60x84/8. Circulation 500 copies.
Release date 22.06.2022. Order № 7/6.
© Institute of Economics and Finance KFU, 2022
Printed at the publishing house
of the Kazan University
Publisher address: 420008, Kazan, 1/37 Professor
Nuzhin Str.
Tel. (843) 233-73-59, 233-73-28
Free price

The authors' view point may not coincide with the opinion of the Editorial Board.
The manuscripts are reviewed and are not returned.
When reprinted the reference to «Kazan economic vestnik» is required.

СОДЕРЖАНИЕ

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

- М. Ладжуз.* Проблемы кибератак в международной экономике..... 5
- Т.Г. Маглинова.* Высокие цены на энергоносители превращают цепочку поставок в двигатель глобальной инфляции11
- О.А. Степанова.* Влияние санкций 2022 г. на процессы цифровизации деятельности организаций экономики РФ 16

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

- К.Р. Галинурова.* Превентивно-синергетический подход к исследованию моделей управления современными организациями: сущность и особенности 21
- Э.М. Зарипова, М.У. Хафизов, А.И. Зарипов, Ф.Ф. Ибрагимова, И.Л. Зарипов.* Анализ экономических и клинических показателей медицинской организации при изменении макроэкономики на примере стоматологической клиники 27
- М.Р. Сафиуллин, М.В. Савеличев, Л.А. Гудяева.* Соотношение общественного и экономического благосостояний и роль экстерналий в их формировании 36
- Л.Н. Сафиуллин, А.И. Сахбиева.* Модификация отношений потребления в условиях цифровой экономики 47
- А.И. Подгорная, Д.М. Сафина, С.Г. Авдонина.* Исследование потенциала фрактальной организации в условиях непредсказуемой, быстро меняющейся бизнес-среды 53
- Д.М. Шакирова, Р.Ф. Камалиева, А.И. Амирова, Д.И. Хамидуллина, И.И. Галяутдинов, М.В. Мишин.* Сущность антикризисного управления организацией 59
- И.А. Шамсутдинова, Т.Ф. Палей.* Особенности прогнозирования и планирования деятельности нефтедобывающего предприятия в зависимости от этапа его жизненного цикла .. 66

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

- Г.М. Исхакова, Е.Б. Сайфеева, С.Ю. Левачкова.* Наиболее распространенные типовые схемы незаконного возмещения НДС в России 73
- Т.М. Малёнкина, А.М. Казанцева, Б.Л. Сафиуллин.* Оценка портфеля инвестора на основании балльной методики 80
- Г.Р. Шагеева.* Анализ факторов, влияющих на финансовые результаты банка (на примере компании ПАО «Сбербанк») 91

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

- А.А. Ахмадуллина.* Финансовые и нефинансовые факторы, влияющие на конкурентоспособность банков субъектов Российской Федерации..... 97
- С.И. Грудина, Е.Н. Кулик.* Труд и капитал: особенности развития региональных рынков нематериальных ресурсов 104

ВОПРОСЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

- Е.Н. Гарипова, Л.Г. Набиева, Д.Ш. Шакирова, В.В. Бронская, А.В. Большой, Е.Н. Кулик, А.С. Абдуллаева, Д.Р. Гиниятуллина, А.Ю. Ермоленко.* Исследование особенностей формирования академической мотивации студентов 109
- Л.Б. Ларионова, А.А. Шугаева.* Исследование психологического контракта в управлении трудовыми ресурсами организации (сравнение опыта российских и зарубежных компаний)..... 123

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

- Ю.Н. Божков, Е.А. Щетинина.* Инновационный маркетинг и проблема устойчивого развития социально-промышленных экосистем 129

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

- Э.И. Гибадуллин.* Понятие цифровой премии и анализ рынков 136

CONTENTS

WORLD ECONOMY

- M. Ladjouze.** Problems of cyberattacks in global economy 5
- T.G. Maglina.** High energy prices turn the supply chain into the engine of global inflation 11
- O.A. Stepanova.** Impact of the 2022 sanctions on the processes of digitalization of organizations' activities of the Russian economy 16

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY

- K.R. Galinurova.** Preventive-synergetic approach to research of management models of modern organizations: essence and features 15
- E.M. Zaripova, M.U. Khafizov, A.I. Zaripov, F.F. Ibragimova, I.L. Zaripov.** Analysis of the economic and clinical indicators of a medical organization with a change in macroeconomics on the example of a dental clinic..... 27
- M.R. Safullin, M.V. Savelichev, L.A. Gudyayeva.** The correspondence of social and economic welfare and the role of externalities in their formation..... 36
- L.N. Safullin, A.I. Sakhbieva.** Modification of consumption relations in the conditions of the digital economy 47
- A.I. Podgornaya, D.M. Safina, S.G. Avdonina.** Investigation of the potential of fractal organizations in conditions of unpredictable, rapidly changing bussiness environment 53
- D.M. Shakirova, R.F. Kamaliev, A.I. Amirova, D.I. Khamidullina, I.I. Galyautdinov, M.V. Mishin.** The essence of crisis management in the energy sector 59
- I.A. Shamsutdinova, T.F. Paley.** Features of forecasting and planning the activity of an oil producing enterprise depending on the stage of its life cycle..... 66

FINANCE AND CREDIT

- G.M. Iskhakova, E.B. Sayfeeva, S.Yu. Levachkova.** The most common typical schemes for illegal vat refunds in Russia..... 73
- T.M. Malenkina, A.M. Kazantseva, B.L. Safullin.** Evaluation of the investor's portfolio based on the scoring methodology..... 80
- G.R. Shageeva.** Analysis of factors affecting the financial results of the bank (on the example of Sberbank)..... 91

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

- A.A. Akhmadullina.** Financial and non-financial factors affecting the competitiveness of banks in the constituent entities of the Russian Federation 97
- S.I. Grudina, E.N. Kulik.** Labor and capital: features of the development of regional markets of intangible resources 104

ISSUES OF HUMAN CAPITAL

- E.N. Garipova, L.G. Nabieva, D.Sh. Shakirova, V.V. Bronskaya, A.V. Bol'shov, E.N. Kulik, A.S. Abdullaeva, D.R. Giniyatullina, A.Yu. Ermolenko.** Research of the peculiarities of the formation of academic motivation of students 109
- L.B. Larionova, A.A. Shugaepova.** Research of a psychological contract in human resource management (comparing the experience of Russian and foreign companies)..... 123

INNOVATIVE ACTIVITY

- Yu.N. Bozhkov, E.A. Shchetinina.** Innovative marketing and the problem of sustainable development of socio-industrial ecosystems 129

INFORMATION TECHNOLOGIES

- E.I. Gibadullin.** Conceptual clarification of the definition of a digital premium 136

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 339.9

М. ЛАДЖУЗ,

аспирантка

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ПРОБЛЕМЫ КИБЕРАТАК В МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В контексте решения проблем, связанных с мировыми вызовами в международной экономике, проблемы кибератак, а именно то, каким образом бороться с ними, являются чрезвычайно важными и актуальными. Особый интерес представляет определение типов кибератак, а также оценка влияния кибератак на бизнес, бренд и репутацию компании на международных рынках. В статье рассматривается феномен кибератак в глобальной экономике. Анализ проводится на примере крупнейших экономик мира, показатели исследуемых стран оцениваются по количеству совершенных за последние 14 лет атак и понесенных убытков в евро, в экстенсивном, интенсивном и обратном направлениях. В ходе анализа мы видим, что первые жертвы являются и первыми обвиняемыми. Объектами нашего исследования стали страны – жертвы кибератак по всему миру. Был проведен анализ рейтинга, составленного на основе данных, опубликованных компанией Specops Software и воспроизведенных сайтом Visual Capitalist. В статье описаны наиболее часто используемые инструменты кибератак, частота их применения и их влияние на деловую активность, а также представлен авторский рейтинг наиболее распространенных атак, выявлены самые распространенные уязвимости компаний для кибератак.

Ключевые слова: кибератака, компьютерная атака, уязвимость бизнеса, мировая экономика, глобальные вызовы.

Вопрос разграничения типов кибератак исследуется многими экспертами, и все они сходятся во мнении, что государства, правительства, компании, промышленники и потребители не готовы к тому, что называется киберсаботажем, так как столкнулись с профессиональной идеологией цифрового воздействия, которая использует сложные методы для взлома сетей и компьютерных инфраструктур компаний и государственных структур.

Масштаб проблемы измеряется экономическим ущербом, наносимым кибератаками и промышленным шпионажем. Кибератака – это новый вариант организованной преступности, возникший в Интернете, и перед лицом его угроз основной задачей, поставленной перед нашим исследованием, является выявление уязвимых мест компаний, которые позволяют проникнуть этому явлению. Основной проблемой кибератаки является сложность определения точного времени воздействия на ту или иную систему.

Следует отметить, что для решения вопросов обеспечения национальной безопасности в условиях цифровизации и международной торговли в Российской Федерации достаточно широко используются технологии противодействия кибератакам [1].

Более того, созданы методики, позволяющие вовремя обнаружить вероятность воздействия.

На рис. 1 представлена карта, на которой отображены страны, наиболее подверженные крупным кибератакам, особенно в период 2006–2020 гг. Именно в этот период наблюдаются самые массовые кибератаки на технологические и оборонные компании, которые нанесли ущерб на сумму более 1 млн долл. (около 820 000 евро).

На рисунке отображено количество кибератак. Так, например, в США за указанный период было совершено 156 кибератак, что составляет в среднем 11 крупных нападений в год – столько же, сколько во Франции за пятнадцать лет. Среди наиболее часто атакуемых стран – Ве-

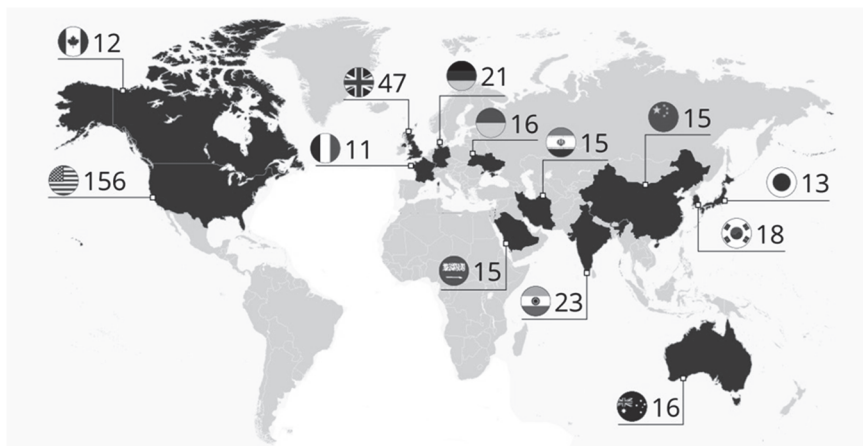


Рис. 1. Страны, наиболее подверженные крупным кибератакам в период 2006–2020 гг.

[составлено автором на основе открытых источников]

Великобритания (47), Индия (23), Германия (21), Южная Корея (18), Украина и Австралия (16), далее Китай (15), где крупные кибератаки происходят с 2006 г.

Что касается России, то за указанный выше период было совершено в общей сложности 8 атак. Здесь следует отметить, что в России наблюдается очень хорошая способность отражать данные атаки. Так, «Лаборатория Касперского» заблокировала 1,7 млн попыток перехода на фишинговые страницы [3].

В 2020 г. рейтинг немного изменился, например, Китай покинул топ-10 стран, наиболее пострадавших от кибератак.

Внедрение инструментов цифрового маркетинга, конечно, существенно облегчило минимизацию рутинных операций в компаниях, однако именно выход в открытое и прозрачное пространство экономических систем привел к тому, что, начиная с 2018 г., 80 % компаний по всему миру подверглись как минимум одной кибератаке, причем 59 % из них оказали прямое воздействие на их бизнес [10].

В условиях растущей цифровизации и массового обращения к дистанционным услугам с начала кризиса здравоохранения в 2020 г. количество кибератак увеличилось в четыре раза, согласно данным национального агентства по безопасности информационных систем (Anssi), которое предупредило, что уровень киберугроз растет. Этот рост можно объяснить,

в частности, структурированием и специализацией киберпреступных сетей. Статистика кибератак представлена на рис. 2.

После анализа стран, наиболее пострадавших от кибератак, был также проведен анализ наиболее частых типов кибератак, типы были выбраны в соответствии с основными уязвимостями компаний.

В качестве квалификационных характеристик были выбраны следующие показатели:

- 1) сотрудники; электронная почта, которая является одним из основных векторов кибератак;
- 2) внешние аксессуары и приложения, неконтролируемые источники проникновения (USB-носители, внешние жесткие диски, музыкальные плееры);
- 3) Wi-Fi и подключенные объекты, которые являются новыми способами проникновения.

В 2019 г., по данным CESIN (Клуб экспертов по информационной и цифровой безопасности), 79 % компаний стали жертвами так называемого фишинга, или колочего фишинга, который является самым распространенным видом кибератак. Чаще всего на почту компаний отправляется электронное письмо якобы от представителя фирмы или учреждения, но в действительности цель этих действий – это кража личных данных.

Среди фишинговых технологий выделяется своей частотой «президентская афера» (также известна как «Фальшивый анархист денежных

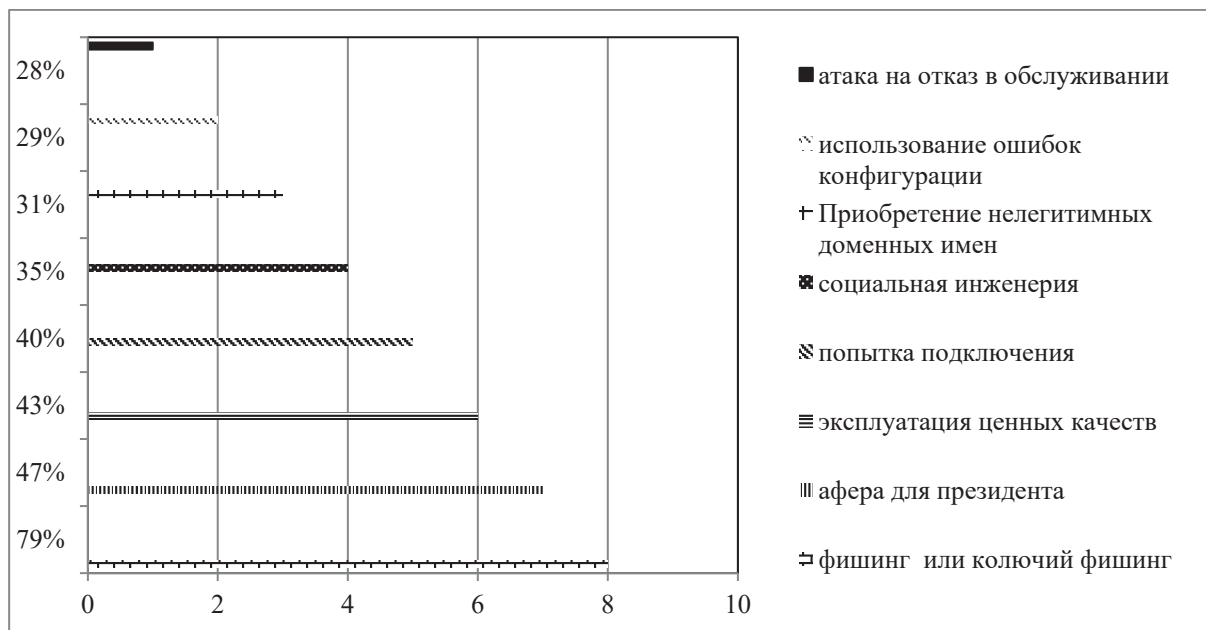


Рис. 2. Статистика наиболее распространенных атак на компании
[составлено автором]

переводов» (FOVI)), которая представляет собой просьбу срочно перевести деньги организации или поставщику. 47 % компаний становятся жертвами этого инструмента кибератаки, появившегося в 2010 г.

На втором месте по популярности после фишинга находится такой тип кибератак, как эксплуатация уязвимостей (43 % пострадавших компаний). Как видно из названия, данный вид кибератак заключается в использовании уязвимостей (или недостатков) в системах или программном обеспечении. Следует отметить, что издатели систем и программного обеспечения тщательно следят за тем, чтобы устранить эти недостатки с помощью частых обновлений, но может случиться так, что злоумышленники обнаружат их заранее.

Следующий из самых распространенных видов кибератак – попытка входа в систему. В 2019 г. почти 40 % компаний сообщили, что стали жертвами таких атак. Все больше сайтов и почтовых ящиков становятся мишенью злоумышленников, пытающихся войти в систему. Цель этих попыток – получить личные регистрационные данные и пароли.

Далее следует мошенничество с использованием социальной инженерии (35 % жертв).

Киберпреступник взаимодействует с потенциальной жертвой через электронную почту, телефон или социальные сети, выдавая себя за доверенное лицо или организацию, чтобы собрать определенную информацию.

Необходимо подчеркнуть, что существует два вида социальной инженерии:

- массовое мошенничество;
- целенаправленное мошенничество.

Если первое направлено на максимальное количество людей, то второе, как и «колючий фишинг», более персонализировано и нацелено на конкретную компанию или отдельное лицо. После этапа сбора информации анализируются и используются уязвимости потенциальной жертвы.

Следующее в списке популярных видов кибератак – незаконное приобретение доменных имен – 31 %. При этом следует отметить, что данная практика не является незаконной. Люди, ответственные за это, – доменщики – следят за тем, когда истекает срок действия доменных имен веб-сайтов, чтобы выкупить их и перепродать. Такие домены обладают преимуществом, так как занимают определенное положение в поисковых системах, имеют индекс надежности и т. д.

Эксплуатация дефектов конфигурации с показателем 28 % занимает седьмое место. Наконец, существует такой вид кибератак, как атаки типа «распределенный отказ в обслуживании», или DDOS (Distributed Denial of Service), жертвами которого стали почти 28 % компаний, опрошенных в 2019 г. Суть его заключается в том, что на сервер отправляется большое количество данных (запросов), чтобы насытить его и сделать недоступным.

Подводя итоги, следует отметить, что кибератаки сегодня являются серьезным риском для международного бизнеса, независимо от его размера или сектора. Компания может пострадать, даже если у нее нет своего сайта, компьютерная атака может оказаться разрушительной для бизнеса.

Такое явление, как кибератаки, – это очень сложный и организованный механизм. Это новая форма экономической войны, которая становится все более распространенной в результате развития новых информационных технологий и изменений в экономике, связанных с глобализацией.

Существуют различные средства защиты от кибератак – от антивирусов до усиления безопасности на веб-сайтах, включая брандмауэры и предотвращение вторжений, чтобы защитить компьютеры частных лиц, а также правительственные компьютерные системы.

Однако бороться с киберпреступностью очень сложно по нескольким причинам:

1) невежество людей в компьютерных вопросах позволяет осуществлять настоящую маркетинговую интоксикацию через определенные вредоносные антивирусные программы;

2) несмотря на все исследования, проведенные с целью подсчета жертв кибератак и оценки масштабов ущерба, нанесенного международной экономике, многочисленность этих атак и сложность отслеживания их исполнителей делают это явление очень трудно поддающимся количественной оценке;

3) индивидуализм государств, наиболее пострадавших от кибератак, и отсутствие сотрудничества между ними делают борьбу с киберпреступностью практически невозможной.

Таким образом, в ходе нашего исследования мы выявили, что все более сложные инструменты кибератак затрудняют выявление компаниями своих уязвимостей и делают их защиту от этого явления неэффективной. Поэтому в условиях цифровизации необходимо отдельно вводить в структуру крупных международных компаний отделы экономической безопасности.

Литература

1. Указ Президента РФ от 31.12.2015 № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».

2. Доклад Группы правительственных экспертов по достижениям в сфере информатизации и телекоммуникаций в контексте международной безопасности ИКТ-среды. – 2020. – URL: <http://undocs.org/ru/A/70/174>.

3. *Тетерятников К.С., Пухов С.Г.* Россия и АСЕАН: перспективы // Вольная экономика. – 2021. – № 3. – С. 9–13.

4. *Kaspersky E.* Cybercriminalité, une guerre perdue? // Sécurité global. – № 6. – 2008–2009, hiver.

5. Kaspersky VPN Secure Connection. Southeast Asia, 2020. – URL: https://tass.ru/ekonomika/13218453?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop.

6. Identity Theft Resource Center, 2020. – URL: <https://www.idtheftcenter.org/2021-predictions-government-support-oridentitycrime-victims-is-out-and-stealing-passwords-is-in>.

7. *Heinl C.* Regional cybersecurity: Moving toward a resilient ASEAN cybersecurity Regime // Asia Policy. – 2020. – Vol. 8. – Pp. 131–159.

8. Tokopedia projects to contribute USD 12 billion to the Indonesian economy this year // KrASIA. – 2021. – Is. 13. – Pp. 15–23.

9. *Бозоян Т.Р.* Анализ состояния кибербезопасности стран АСЕАН в условиях противодействия транснациональным вызовам безопасности // Информационные войны. – 2022. – № 1 (61). – С. 71–74.

10. *Yakhneeva I.V., Pavlova A.V., Kalenskaya N.V.* Digital Marketing in the Post-pandemic World // Lecture Notes in Networks and Systems. – 2022. – 304. – Pp. 575–581.

11. Al-Mohannadi H., Mirza Q., Namanya A., Cullen A., Disso J. Cyber-attack modeling analysis techniques: An overview. Proceedings – 2016 4th International Conference on Future Internet of Things and Cloud Workshops, W-FiCloud 20167592703. – Pp. 69–76.

12. Miao Y., Chen C., Pan L., Zhang J., Xiang Y. Machine Learning based Cyber Attacks Targeting on Controlled Information: A Survey // ACM Computing Surveys. – 2022. – 54 (7). – P. 139.

Информация об авторе

Ладжуз Мерям – аспирантка кафедры маркетинга, Казанский (Приволжский) федеральный университет
E-mail: ladjouze.marie@gmail.com

LADJOUZE MERIEM,

Postgraduate

Kazan (Volga region) Federal University

PROBLEMS OF CYBERATTACKS IN GLOBAL ECONOMY

Abstract. In the context of solving problems related to global challenges in the international economy, the problems of cyberattacks, namely, how to deal with them, are extremely important and relevant. Of particular interest is the definition of types of cyberattacks, as well as the assessment of the impact of cyberattacks on the business, brand and reputation of the company in international markets. The article deals with the phenomenon of cyberattacks in the global economy. The analysis is based on the example of the largest economies in the world. The analysis period includes the last 14 years, the performance of these countries was estimated by the number of attacks and losses in euro, extensive, intensive and reverse, and we will see that the first victims are also the first accused. As part of the study, an analysis was made of countries that have become victims of cyberattacks around the world. The rating was compiled based on data published by Specops Software and reproduced by the Visual Capitalist website. The article describes the most commonly used cyberattack tools, the frequency of their use and their impact on business activity. The article presents the author's rating of the most common attacks, as well as the most common vulnerabilities of companies to cyberattacks.

Keywords: cyberattack, computer attack, business vulnerability, world economy, global challenges.

References

1. Decree of the President of the Russian Federation of December 31, 2015 No. 683 “On the National Security Strategy of the Russian Federation”.
2. Report of the Group of Governmental Experts on Advances in the Sphere of Informatization and Telecommunications in the Context of the International Security of the ICT Environment // UN: official website. – 2020. – URL: <http://undocs.org/ru/A/70/174>.
3. Teteryatnikov K.S., Pukhov S.G. Russia and ASEAN: prospects // Free Economics. – 2021. – No. 3. – P. 9–13.
4. Kaspersky Eugene “cybercriminalité, une guerre perdue? “documentation française, article n°6 sécurité global, défis de la cybercriminalité, hiver 2008–2009. – France.
5. Kaspersky VPN Secure Connection. Southeast Asia, 2020. – URL: https://tass.ru/ekonomika/13218453?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop.
6. Identity Theft Resource Center, 2020. – URL: <https://www.idtheftcenter.org/2021-predictions-government-supportoridentitycrime-victims-is-out-and-stealing-passwords-is-in>.
7. Heintz C. Regional cybersecurity: Moving towards a resilient ASEAN cybersecurity Regime // Asia Policy. – 2020. – Vol. 8. – P. 131–159.
8. Tokopedia projects to contribute USD 12 billion to the Indonesian economy this year // KrASIA. – 2021. – Is. 13. – P. 15–23.
9. Bozoyan T.R. Analysis of the state of cybersecurity of the ASEAN countries in the context of countering transnational security challenges // Information wars. – 2022. – No. 1 (61). – P. 71–74.

10. *Yakhneeva I.V., Pavlova A.V., Kalenskaya N.V.* Digital Marketing in the Post-pandemic World // Lecture Notes in Networks and Systems. – 2022. – P. 575–581.

11. *Al Mohannadi H., Mirza Q., Namanya A., (...), Cullen A., Disso J.* Cyber-attack modeling analysis techniques: An overview 2016 Proceedings – 2016 4th International Conference on Future Internet of Things and Cloud Workshops. – W-FiCloud, 2016. – P. 69–76.

12. *Miao Y., Chen C., Pan L., (...), Zhang J., Xiang Y.* Machine Learning based Cyberattacks Targeting on Controlled Information: A Survey. – 2022. – ACM Computing Surveys 54(7),139.

УДК 339.146

Т.Г. МАГЛИНОВА,
кандидат экономических наук, доцент
НАН ЧОУ ИМСИТ (г. Краснодар)

ВЫСОКИЕ ЦЕНЫ НА ЭНЕРГОНОСИТЕЛИ ПРЕВРАЩАЮТ ЦЕПОЧКУ ПОСТАВОК В ДВИГАТЕЛЬ ГЛОБАЛЬНОЙ ИНФЛЯЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается катастрофически беспрецедентная ситуация вокруг российского рынка нефти, природного газа и угля, что не может не разрушить глобальную производственную цепочку. Европейские компании, в частности производители металлов, зависят от поставок энергоносителей из России в большей степени, что влечет за собой сокращение производства алюминия и цинка. Эта зависимость не характерна для неевропейских производителей, так как они и ранее использовали других поставщиков энергоносителей.

Значительная потребность в энергоносителях на фоне российско-украинского конфликта и добычи ресурсов приводит к рыночным перекосам. Взлетают цены на нефть, газ и уголь. Поскольку в цену любого товара заложены расходы на сырье – получаем рекордную за последнее десятилетие инфляцию.

На европейском газовом рынке турбулентность усиливается из-за приостановки российских энергетических проектов. Европейская сторона каждый раз, вводя все новые и новые санкции против России, обостряет ситуацию вокруг российских поставок энергоносителей.

Влияние энергетического кризиса уже привело к тому, что многие более мелкие поставщики энергии разорились, это связано с тем, что они не смогли предоставить достаточно средств по кредиту для покрытия возросших оптовых затрат. Финансовое напряжение и операционная неопределенность нарастают для тяжелой промышленности, заводов и фермеров. В данной ситуации все чистые импортеры энергии могут проиграть от повышения цен на энергоносители, факторы уязвимости варьируются в зависимости от экономических санкций. Некоторые уязвимы из-за более высокой энергоемкости, в то время как другие – из-за их высокой зависимости от импорта для покрытия внутренних потребностей в энергии.

Ключевые слова: энергетический кризис, экономические санкции, военная операция, энергоносители, инфляция, производители металлов, уголь, сжиженный природный газ и нефть, горнодобывающие компании.

Рынок энергетических ресурсов по своему строению имеет сложную структуру и зависит от многих факторов. В мире складывается нестабильная индустрия розничных поставок, которая зависит от национальных и международных событий, вызывающих неопределенность. В конечном счете именно эта неопределенность вызывает волатильность на энергетическом рынке [10].

COVID и последующие блокировки снизили общий спрос на энергию, но затраты на базовую нагрузку в настоящее время выросли на 283 % по сравнению с мартом 2021 г., поскольку жизнь возвращается в нормальное русло. Из-за решений о сокращении запасов газа такие страны, как Великобритания, истощили существующие хранилища в 2020–2021 гг. и с тех пор пытаются пополнить их, поскольку спрос на энергию увеличился после блокировки [6].

Скачок цен на энергоносители, вызванный специальной военной операцией России на Украине, обнажил уязвимые места цепочки поставок, которые в ближайшем будущем могут сдержать глобальный рост. Поток российской нефти, природного газа и угля были нарушены, что привело к росту цен на имеющиеся энергоносители. Российские металлургические и горнодобывающие компании продолжают осуществлять поставки и избегают санкций, но более высокие цены на энергоносители ударили по алюминиевому, никелевому и сталелитейному секторам Европы, а также по добыче платины в Южной Африке. Обострение российско-украинского конфликта произошло, когда цены на многие металлы уже росли из-за нехватки таких товаров, как алюминий, никель и уголь [3, 9].

Некоторые производители металлов в менее пострадавших частях мира, таких как США и Канада, получают выгоду от относительно более низких затрат на энергию, но они могут быть не в состоянии быстро компенсировать снижение производства в странах с более высокими затратами. Горнодобывающие компании также могут не захотеть расширяться на фоне внезапных скачков цен из-за дорогостоящего многолетнего процесса разработки для увеличения производства. Комбинированная инфляция на сырье и энергетику может снизить спрос на металлоемкие потребительские товары и замедлить глобальный рост, хотя она также может ускорить отказ некоторых компаний от ископаемого топлива [4].

Европа является крупнейшим покупателем российских энергоносителей (40% природного газа и 25% нефти).

Недавние скачки цен на энергоносители могут вытеснить с рынка больше европейских металлов, таких как алюминий. Европейские производители металлов подвержены колебаниям цен на электроэнергию, которые часто следуют за ценами на природный газ, поскольку регион сильно зависит от поставок из России. Eurometaux, представляющая крупных европейских производителей металлов, включая Glencore PLC и Norsk Hydro ASA, в письме от 18 января 2022 г. забила тревогу по поводу роста цен на энергию и, как следствие, сокращения производства алюминия и цинка. Европейские цены на газ подскочили до 67,92 доллара за MMBtu в начале марта, что на 139 % больше, чем в начале года [5].

Для сталелитейщиков давление от роста цен на топливо идет по двум направлениям, поскольку в энергоемком секторе в основном используются технологии доменных печей или электродуговых печей. Первый в значительной степени зависит от металлургического угля, а второй требует других источников энергии, таких как электроэнергия из сети.

Удар возможен с двух сторон: если вы производите сталь, работающую на угле, вас ударит резкий рост цен на коксуемый уголь, если вы производите сталь с электродуговой печью, особенно в Европе, вы будете поджарены из-за затрат на электроэнергию [1, 4].

По мере роста цен на уголь выросли цены на сжиженный природный газ и нефть, которые в последнее время торгуются по цене более 100 долларов за баррель.

Однако цены на уголь также сталкиваются с повышательным давлением из других источников, включая влияние, связанное с COVID-19. В то время как цены уже росли, российско-украинский конфликт резко поднял цены на металлургический уголь, используемый в сталелитейном производстве.

Горнодобывающие компании, которые не сильно зависят от цен на природный газ или электроэнергию, испытывают давление из-за быстро растущей цены на дизельное топливо. Цена на нефть марки Brent подскочила до более чем 130 долларов за баррель, хотя на недавних торгах она начала падать ближе к 100 долларам за баррель [4].

Однако железная руда является одним из немногих товаров, цены на которые не меняются в связи с войной, ее добытчики по-прежнему зависят от тяжелых грузовиков, работающих на дизельном топливе.

В 2021 г. на энергию приходилось около 15,8 % затрат на добытую железную руду, а за последнее десятилетие эта доля достигла 17,5 %. Компания по добыче железной руды Fortescue Metals Group Ltd. работает в условиях общетраслевой инфляции издержек из-за высокого спроса на рабочую силу и квалифицированные ресурсы, а также воздействия внешних факторов, включая рост стоимости дизельного топлива [3].

На энергию приходится 19–20 % затрат на добычу меди, и отрасль будет избавлена от некоторых последствий роста цен на энергию там, где гидроэнергетика является важным источником энергии, например, в Канаде и Чили. Большинство автопарков, работающих на крупных карьерах по добыче меди, используют ископаемое топливо.

Удаленные шахты, не имеющие прямого доступа к энергии, больше всего пострадают от роста цен на энергию из-за их зависимости от дизельных генераторов, рост цен на энергию, вероятно, компенсирует часть выгоды от роста цен на прибыльность майнеров.

На этом фронте южноафриканские производители платины входят в число горнодобывающих компаний, наиболее сильно пострадавших от роста цен на энергоносители, отчасти потому, что цены на платину не так сильно подскочили, как на многие другие металлы в последние месяцы, что привело к меньшей способности покрывать более высокие затраты [3, 7].

Тем не менее некоторые горнодобывающие компании зафиксировали контракты на топливо и могут не сразу пострадать от недавнего скачка цен на энергоносители. Для тех майнеров, у которых есть контракты, влияние более высоких цен на энергоносители может не ощущаться до конца 2022 года, но те, кто покупает в основном вне барреля, увидят увеличение стоимости добычи.

Производители за пределами Европы не так сильно зависят от цен на природный газ и электроэнергию, поскольку местные источники гидроэлектроэнергии или угля обеспечивают изоляцию от сбоев, связанных с Россией. Но мало у кого есть резервы, чтобы поднять производство до уровня, необходимого для компенсации сбоев в других местах [2, 4].

Перерабатывающие заводы для этих металлов, которые в основном сосредоточены в Азиатско-Тихоокеанском регионе, пострадали относительно меньше, чем те, которые расположены в Европе, где производители металлов в целом имели дело с более высокими затратами на энергию еще до российско-украинского конфликта, как и то, что наблюдается у европейских производителей алюминия [8].

Канада, ключевая страна-производитель алюминия, вряд ли сможет увеличить производство, чтобы удовлетворить меняющийся спрос из-за остановки европейских производителей или в случае, если российский алюминий перестанет поступать на европейский рынок. Так, у канадских производителей алюминия мало свободных мощностей, и они работают на уровне 93–95 % загрузки плавильных заводов. Это может означать, что европейским покупателям алюминия придется увеличить поставки из Китая, где производство обычно зависит от электроэнергии, вырабатываемой на угле.

Возможно, в конечном итоге Европа получит больше углеродных следов полуфабрикатов, поступающих из Китая.

Рост цен на энергоносители повлияет в свою очередь на рост цен и выпуск металлоемких продуктов, таких как электромобили. Если затраты на нефть, газ и сырьевые товары увеличатся по всем направлениям, это просто замедлит рост. Помимо более непосредственного увеличения операционных расходов, стремительный рост цен на ископаемое топливо может также ускорить долгосрочное стремление многих горнодобывающих компаний к декарбонизации операций. Горнодобывающие компании все чаще стремятся электрифицировать свой парк грузовиков, в то время как поставщики оборудования стремятся разработать электрические или низкоуглеродные крупнотоннажные грузовики. Беспрецедентные обстоятельства продолжают волновать рынки энергоносителей. Участники рынка надеялись на стабилизацию, но постпандемический мир, похоже, превращается в мир с глобальными переменами во всех сферах экономики [5, 8].

Литература

1. Мировая экономика: учебное пособие / Т.Г. Маглинова. – Курск: Университетская книга, 2021 – 178 с.
2. Фокиди К.Д., Маглинова Т.Г. Европейский опыт использования возобновляемых источников энергии: проблемы и перспективы развития // Казанский экономический вестник. – 2020. – № 5(49). – С. 118–122.
3. В Европе оценили перспективы снижения цен на энергоносители. – URL: <https://prime.ru/energy/20220310/836321580.html> (дата обращения: 01.04.2022).
4. Цена газа в Европе подскочила после подписания Путиным указа об оплате поставок в рублях. – URL: <https://www.fontanka.ru/2022/03/31/70732316/> (дата обращения: 01.04.2022).
5. Цена газа в Европе подскочила до 1 450 долларов за тысячу кубометров. – URL: <https://rg.ru/2022/03/31/cena-gaza-v-evrope-podskochila-do-1450-dollarov-za-tysiachu-kubometrov.html> (дата обращения: 01.04.2022).
6. Garin A.P., Pavlyukova A.V., Eroshenko A.A., Semakhin E.A., Permovsky A.A. Formation of Sectoral Clusters as a Mechanism for the Integration Develop-

ment of the Territorial Economies // Lecture Notes in Networks and Systems. – Vol. 368 LNNS. – 2022. – P. 508–515.

7. Karpunin K.D., Ioda J.V., Ternavshchenko K.O., Aksenova Zh.A., Maglina T.G. The “Invisible Hand” of Digitalization: The Challenges of the Pandemic // Imitation Market Modeling in Digital Economy: Game Theoretic Approaches. Lecture Notes in Networks and Systems / E.G. Popkova (eds). – Vol. 368. – Springer, Cham, 2022.

8. Lovkova E.S., Kashitsina T.N., Kapustina N.V., Rustamov N.N.O., Sultanova A.V. The Problem of Providing a Highly Effective Flexible Methodology in the

Management of Regional Marketing Projects and Its Solution // Lecture Notes in Networks and Systems. – Vol. 368 LNNS. – 2022. – P. 73–79.

9. Plyasova S.V., Bondareva N.A., Titova E.V., Stash Z.N., Karpunina E.K. Risks of the Shared Consumption Economy in Russia and the European Union Countries // Lecture Notes in Networks and Systems. – Vol. 368 LNNS. – 2022. – P. 750–761.

10. Vilkina M.V., Klimovets O.V. Augmented Reality as Marketing Strategy in the Global Competition // Lecture Notes in Networks and Systems. – 2020. – Vol. 91. – P. 54–60.

Информация об авторе

Маглинова Татьяна Григорьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры бизнес- процессов и экономической безопасности, НАН ЧОУ ИМСИТ (г. Краснодар).

E-mail: kim_tg555@mai.ru

T.G. MAGLINOVA,
PhD in Economics, Associate Professor
NAN PEI IMSIT, (Krasnodar)

HIGH ENERGY PRICES TURN THE SUPPLY CHAIN INTO THE ENGINE OF GLOBAL INFLATION

Abstract. The article deals with the catastrophic unprecedented situation around the Russian market of oil, natural gas and coal, which cannot but destroy the global production chain. European companies, in particular metal producers, depend on energy supplies from Russia to a greater extent, which entails a reduction in the production of aluminum and zinc. This dependence is not typical for non-European producers, as they have previously used other energy suppliers.

Significant energy demand against the backdrop of the Russian-Ukrainian conflict and resource extraction leads to market distortions. Oil, gas and coal prices skyrocket. Since the cost of raw materials is included in the price of any product, we get a record inflation over the past decade.

Turbulence intensifies on the European gas market due to the suspension of Russian energy projects. Every time the European side imposes more and more new sanctions against Russia, it exacerbates the situation around Russian energy supplies.

The impact of the energy crisis has already caused many smaller energy suppliers to go bust, due to their failure to provide enough credit to cover increased wholesale costs.

Financial stress and operational uncertainty are mounting for heavy industry, factories and farmers. In this situation, all net energy importers could stand to lose from rising energy prices, vulnerabilities vary depending on economic sanctions. Some are vulnerable due to their higher energy intensity, while others are vulnerable due to their high dependence on imports to cover domestic energy needs.

Keywords: energy crisis, economic sanctions, military operation, energy carriers, inflation, metal producers, coal, liquefied natural gas and oil, mining companies.

References

1. World economy: textbook / T.G. Maglina. – Kursk: University Book, 2021. – 178 p.
2. Fokidi K.D., Maglina T.G. European experience in the use of renewable energy sources: problems and development prospects // Kazan Economic Bulletin. –2020. – No. 5 (49). – P. 118–122.

3. Europe assessed the prospects for lowering energy prices. – URL: <https://1prime.ru/energy/20220310/836321580.html> / (date accessed: 01.04.2022).
4. The price of gas in Europe jumped after Putin signed a decree on payment for supplies in rubles. – URL: <https://www.fontanka.ru/2022/03/31/70732316/> (date accessed: 01.04.2022).
5. The price of gas in Europe jumped to \$1,450 per thousand cubic meters. –URL: <https://rg.ru/2022/03/31/cena-gaza-v-evrope-podskochila-do-1450-dollarov-za-tysiachu-kubometrov.html> (date accessed: 01.04.2022).
6. *Garin A.P., Pavlyukova A.V., Eroshenko A.A., Semakhin E.A., Permovsky A.A.* Formation of Sectoral Clusters as a Mechanism for the Integration Development of the Territorial Economies // Lecture Notes in Networks and Systems. – Vol. 368 LNNS. – 2022. – P. 508–515.
7. *Karpunin K.D., Ioda J.V., Ternavshchenko K.O., Aksenova Zh.A., Maglina T.G.* The “Invisible Hand” of Digitalization: The Challenges of the Pandemic // Imitation Market Modeling in Digital Economy: Game Theoretic Approaches. Lecture Notes in Networks and Systems / E.G. Popkova (eds). – Vol. 368. – Springer, Cham, 2022.
8. *Lovkova E.S., Kashitsina T.N., Kapustina N.V., Rustamov N.N.O., Sultanova A.V.* The Problem of Providing a Highly Effective Flexible Methodology in the Management of Regional Marketing Projects and Its Solution // Lecture Notes in Networks and Systems. – Vol. 368 LNNS. – 2022. – P. 73–79.
9. *Plyasova S.V., Bondareva N.A., Titova E.V., Stash Z.N., Karpunina E.K.* Risks of the Shared Consumption Economy in Russia and the European Union Countries // Lecture Notes in Networks and Systems. – Vol. 368 LNNS. – 2022. – P. 750–761.
10. *Vilkina M.V., Klimovets O.V.* Augmented Reality as Marketing Strategy in the Global Competition // Lecture Notes in Networks and Systems. – 2020. – Vol. 91. – P. 54–60.

УДК 338.004

О.А. СТЕПАНОВА,
Финансовый контролер
АО ЮИТ Санкт Петербург

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ 2022 Г. НА ПРОЦЕССЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ЭКОНОМИКИ РФ

Аннотация. Внешнеэкономические санкции начала 2022 г. со стороны США, других стран НАТО, некоторых иных дружественных указанным государствам субъектов мировой экономики в отношении РФ затронули значительный спектр финансово-экономических отношений, в т. ч. и процессы цифровизации деятельности отечественных субъектов хозяйствования различных форм собственности и отраслей национальной экономики. Некоторые аспекты влияния санкционного давления образца 2014–2021 гг. описаны и анализируются в работах как отечественных, так и зарубежных исследователей. В статье актуализирована проблема влияния внешнеэкономических санкций на процессы цифровизации деятельности субъектов хозяйствования, в т. ч. организаций коммерческого сектора экономики. Автором в статье систематизированы основные направления влияния внешнеэкономических санкций февраля – марта 2022 г. в отношении национальной экономики Российской Федерации на эффективность процессов цифровизации отечественных компаний, в т. ч. в части использования программного и аппаратного обеспечения импортного производства, интеграции с виртуальными рынками капитала и услуг, применения в новых условиях хозяйствования инструментария интернет-маркетинга и т. п. В данной статье выделены основные направления эффективной интеграции компаний РФ в пространство цифровой экономики в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, внешнеэкономические санкции, интернет-маркетинг, виртуальные рынки.

Некоторые аспекты влияния санкционного давления образца 2014–2021 гг. описаны и анализируются в работах как отечественных (Д.И. Абовский [1], Б.А. Аникин [3], А.А. Сенаторов [8] и др.), так и зарубежных исследователей (Р. Абрамс [2], М. Дибб [4], А. Норман [7], М. Эчевесте [6]). Причем для большинства исследований рассматриваемой проблемы характерен позитивистский или нейтральный подход к оценке влияния внешних санкций на обеспечение эффективности процессов цифровизации субъектов хозяйственной деятельности национальной экономики России.

Традиционно считается, что в условиях относительно интенсивных внешнеэкономических санкций часть бизнес-процессов компаний смещается в сферу цифровой экономики, функционирование которой в значительной степени носит интернациональный, межгосударственный характер и, соответственно, относительно слабо подвержено влиянию негативных эффектов традиционного санкционного давления [9].

В общем, данная точка зрения, по нашему мнению, является относительно справедливой касательно санкционного давления на российскую экономику, имевшего место в 2014–2021 гг., в значительной степени носившего фрагментарный характер и почти не затронувшего как IT-сектор экономики РФ, так и процессы обеспечения эффективности информационно-коммуникационных (цифровых) взаимодействий в целом.

Однако санкции 2022 г. существенным образом отличаются от санкционного давления в отношении финансово-экономической системы Российской Федерации как по критерию интенсивности санкционных ограничений, так и по широте их влияния, вовлеченности в санкционные и непосредственно вытекающие из них процессы крайне существенного спектра экономических субъектов, в т. ч. относящихся к IT-сектору экономики. Соответственно, основными отличительными особенностями санкций образца 2022 г., ограничивающими интенсивность и потенциальную эффектив-

ность процессов цифровизации деятельности отечественных предпринимательских структур, по нашему мнению, являются:

1. Приостановление деятельности на территории РФ (мораторий на неопределенный срок) ведущих мировых субъектов IT-индустрии, а именно [5]:

1.1. Microsoft – компания приостановила продажу товаров и услуг в России. Microsoft – создатель самого популярного офисного пакета: Microsoft Word, Excel, PowerPoint. Также создатель самой популярной операционной системы для ПК (доля в России – почти 90 %).

1.2. Oracle – производитель ПО приостановил все операции в стране. Компания специализируется на программах для управления базами данных, аналитики, управления IT-архитектурой, корпоративными порталами, бизнес-процессами и т. д.

1.3. Cisco – поставщик сетевых решений с долей почти в 50 % на рынке сетевой инфраструктуры. Американская транснациональная компания приостанавливает бизнес-операции в России.

1.4. EPAM – производитель заказного ПО заявил, что прекращает работу с российскими клиентами.

1.5. IBM – один из крупнейших в мире производителей и поставщиков аппаратного и программного обеспечения, IT-сервисов. Компания временно остановила все операции в России.

1.6. Adobe – разработчик таких программ, как Photoshop, Premiere, Illustrator и Lightroom. Компания объявила о том, что прекращает работы новых продуктов и услуг в России.

1.7. Apple – производитель техники прекратил продажу всей продукции (в том числе iPhone), остановил экспорт, ограничил использование Apple Pay и «других сервисов». SAP – немецкий гигант, поставщик систем автоматизированного управления внутренними бизнес-процессами (бухучет, кадровые решения, торговля, логистика, производственные процессы). Продукты компании популярны среди крупных корпораций (продуктовые сети, промышленные предприятия, добывающие компании).

1.8. Autodesk – разработчик популярного ПО AutoCAD (архитектурное и инженерное проектирование).

1.9. Nokia – производитель телекоммуникационного оборудования для мобильных, фиксированных, широкополосных и IP-сетей. Компания больше не поставляет свою продукцию в Россию.

1.10. Intel – разработчик и производитель электронных устройств и компьютерных компонентов: микропроцессоров и наборов системной логики для клиентских вычислительных систем и для дата-центров, ПЛИС, чипов для систем искусственного интеллекта и для интернета вещей, энергонезависимой памяти. Компания приостановила поставки продукции в РФ и Беларусь.

2. Достаточно высокая вероятность т. н. национализации активов в т. ч. и указанных IT-корпораций на территории РФ, что практически сведет к минимуму вероятность перспективных контрактов отечественных организаций с ними даже после возможного ослабления санкционных ограничений. Подобная «национализация», на наш взгляд, на крайне длительный срок лишит любые американские и европейские компании, в т. ч. относящиеся к IT-индустрии каких бы то ни было инвестиционных проектов в правовом пространстве экономики РФ и осуществлению контрактных взаимодействий с отечественными предпринимательскими структурами по вопросам поставки и поддержки программного обеспечения, цифровых сервисов и платформ и т. п. в принципе.

3. Резкое удорожание стоимости импортного программного и аппаратного обеспечения, используемого в рамках систем цифрового управления отечественных организаций, ввиду интенсивной девальвации рубля относительно доллара и евро в конце февраля – марте 2022 г. Причем, такого рода удорожание имело место не только в отношении IT-технологий и специального информационно-коммуникационного оборудования производства компаний-резидентов США или государств ЕС, но и касательно подобных активов, произведенных в государствах, в рамках которых бизнес-процессы

и издержки производства IT-компаний в значительной мере номинированы в ведущих мировых резервных валютах (Австралия, ряд государств Юго-Восточной Азии, Латинской Америки, которые хотя и не являются мировыми лидерами в области создания программного обеспечения и развития цифровых сервисов, но частично выступают в качестве стратегических партнеров с РФ, в т. ч. по проектам цифровизации).

Следует отметить, что внешнеэкономические санкции со стороны США и государств ЕС относительно экономики РФ в 2014–2021 гг. не приводили ни к резкому девальвационному эффекту национальной валюты России, ни к тесным образом связанному с этим росту уровня процентных ставок на отечественном финансово-кредитном рынке.

4. Значительный рост рисков в части осуществления виртуальных финансовых расчетов. Такого рода риски обусловлены уходом ряда международных интернет-систем расчетов из финансового пространства РФ, в частности такой ведущей международной системы подобного рода, как PayPal (с 18.03.2022). Достаточно вероятным является и приостановление на неопределенный срок в части обслуживания финансовых транзакций резидентов национальной экономики России иных виртуальных платежных систем.

5. Повышение рисков взаимодействия отечественных компаний, инициаторов инновационных проектов и стартапов с виртуальными инвестиционными институтами (интернет-фонды, виртуальные кредитные организации, биржи криптоактивов, потенциальные виртуальные стратегические партнеры в области формирования и развития инвестиционных программ субъектов хозяйствования РФ) ввиду того, что такого рода виртуальные финансово-экономические субъекты в значительной степени контролируются индивидуальными и институциональными собственниками, являющимися резидентами экономических систем США, государств ЕС, иных стран, являющихся инициаторами политики санкционного давления в отношении национальной экономики Российской Федерации.

6. Сложности реализации программ корпоративного образования, в т. ч. в формате e-learning (дистанционные формы образования, обычно осуществляемые сотрудниками организаций различного профиля без отрыва от основной профессиональной деятельности), имеющие место ввиду следующих причин:

– проблемы коммуникаций с оффлайн и даже виртуальными образовательными центрами, учрежденными резидентами экономических систем США, иных государств НАТО и дружественных им стран;

– уменьшение чистого денежного потока многих компаний РФ ввиду резкого ухудшения финансово-экономической ситуации и, соответственно, рост сложности формирования и реализации в их рамках полноценных, качественных программ корпоративного образования сотрудников;

– проблемы финансирования программ e-learning в случае номинирования стоимости последних в долларах США или евро ввиду описанной выше проблемы резкой девальвации рубля относительно курсов указанных ведущих мировых резервных валют.

7. Ограничение возможностей реализации традиционных стратегий SMM-маркетинга (маркетинга товаров и услуг в социальных сетях), осуществляемого большинством промышленных, торговых и иных компаний национальной экономики РФ, ввиду приостановления с марта 2022 г. функционирования в рамках национального сегмента виртуального информационно-коммуникационного пространства таких ведущих, в том числе в коммерческом и маркетинговом аспектах, мировых социальных сетей, как Фейсбук и Инстаграмм.

В целом, в частности, согласно укрупненной экспертной оценке К.С. Фиоктистова, объем валового IT-рынка РФ по итогам 2022 г. может сократиться на 45–55 % к емкости данного сегмента рыночной экономики в 2021 г. [10]

По нашему мнению, в сложившихся условиях достаточно интенсивного санкционного давления для компаний экономики РФ наиболее потенциально эффективными являются следующие основные направления политики цифровизации деятельности: макси-

мально полная ориентация на использование программного и аппаратного обеспечения отечественного производства, в т. ч. отраслевых и уникальных ERP-систем управления; более тесная кооперация по вопросам автоматизации деятельности субъектов хозяйствования с российскими организациями сферы ВО и НИИ информационного профиля; достаточно осторожное взаимодействие с виртуальными рынками капитала, в особенности с теми их субъектами, собственники которых являются резидентами экономических систем США и государств ЕС; активизация процессов интеграции, в т. ч. информационно-коммуникационного плана, с компаниями, включая разработчиков ПО и интернет-платформ, являющихся резидентами государств, входящих в дружественные РФ политико-экономические альянсы, такие как ЕАЭС, ШОС и БРИКС.

Литература

1. *Абовский Д.И.* Современные модели развития цифровой экономики // Менеджмент и маркетинг в России. – 2019. – № 4. – С. 65.
2. *Абрамс Р.* Предпринимательство: реальный подход. – Редвуд-Сити: Магазин планирования, 2020. – С. 79.
3. *Аникин Б.А., Рудая И.Л.* Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента. – М.: Инфра-М, 2017. – С. 23.
4. *Дибб М.* Руководство для начинающих по инвестированию в ICO: 11 шагов к успешному инвестированию в первоначальные предложения монет. – Нью-Йорк, 2019. – С. 17.
5. Какие IT-компании уходят из России. – URL: <https://www.business.ru/news/30799-it-kompanii> (дата обращения: 13.03.2022).
6. *Марсия Э. Соарес Эчевесте, Марчелло Ногейра Кортимилья, Алтайн К. Гуларте.* Открытые инновации в региональных инновационных системах // Журнал экономики знаний. – Выпуск 39. – 2019. – 23 с.
7. *Норман А.Т.* Библия инвестирования в Криптовалюту: полное руководство по блокчейну, майнингу, трейдингу, ICO, платформе Ethereum, биржам, лучшим криптовалютам для инвестирования и идеальным стратегиям зарабатывания денег. – Оксфорд, 2017. – С. 162.
8. *Сенаторов А.А.* Битва за подписчиков «ВКонтакте». – М.: Альпина диджитал, 2018. – С. 72.
9. *Тимоти Дж.* Стерджен Модернизация стратегии цифровой экономики // Журнал глобальной стратегии. – Выпуск 4. – 2019. – 24 с.
10. *Фиоктистов К.С.* Направления влияния санкционного давления на функционирование отечественного рынка информационных технологий и систем // Вопросы экономики и управления. – 2022. – № 3. – С. 42.

Информация об авторе

Степанова Ольга Александровна, Финансовый контролер АО ЮИТ Санкт-Петербург.
E-mail: olgiestepanova@mail.ru

O.A. STEPANOVA,
Financial Controller
UIT St. Petersburg

IMPACT OF THE 2022 SANCTIONS ON THE PROCESSES OF DIGITALIZATION OF ORGANIZATIONS' ACTIVITIES OF THE RUSSIAN ECONOMY

Abstract. Foreign economic sanctions of the beginning of 2022 by the United States, other NATO countries, and some other subjects of the world economy which are friendly to these states in relation to the Russian Federation have affected a significant range of financial and economic relations, including the processes of digitalization of the activities of domestic business entities of various forms of ownership and branches of the national economy. Some aspects of the impact of the sanctions pressure of the 2014–2021 model are described and analyzed in the works of both domestic and foreign researchers. The article actualizes the problem of the impact of foreign economic sanctions on the processes of digitalization of the activities of business entities, including organizations

of the commercial sector of the economy. The author systematizes the main directions of the impact of the foreign economic sanctions of February – March of 2022 on the national economy of the Russian Federation on the effectiveness of the digitalization processes of domestic companies, including in terms of the use of imported software and hardware, integration with virtual capital and services markets, the use of Internet marketing tools in new economic conditions, etc. This article highlights the main directions of effective integration of Russian companies into the digital economy in modern economic conditions.

Keywords: digital economy, digitalization, foreign economic sanctions, Internet marketing, virtual markets.

References

1. *Abovsky D.I.* Modern models of digital economy development // *Management and marketing in Russia*. – 2019. – No. 4. – P. 65.
2. *Abrams R.* *Entrepreneurship: A Real Approach*. – Redwood City: Planning Store, 2020. – P. 79.
3. *Anikin B.A., Rudaya I.L.* *Outsourcing and outstaffing: high management technologies*. – M.: Infra-M, 2017. – P. 23.
4. *Dibb M.* *Beginner's Guide to investing in ICO: 11 steps to successful investment in initial coin offerings*. – New York, 2019. – P. 17.
5. Which IT companies are leaving Russia. – URL: <https://www.business.ru/news/30799-it-kompanii> (date accessed: 13.03.2022).
6. *Marcia E. Soares Echeveste, Marcello Nogueira Cortimiglia, Alpain K. Gularte.* Open innovations in regional innovation systems // *Journal of Knowledge Economics*. – Issue 39. – 2019. – 23 p.
7. *Norman A.T.* *The Bible of Investing in Cryptocurrency: A Complete Guide to Blockchain, Mining, Trading, ICO, Ethereum Platform, Exchanges, the Best Cryptocurrencies for Investing and Ideal Strategies for making money*. – Oxford, 2017. – P. 162.
8. *Senatorov A.A.* *The Battle for VKontakte subscribers*. – Moscow: Alpina Digital, 2018. – P. 72.
9. *Timothy J. Sturgeon* Modernization of the Digital Economy strategy // *Journal of Global Strategy*. – Issue 4. – 2019. – 24 p.
10. *Fioktistov K.S.* Directions of the impact of sanctions pressure on the functioning of the domestic market of information technologies and systems // *Issues of economics and management*. – 2022. – No. 3. – P. 42.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

УДК 338.242.2

К.Р. ГАЛИНУРОВА,
ассистент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ПРЕВЕНТИВНО-СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ

Аннотация. Модель управления современными организациями представляет собой комплекс наиболее значимых свойств и принципов формирования и развития системы менеджмента субъекта хозяйствования, ориентированных на обеспечение долгосрочного, устойчивого роста финансово-экономической и социальной эффективности развития последнего, реализуемой на основании системного учета макроэкономических, отраслевых, институциональных, кадровых, внешнеэкономических и иных возможностей и ограничений. В статье выделены достоинства и недостатки основных концептуальных подходов к исследованию моделей управления организациями, таких как системный, диалектический, исторический, нормативный, квалиметрический и экономико-статистический. Аргументировано содержание предлагаемого превентивно-синергетического подхода к анализу моделей менеджмента компаний. Предлагаемый превентивно-синергетический подход позволяет комплексно исследовать особенности функционирования и развития моделей управления организаций различного профиля, включая тенденции и проблемы генерирования синергетических эффектов между отдельными ее элементами и подсистемами, аргументировать наиболее предпочтительную траекторию изменения параметров модели исходя из превентивного прогнозирования и планирования пропорций изменения внешней среды, снизить на данной основе уровень общего экономического, финансового, социального и институционального рисков развития модели управленческой деятельности. Данный подход может быть использован в рамках моделей управления компаниями различных форм собственности и видов экономической деятельности, а также при формировании и обеспечении прогрессивного развития территориальных кластеров. Выделены основные элементы разработанного подхода. Рассмотрены особенности взаимосвязи предлагаемого превентивно-синергетического подхода с основными концептуальными парадигмами исследования моделей управления организациями.

Ключевые слова: менеджмент, модель управления, система управления, синергетика, превентивность, инновации, квалиметрия, системный подход, нормативный подход, институционализм, кластер.

Эффективность формирования и совершенствования моделей управления современными организациями в значительной степени зависит от корректности применения концептуальных экономико-теоретических подходов к анализу такого рода моделей. На основании анализа ряда концепций как современной зарубежной теории менеджмента (И. Адизес [1, с. 79–81], И. Ансофф [2, с. 193], М. Портер [5, с. 154–157]), так и советской теории и методологии управления экономическими системами (Л.В. Канторович [3, с. 101–115], И.М. Сыро-

ежин [6, с. 73–85] и др.) нами систематизированы следующие основные концептуальные подходы к исследованию моделей управления организациями: системный, диалектический, исторический, нормативный, квалиметрический и экономико-статистический.

В целом, выделенные основные концептуальные подходы к исследованию моделей управления имеют ряд достоинств и недостатков, ограничивающих возможности их использования в практике финансово-экономического анализа (табл. 1).

Основные достоинства и ограничения практического использования концептуальных подходов к исследованию моделей управления организациями (по материалам собственных исследований)

Наименование концептуального подхода	Достоинства	Ограничения использования в практике экономического анализа
1. Системный	Возможности рассмотрения особенностей развития моделей управления с позиций сбалансированности внутренних элементов и управляемости	Несколько ограничены возможности репрезентативной оценки влияния внешних факторов на развитие моделей управления организациями.
2. Диалектический	Развитие модели управления организацией оценивается через призму широкого круга диалектических противоречий и обоснования направления их конструктивного решения	Не всегда имеется возможность репрезентативного выявления всего круга наиболее значимых противоречий, характеризующих развитие модели управления
3. Исторический	Рассмотрение развития модели управления в широкой исторической перспективе расширяет возможности качественного анализа	Не всегда доступной является релевантная информация о начальных этапах развития разного рода систем управления компаниями (например, о периоде приватизации многих промышленных предприятий РФ)
4. Нормативный	Функционирование модели управления рассматривается в контексте влияния формальных и неформальных норм	Недостаточно проработанным является инструментарий количественной оценки характера влияния институтов и норм на обеспечение эффективности развития моделей управления различного уровня
5. Квалиметрический	Максимально возможная количественная интерпретация особенностей и тенденций развития параметров модели управления	Не всегда такого рода квалиметрическая интерпретация носит репрезентативный характер. Экспертные и социологические инструменты, используемые в рамках подхода, носят выражено субъективистский характер
6. Экономико-статистический	Обеспечивается возможность комплексного факторного анализа тенденций развития моделей управления организациями	Результаты применения метода носят вероятностный характер. Инструментарий трендовой экстраполяции, представленный в его рамках, не вполне применим в условиях высокого уровня внешней финансово-экономической нестабильности

Для расширения понимания методологии исследования функционирования и развития экономических систем нами предлагается концептуальный превентивно-синергетический подход к экономическому анализу и планированию моделей управления компаниями. Его концептуальные основы представлены на рис. 1.

Как показано на рис. 1, базовыми экономико-теоретическими основаниями формирования и реализации предлагаемого превентивно-синергетического подхода к анализу и планированию моделей управления организациями являются:

а) неоклассическая парадигма экономической мысли в части формирования инструментария корреляционно-регрессионных и иных факторных зависимостей между отдельными параметрами развития экономической системы, оценки рациональности развития экономических систем с точки зрения соответствия последних тенденциям рыночной среды, уровню конкуренции конкретных отраслевых рынков и т. п.;

б) институциональное направление экономической мысли в части использования инструментария оценки влияния формальных и неформальных норм и институтов на обеспече-

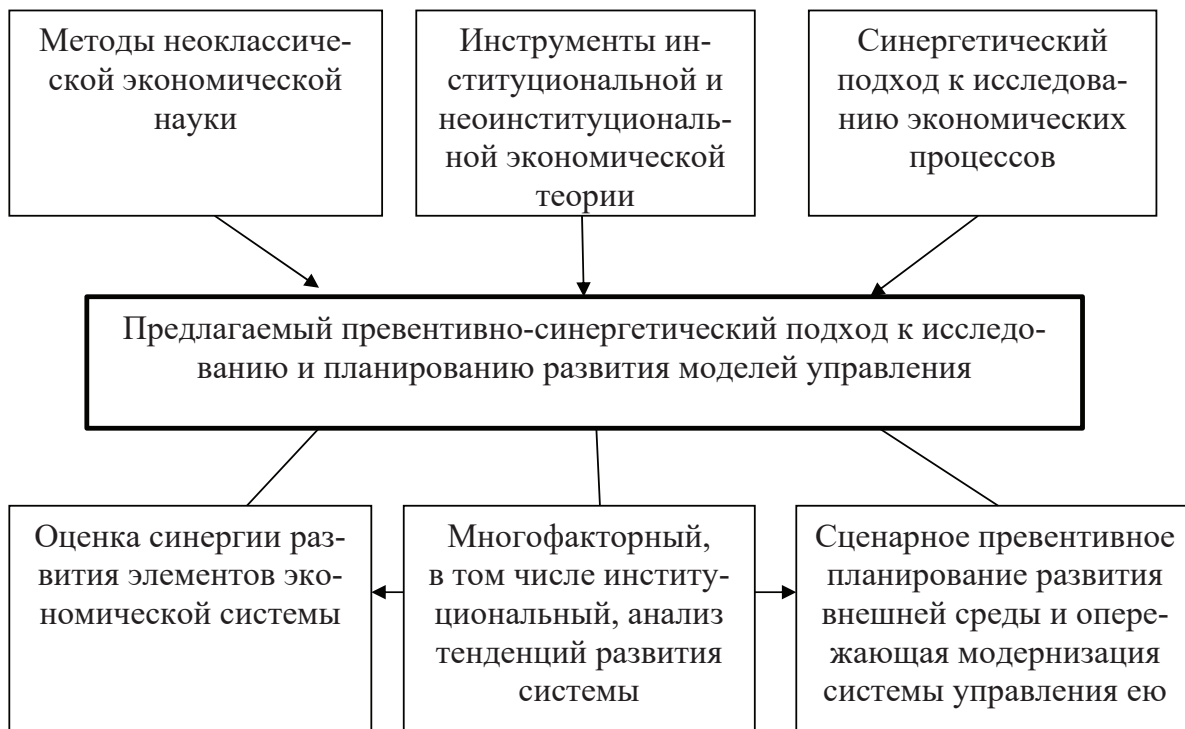


Рис. 1. Экономико-теоретические основания и основные элементы предлагаемого превентивно-синергетического подхода к анализу и планированию моделей управления организациями
(составлено автором)

ние финансово-экономической эффективности систем различного уровня, в том числе промышленных организаций;

в) положения теории синергетики применительно к исследованию экономических систем, в частности обеспечения дополнительного уровня их устойчивости за счет реализации механизмов самоорганизации, генерирования дополнительного положительного финансово-экономического эффекта в результате взаимодействия отдельных элементов и подсистем социально-экономической системы.

Некоторые аспекты использования потенциала синергии в обеспечении конкурентоспособности современных компаний рассматриваются М.Р. Сафиуллиным, А.Р. Сафиуллиным, П.О. Ермолаевой и Е.П. Носковой [10, с. 34]. Отдельные проблемы влияния фактора синергии на динамику трансакционных издержек развития моделей управления организациями анализируют П. Петракис и Д. Валсамис [9, с. 135].

Основными элементами предлагаемого нами концептуального подхода к анализу

и планированию развития моделей управления организациями являются:

- оценка синергетических эффектов, возникающих при взаимодействии различных элементов модели управления, и обоснование организационно-экономических мероприятий и механизмов, ориентированных на обеспечение их максимизации;

- прогнозирование возможных вариантов развития внешней финансово-экономической среды и их влияния на развитие экономической системы, в первую очередь на обеспечение эффективности ее деятельности;

- превентивная рационализация модели управления организацией в зависимости от наиболее вероятного изменения внешней, в том числе институциональной, среды.

Следует отметить, что проблемы применения инструментария превентивного менеджмента к планированию направлений совершенствования моделей управления современными организациями определенным образом рассмотрены в специальной литературе,

в частности в работах А.В. Неверова [4, с. 63], С. Гроссмана и О. Харта [7, с. 702] и ряда других ученых. Определенный вклад в разработку современных превентивных моделей управления компаниями внесли и представители казанской экономической школы, в частности в рамках исследований, выполненных под научным руководством Ш.М. Валитова [11], [12]. Вместе с тем практически не исследуется взаимосвязь превентивного и синергетического направлений совершенствования моделей управления компаниями.

Предлагаемый концептуальный подход определенным образом взаимосвязан с иными основными методологическими подходами к исследованию тенденций функционирования и развития моделей управления организациями. Основные направления такого рода взаимосвязи приведены в табл. 2.

В целом, предлагаемый превентивно-синергетический подход позволяет комплексно исследовать особенности функционирования и развития моделей управления организаций различного профиля, включая тенденции и проблемы генерирования синергетических эффектов между отдельными ее элементами и подсистемами, аргументировать наиболее предпочтительную траекторию изменения параметров модели исходя из превентивного прогнозирования и планирования пропорций изменения внешней среды, снизить на данной основе уровень общего экономического, финансового, социального и институционального рисков развития модели управленческой деятельности.

Таблица 2

Направления взаимосвязи предлагаемого концептуального превентивно-синергетического подхода с основными теоретическими подходами к исследованию развития моделей управления организациями

Наименование подхода	Основные направления взаимосвязи с разработанным автором концептуальным превентивно-синергетическим подходом к анализу и планированию развития моделей управления
1. Системный	Принцип синергизма, лежащий в основе предлагаемого концептуального подхода, является одним из следствий принципа системности развития экономических процессов или явлений, в том числе моделей управления компаниями
2. Диалектический	В рамках предлагаемого подхода экономические системы рассматриваются в процессе развития, в том числе на основании выявления основных противоречий, связанных с различными аспектами эволюции моделей управления организациями
3. Исторический	Качественное превентивное планирование возможных вариантов будущего развития модели управления невозможно без комплексного, объективного исследования истории ее функционирования в контексте общих макроэкономических и отраслевых процессов
4. Нормативный	Одним из оснований предлагаемого подхода является институциональная экономика, базовым направлением которой выступает оценка влияния различных групп норм на развитие моделей управления организациями
5. Квалиметрический	В основе подхода – количественная оценка синергетических эффектов, генерируемых отдельными элементами и подсистемами модели управления
6. Экономико-статистический	Превентивное прогнозирование и планирование в значительной степени основываются на построении многофакторных экономико-статистических моделей и трендовой экстраполяции временных рядов, отражающих различные аспекты развития модели управления

Литература

1. Адизес И. Новые размышления о политике. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. – С. 79–81.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – М.: Дело, 2003. – С. 193.
3. Канторович Л.В. Математико-экономические работы. – Новосибирск: Наука, 2011. – С. 101–115.
4. Неверов А.В. Особенности формирования модели превентивного антикризисного управления промышленным предприятием // Российское предпринимательство. – 2009. – № 10-2. – С. 60–66.
5. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – С. 154–157.
6. Сыроеждин И.М. Система показателей эффективности и качества. – М.: Экономика, 1980. – С. 73–85.
7. Фиоктистов К.С. Направления использования превентивного управления в развитии отечественных компаний // Вестник экономики и менеджмента. – 2021. – № 7. – С. 51–54.
8. Grossman S.J., Hart O.D. The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration // Journal of Political Economy. – 1986. – Vol. 94. – Pp. 691–719.
9. Petrakis P., Valsamis D. Entrepreneurship, Transaction Costs and Cultural Background // International Business Research. – 2013. – № 6. – Pp. 134–138.
10. Safullin M.R., Safullin A.R., Ermolaeva P.O., Noskova E.P. Interdisciplinary approach to the analysis of the competitiveness types of the economic activities based on the example of the oil and gas industry // Middle East Journal of Scientific Research. – 2013. – № 18 (1). – Pp. 42–49.
11. Valitov Sh.M., Sisazetdinova A.Z. Project risks' management model on an industrial enterprise // Asian Social Science. – 2014. – 10(21). – Pp. 242–249.
12. Valitov Sh.M., Tufetulov A.M., Yartiev A.F. Effect of crude quality on crude oil refining efficiency // Neftyanoe khozyaystvo – Oil Industry. – 2012 (12). – Pp. 132–135.

Информация об авторе

Галинурова Камилла Робертовна, б. с., ассистент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: 93kamillars@mail.ru

K.R. GALINUROVA,
Assistant

Kazan (Volga region) Federal University

PREVENTIVE-SYNERGETIC APPROACH TO RESEARCH OF MANAGEMENT MODELS OF MODERN ORGANIZATIONS: ESSENCE AND FEATURES

Abstract. The management model of modern organizations is a complex of the most significant properties and principles of the formation and development of the management system of a business entity, focused on ensuring long-term, sustainable growth of financial, economic and social efficiency of the latter's development, implemented on the basis of systematic accounting of macroeconomic, sectoral, institutional, personnel, foreign economic and other opportunities and limitations. The article highlights the advantages and disadvantages of the main conceptual approaches to the study of organizational management models, such as systemic, dialectical, historical, normative, qualimetric and economic-statistical approaches. The content of the proposed preventive-synergetic approach to the analysis of company management models is argued. The proposed preventive-synergetic approach makes it possible to study comprehensively the features of the functioning and development of management models of organizations of various profiles, including trends and problems of generating synergistic effects between its individual elements and subsystems, to argue the most preferable trajectory for changing model parameters based on preventive forecasting and planning the proportions of changes in the external environment, to reduce on this basis the level of general economic, financial, social and institutional risks of the development of the management activity model. This approach can be used within the framework of management models for companies of various forms of ownership and types of economic activity, as well as in the formation and ensuring the progressive

development of territorial clusters. The main elements of the developed approach are highlighted. The features of the relationship of the proposed preventive-synergetic approach with the main conceptual paradigms of the study of organizational management models are considered.

Keywords: management, management model, management system, synergetics, prevention, innovations, qualimetry, systematic approach, normative approach, institutionalism, cluster.

References

1. *Adizes I.* New reflections on politics. – Moscow: Mann, Ivanov i Ferber, 2021.
2. *Ansoff I.* New corporate strategy. – M.: Delo, 2003.
3. *Kantorovich L.V.* Mathematical and economic works. – Novosibirsk: Nauka, 2011.
4. *Neverov A.V.* Peculiarities of formation of a model of preventive anti-crisis management of an industrial enterprise // Russian Journal of Entrepreneurship. – 2009. – No. 10-2. – P. 60–66.
5. *Porter M.* Competitive strategy. Methods of analysis of industries and competitors. – Moscow: Alpina Publisher, 2020.
6. *Syroezhin I.M.* System of indicators of efficiency and quality. – M.: Economics, 1980.
7. *Fioktistov K.S.* Directions for the use of preventive management in the development of domestic companies // Bulletin of Economics and Management. – 2021. – No. 7. – P. 51–54.
8. *Grossman S J., Hart O.D.* The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration // Journal of Political Economy. – 1986. – Vol. 94. – P. 691–719.
9. *Petrakis P., Valsamis D.* Entrepreneurship, Transaction Costs and Cultural Background // International Business Research. – 2013. – No. 6. – P. 134–138.
10. *Safiullin M.R., Safiullin A.R., Ermolaeva P.O., Noskova E.P.* Interdisciplinary approach to the analysis of the competitiveness types of the economic activities based on the example of the oil and gas industry // Middle East Journal of Scientific Research. – 2013. – No. 18 (1). – P. 42–49.
11. *Valitov Sh.M., Sisazetdinova A.Z.* Project risks' management model on an industrial enterprise // Asian Social Science. – 2014. – No. 10(21). – P. 242–249.
12. *Valitov Sh.M., Tufetulov A.M., Yartiev A.F.* Effect of crude quality on crude oil refining efficiency // Neftyanoe khozyaystvo – Oil Industry. – 2012. – No.12. – P. 132–135.

УДК 614

Э.М. ЗАРИПОВА,
кандидат медицинских наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

М.У. ХАФИЗОВ,
кандидат физико-математических наук, доцент
Московский авиационный институт

А.И. ЗАРИПОВ,
магистр экономических наук, главный специалист
Московский кредитный банк

Ф.Ф. ИБРАГИМОВА,
магистр экономических наук, специалист
Казанский (Приволжский) федеральный университет

И.Л. ЗАРИПОВ,
ассистент
Казанский медицинский государственный университет

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И КЛИНИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПРИ ИЗМЕНЕНИИ МАКРОЭКОНОМИКИ НА ПРИМЕРЕ СТОМАТОЛОГИЧЕСКОЙ КЛИНИКИ

Аннотация. Стоматологическая отрасль в России является одной из самых быстро развивающихся направлений медицины в последние годы. Как любая сфера деятельности определенного геополитического положения, она вынуждена адаптироваться к действующей рыночной практике в тот или иной момент времени. Обращаемость за стоматологической помощью стоит на втором месте в пирамиде потребностей оказания медицинской помощи. Для нее характерны востребованность всеми слоями населения и дифференцируемость по объему оказания услуг в зависимости от действующей макроэкономической ситуации. На текущем этапе развития стоматологической службы организация деятельности отдельного участника требует большой гибкости и интенсивных мер для выполнения планов стратегического развития.

В период 2020–2021 гг. объемы рынка стоматологической помощи в стране были усечены в связи с ограничительными мерами, направленными на снижение заболеваемости COVID-19, а также факторами, повлиявшими на снижение свободной части доходов населения, такими как индекс потребительских цен и уровень безработицы. В то же время рынок российской стоматологии уже прошел этап экстенсивного развития и сформирован на момент начала 2020 г. В данный период наиболее востребованными, разрешенными видами деятельности организаций являлись неотложная помощь и низкомаржинальные оплачиваемые услуги по острой боли. Текущая геополитическая ситуация имеет значительное влияние на отрасль, нарушая действующие процессы, а именно поставки медицинского оборудования, компонентов уже имеющегося оборудования и используемых материалов, каналы получения новейших зарубежных практик. Это требует от всех отраслей и предприятий проводить всесторонний анализ деятельности, разрабатывать и внедрять новые механизмы в части менеджмента, маркетинга и качества.

Ключевые слова: показатели деятельности, анализ, макроэкономика, ограничительные меры, рынок стоматологии, обязательное медицинское страхование.

Глубокие социально-экономические преобразования, происходящие в здравоохранении, потребовали провести адаптацию отечественной системы здравоохранения [1]. В соответствии с этим в данной работе проведен анализ деятельности стоматологического предприятия, затронувший оказание плановых стоматологических услуг населению и документирование информации о проведении консультации с применением телемедицинских технологий [2]. Проведение анализа было основано на исторических изменениях отдельных групп населения и деятельности организации [3].

Для оценки влияния тех или иных условий деятельности на стоматологическую службу нами был проведен всесторонний анализ деятельности одной из крупнейших стоматологических клиник Казани, оказывающей медицинскую помощь по программе государственных гарантий (ОМС), льготному зубопротезированию (ЛЗП) и на платной основе физическим и юридическим лицам, в том числе по добровольному медицинскому страхованию (ДМС) за период 2013–2021 гг.

Основным предметом исследования являлся период резкой смены действующих процедур в 2019–2020 гг. По данным некоторых авторов, в 2020 г. число стоматологических приемов в стране упало более чем на 11,6 % по отношению к 2019 г. – с 271 млн до 240 млн. В период послаблений ограничительных мер на деятельность медицинских организаций с июня 2020 г. правительством РФ было разрешено возобновить оказание стоматологических услуг в полном объеме с соблюдением санитарно-гигиенических мер, предписанных Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Именно эта мера позволила сдержать существенный урон стоматологической отрасли.

Важной составляющей работы каждого предприятия является доля квалифицированных сотрудников [7] организаций в условиях экономического спада. Одним из показателей стратегии кадровой службы является доля увольнений (табл. 1). Показатель количества уволившихся сотрудников стабилизировался к моменту закрытия 2019 г. вследствие завершения всех плановых процедур реорганизации

трудовой деятельности с 2015 г. Рост данного показателя в период 2015–2019 гг. обусловлен стратегическими и организационными изменениями клиники, такими как:

- формирование строгого трудового распорядка, предполагающего 100 % занятость рабочего времени;
- увеличение средних значений оплаты труда;
- утверждение прогрессивной шкалы выплат, зависящих от объемов выполнения финансовых планов на каждую штатную единицу.

В 2021 г. данный показатель продемонстрировал значительный рост, соответственно, снизилась процентная составляющая заполненности необходимых для деятельности штатных единиц. Данное снижение оказало наибольшее влияние на категорию младшего медицинского персонала [8]. Это связано с пенсионным возрастом данной части персонала. Данная категория граждан страны в период пандемии была в зоне ограничения трудовой деятельности. Это привело к замене кадрового состава с набором нового младшего персонала более молодого возраста. Аналогичная ситуация произошла с врачебным кадровым составом, что привело к снижению среднего возраста сотрудников организации.

Следующей важной характеристикой деятельности медицинской организации является совокупность потока принятых пациентов и структуры оказанных услуг, предоставляемых населению по государственным гарантиям. По ключевым, контролируемым показателям стоматологической деятельности отмечается снижение количества принятых пациентов в 2020 г. при динамическом увеличении данного показателя в целом за период 2013–2019 гг. Наиболее влияющим фактором риска [6] является введение ограничений санитарной эпидемиологической службы. Следует отметить, что все показатели экономической эффективности должны быть оценены с позиций медицинской целесообразности [4]. Снижение потока пациентов оказало влияние на основные виды планового оказания услуг (табл. 2):

- лечение заболеваний пародонта снизилось до 648 случаев;
- хирургическое лечение пародонта было приостановлено;

Таблица 1

Динамика доли уволившихся сотрудников от имеющих штатных единиц для каждой категории персонала в 2013–2021 гг. (%)

Категории персонала	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Границы средней доли
Врачи	13	12	95	26	9	22	39	20	45	31,22±16,57
Средний медперсонал	28	37	122	5	14	8	26	17	19	30,66±22,18
Младший медперсонал	0	0	0	0	0	0	43	29	57	14,29±14,01

Таблица 2

Основные показатели деятельности лечебно-хирургического отделения по программе обязательного медицинского страхования (ОМС) за период 2013–2021 гг.

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Среднее
Число принятых пациентов, тыс.	31,2	32,1	38,2	38,2	39,6	78,2	64,4	58,6	63,2	49,42756 ± 10,63873
Число вылеченных зубов, тыс.	33,6	31,0	34,9	18,4	16,4	27,4	17,8	31,5	35,0	27,31900 ± 5,93908
Число проведенных курсов лечения заболеваний пародонта	1262	1963	4598	6608	7318	4003	2442	648	613	3272,78 ± 1552,94
Число проведенных хирургических операций пародонта	27	55	165	62	78	99	58	0	0	60,44 ± 31,91
Число осмотров в порядке плановой санации, тыс.	7,4	8,3	8,8	10,5	10,5	13,9	17,1	10,2	9,0	10,61511 ± 1,89757

• число осмотров в порядке плановой санации снизилось до 10 228.

Период внешних ограничений оказания медицинской помощи по рыночной практике демонстрирует полную остановку деятельности в ряде клиник. Это характерно для организаций, не оказывающих стоматологическую помощь по государственным программам обязательного медицинского страхования [5]. Достаточно хорошие показатели для исследуемой нами клиники являются исключением, так как данное учреждение участвует в оказании медицинской помощи по государственным заказам. Снижение выполнения фактического плана до 105,0 % в 2019 и 2020 гг. с последующим снижением до 101,4 % сформировано реализацией стратегии ухода от пере-

выполнения планов, ведущего к уменьшению доходности (табл. 3).

Схожая динамика показателей прослеживается в предоставлении платных услуг по прямым договорам с физическими лицами и оказании помощи по программам добровольного медицинского страхования [9]. Наличие схожих показателей для платного планового приема обусловлено ведением деятельности рассматриваемой клиники по всем направлениям как платного приема, так и программ государственных гарантий. В аналогичном периоде 2020 г. уменьшилось количество принятых пациентов, число операций по имплантации и установке ортопедических конструкций (коронки и протезов). Частично снижение показателей было компенсировано плановым уве-

Таблица 3

**Динамика выполнения планов оказания услуг по программе
обязательного медицинского страхования (ОМС)**

Период	Выполнение плана, фиксируемого в ФОМС (%)	Фактическое выполнение плана (%)
2013	101,0	127,2
2014	103,4	124,3
2015	110,0	138,9
2016	105,0	128,2
2017	101,9	123,9
2018	102,0	132,6
2019	100,2	105,0
2020	100,0	105,0
2021	100,0	101,4
Среднее	102,61 ± 2,01	120,72 ± 8,38

личением доли новых технологичных услуг, таких как изготовление зубных протезов на основе оксида циркония, и развитием ортодонтического направления лечения:

- лечение с помощью брекет-систем;
- лечение с помощью элайнеров (новый вид услуг).

Структурный анализ доходов по платным услугам в период пандемии показал снижение

доли имплантаций с 12,2 % до 8,8 % в 2020 г., что повлекло снижение доходности имплантологической службы и планируемого объема изготовления зубных протезов первого полугодия 2022 г. [14]. Компенсацией дохода являлось наращивание объема стоматологической помощи пациентам до 14 лет: рост с 7,9 % до 9,4 % (табл. 5).

Таблица 4

**Основные показатели деятельности лечебно-хирургического отделения
по программам добровольного медицинского страхования (ДМС)
и оказания услуг по прямым договорам с физическими лицами
за период 2013–2021 гг.**

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Среднее
Число принятых пациентов, тыс.	7,2	22,5	27,5	27,5	28,8	44,3	44,4	42,4	46,43	32,33378 ± 8,12543
Число операций по имплантации	55	57	123	296	302	678	676	514	899	400 ± 189,74
Число металлокерамических зубных протезов	189	220	914	898	1542	1630	1862	1205	1648	1123,11 ± 382,39
Число частично съемных зубных протезов	423	640	778	775	951	898	447	225	350	609,67 ± 160,02
Число полных съемных зубных протезов	138	276	407	405	685	673	128	176	105	332,56 ± 140,37
Число зубных протезов на основе оксида циркония	22	31	48	69	258	356	366	444	462	228,44 ± 115,30
Число лечений брекет-системами	28	37	44	63	85	95	106	135	108	77,89 ± 22,81
Число лечений элайнерами	0	0	0	0	0	0	0	4	9	1,44 ± 1,94

Таблица 5

Структурный анализ доходов в разрезе отделений в 2013–2021 гг. (%)

Наименование подразделений	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Среднее
Терапия	36,8	37,9	38,6	35,5	34,9	27,9	28,3	28,9	28,7	33,1 ± 2,80
Хирургия	7,6	8,1	8,5	9,9	10,5	11,1	12,3	12,3	10,6	10,1 ± 1,07
Имплантология	2,4	2,2	3,3	6,3	5,5	11	12,2	8,8	11,5	7,0 ± 2,47
Рентген-кабинет	3,6	4,0	3,6	3,0	2,9	2,8	3,1	2,9	2,6	3,2 ± 0,29
Оказание помощи пациентам в возрасте до 14 лет	3,7	4,3	4,9	5,5	6,1	8,4	7,9	9,4	9,5	6,6 ± 1,37
Ортопедия	40,3	37,3	35,1	33,1	33,9	33,2	30,7	29,8	28,6	33,6 ± 2,29
Ортодонтия	5,6	6,2	6,0	6,7	6,2	5,6	5,5	7,9	8,5	6,5 ± 0,66

Анализируя долю выручки от физических лиц и лиц, которым была оказана помощь по добровольному медицинскому страхованию, следует отметить, что более доходным является первое направление деятельности [13], с сохранением стабильного привлечения клиентов через взаимодействие со страховыми компаниями (рис. 1).

Одним из приоритетных направлений работы клиник является взаимодействие с пациентами при изучении удовлетворенности населения качеством оказания медицинских услуг. Как следует из диаграммы (рис. 2), в 2020 г.

отмечается увеличение жалоб и негативных обращений со стороны населения. Это связано с ограничением работы клиники рядом мер санитарно-эпидемиологического характера.

При изменениях характеристик внешней среды (законодательства, конкурентной среды, финансово-экономических, политических условий и других факторов) внутренняя среда должна также изменяться для достижения их соответствия (адекватности). Информатизация и компьютеризация здравоохранения – насущная задача медицины в целом и стоматологии в частности [10]. В исследуемом предприятии

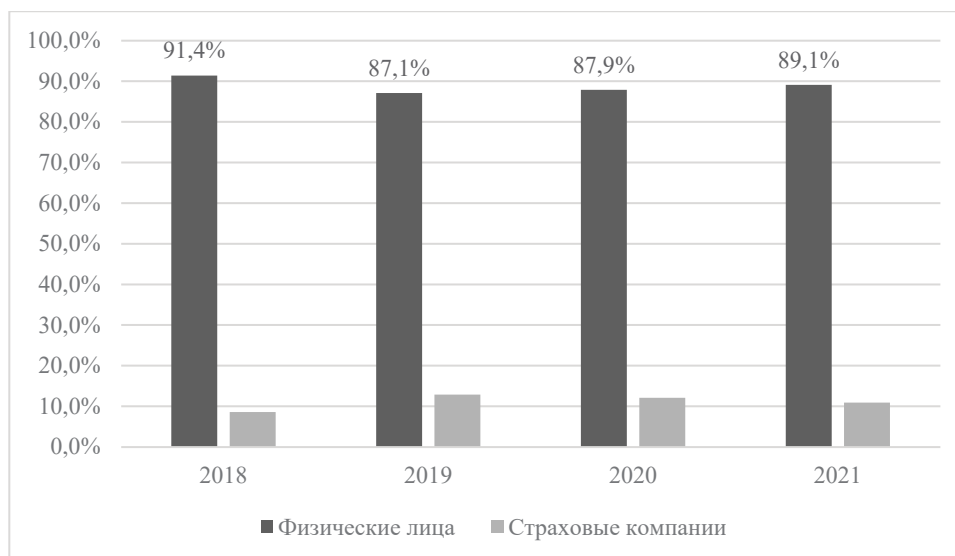


Рис. 1. Распределение доли выручки от физических лиц и страховых компаний за 2018–2021 гг. (%)

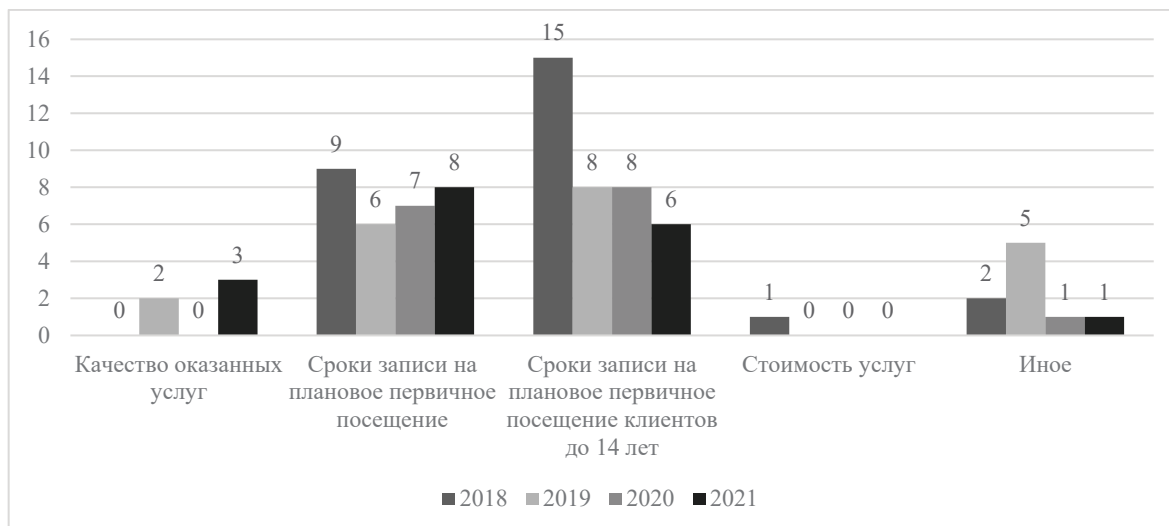


Рис. 2. Количество негативных обращений

на протяжении 2015–2022 гг. осуществляется поставленная стратегическая задача по разработке и внедрению в работу клиники компьютерной программы учета, сбора и формирования отчетности:

- показателей деятельности оказания стоматологической помощи;
- финансово-экономических показателей деятельности;
- автоматизированной системы формирования отчетности согласно действующим правовым нормам;
- работы кадровой службы;
- бухгалтерского учета;
- показателей взаимодействия с каналами привлечения;
- использования встроенного CRM-клиента;
- эффективности маркетинговых мероприятий [11].

Особенностью внедряемого в 2022 г. в работу организации программного комплекса является централизованный сбор по всем предложенным на рынке программам оказания услуг [12].

По результатам анализа деятельности исследуемой клиники в период 2015–2021 гг., важным аспектом непрерывности деятельности является формирование структуры входящего потока клиентов по всем предложенным на рынке программам оказания услуг:

- по программе обязательного медицинского страхования;

- программе добровольного медицинского страхования;
- договорам с физическими лицами.

Важным аспектом оказания данных услуг является корректный учет и анализ их деятельности [15].

В условиях снижения покупательской способности населения низкомаржинальные программы гарантируют непрерывность деятельности, постоянный поток клиентов и формируют финансовую устойчивость предприятия в условиях динамичного изменения макроэкономических показателей.

Литература

1. Галиуллин А.Н. Общественное здоровье и здравоохранение: учебное пособие. – М.: Академика, 2008. – С. 3–11.
2. Синеглазова А.В., Шулаев А.В., Садыков М.Н. Методические рекомендации по организации практической подготовки обучающихся по учебной программе «Производственная практика “Помощник врача амбулаторно-поликлинического учреждения” в условиях борьбы с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19) на территории Российской Федерации». – Казань: ФГБОУ ВО Казанского ГМУ Минздрава России, 2020. – С. 3–11.
3. Кучеренко В.З. Применение методов статистического анализа для изучения общественного здоровья и здравоохранения: учебное пособие. – М.: ГЕОТАР-МЕД, 2004. – С. 102–103.
4. Хисамутдинов И.Ф., Галиуллин А.Н., Зиятдинов В.Б. и др. Клинико-экономический анализ дея-

тельности стационаров г. Казани в условиях экономического реформирования здравоохранения. – Казань: Медицина, 2005. – С. 4.

5. Дорнбуш А.А. Организационный стандарт работы амбулаторно-поликлинических подразделений муниципальных учреждений здравоохранения муниципального образования «Город Екатеринбург». – Екатеринбург: Раритет, 2016. – 54 с.

6. Князева Е.Г., Юзвович Л.И., Луговцов Р.Ю., Фоменко В.В. Финансово-экономические риски: учебное пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 112 с.

7. Руткаускас Т.К., Криворотов В.В., Лордкипанидзе М.Г., Кондюкова А.С., Шершинева Е.Г., Журухин Г.И., Домникова Л.В. Экономика организации (предприятия): учебное пособие. – Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2018. – С. 3–4.

8. Лисицын Ю.П. Общественное здоровье и здравоохранение: учебник. – М.: ГЕОТАР-МЕД, 2002. – С. 268–371.

9. Максимовский Ю.М., Сагина О.В. Организация стоматологической службы России: учебное пособие. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2008. – С. 202–289.

10. Петров И.А. Первичная учетная медицинская документация. – Екатеринбург: Управление здравоохранения администрации города Екатеринбурга, МАУ Стоматологическая поликлиника № 12, 2006. – 173 с.

11. Volkova O.A., Budarin E.V. Experience of using telemedicine technologies in healthcare systems of foreign countries and the Russian Federation: systematic review. – *Pharmacoeconomic; Modern Pharmacoeconomics & Pharmacoepidemiology*, 2021. – Pp. 549–562.

12. Pepin M., Champy-Remoussenard P. Quelques repères pour comprendre et interroger le développement de l'éducation à l'esprit d'entreprendre // *Formation Emploi*. – 2017. – 140. – Pp. 7–25.

13. Sun H., Ji X., Wang F. Context construction of product display based on intentional cognition law // *ACM International conference proceeding series*. – 2017. – Pp. 29–33.

14. Kravchenko O., Leshchenko M., Marushchak D. The digitalization as a global trend and growth factor of the modern economy // *SHS Web of Conferences*, 65,07004. – Pp. 1–5.

15. Pogodina T.V., Muzhzhavleva T.V., Udaltsova N.L. Characteristics of venture capital investing in a climate of the digitalization of the Russian economy // *International Journal of Civil Engineering and Technology*. – 2018. – 9(10). – Pp. 698–706.

Информация об авторах

Зарипова Эльвира Мансуровна, кандидат медицинских наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: zaripovasp9@mail.ru

Хафизов Мурат Усманович, кандидат физико-математических наук, доцент, Московский авиационный институт.

E-mail: avt231675@yandex.ru

Зарипов Азат Ильясович, магистр экономических наук, главный специалист, Московский кредитный банк.

E-mail: azaat.zaripov@yandex.ru

Ибрагимова Фидания Фиданлевна, магистр экономических наук, специалист, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: fidaniya-ibragimova@mail.ru

Зарипов Ильяс Ленарович, ассистент, Казанский медицинский государственный университет.

E-mail: ilyaslz@mail.ru

E.M. ZARIPOVA,
PhD in Medicine, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University

M.U. KHAFIZOV,
PhD in Mathematics and Physics, Associate Professor
Moscow Aviation Institute

A.I. ZARIPOV,
Master of Economics, Chief Specialist
Credit Bank of Moscow

F.F. IBRAGIMOVA,
Master of Economics, Specialist
Kazan (Volga region) Federal University

I.L. ZARIPOV,
Assistant
Kazan State Medical University

ANALYSIS OF THE ECONOMIC AND CLINICAL INDICATORS OF A MEDICAL ORGANIZATION WITH A CHANGE IN MACROECONOMICS ON THE EXAMPLE OF A DENTAL CLINIC

Abstract. The dental industry in Russia is one of the fastest growing areas of medicine in recent years. Like any sphere of activity of a certain geopolitical position, it is forced to adapt to the market practice at the current moment.

Seeking dental care is in second place in the pyramid of needs for medical care. It is characterized by the need for all segments of the population and differentiability in terms of the volume of services provided, depending on the current macroeconomic situation. At the current stage of development of the dental service, the organization of the activities of an individual participant requires great flexibility and intensive measures to fulfill strategic development plans.

In the period 2020–2021, the volume of the dental care market in the country was truncated due to restrictive measures aimed at reducing the incidence of COVID19, as well as factors that influenced the decrease in the free part of the income of the population, such as the consumer price index and the unemployment rate. At the same time, the Russian dentistry market has already passed the stage of extensive development and has been formed at the beginning of 2020. During this period, the most popular, permitted activities of organizations were emergency care, and low-margin paid services for acute pain. The current geopolitical situation has a significant impact on the industry by disrupting existing processes, namely the disruption of the supply of medical equipment and channels for obtaining the latest foreign practices, components of existing equipment and materials used. This requires all industries and enterprises to conduct a comprehensive analysis of activities, develop and implement new mechanisms in terms of management, marketing and quality.

Keywords: performance indicators, analysis, macroeconomics, restrictive measures, dentistry market, compulsory medical insurance.

References

1. *Galiullin A.N.* Public Health and Health Care: Study Guide. – M.: ICK “Akademika”, 2008. – P. 3–11.
2. *Sineglazova A.V., Shulaev A.V., Sadykov M.N.* Methodological recommendations for the organization of practical training for students on the curriculum “Production practice “Assistant doctor of an outpatient institution” in the fight against the spread of a new coronavirus infection (COVID – 19) in the Russian Federation”. – Kazan: FGBOU VO Kazanskogo GMU Minzdrava Rossii, 2020. – P. 3–11.

3. *Kucherenko V.Z.* Application of Statistical Analysis Methods to the Study of Public Health and Healthcare: Textbook. – M.: GEOTAR-MED, 2004. – 192 p.
4. *Hisamutdinov I.F., Galiullin A.N., Ziatdinov V.B. et al.* Clinical and economic analysis of the activities of hospitals in Kazan in the context of economic reform of health care. – Kazan: Medicina, 2005. – P. 4.
5. *Dornbush A.A.* Organizational standard for the work of outpatient departments of municipal health care institutions of the municipality “Yekaterinburg city”. – Ekaterinburg: Publishing house “Raritet”, 2016. – 54 p.
6. *Knyazeva E.G., Yuzvovich L.I., Lugovcov R.YU., Fomenko V.V.* Financial and Economic Risks: Study Guide. – Ekaterinburg: Publishing house of Ural university, 2015. – 112 p.
7. *Rutkauskas T.K., Krivorotov V.V., Lordkipanidze M.G., Kondyukova A.S. et al.* Economics of the organization (enterprise): Textbook. – Ekaterinburg: Publishing house UMC UPI, 2018. – P. 3–4.
8. *Lisicyu YU.P.* Public Health and Health Care: Textbook. – M.: GEOTAR-MED, 2002. – P. 268–371.
9. *Maksimovskij YU.M., Sagina O.V.* Organization of the Dental Service in Russia: Textbook. – M.: VLADOS-PRESS, 2008. – P. 202–289.
10. *Petrov I.A.* Primary accounting medical documentation. – Ekaterinburg: Health Department of Ekaterinburg administration, MAU Dental Clinic № 12, 2006. – 173 p.
11. *Volkova O.A., Budarin E.V.* Experience of using telemedicine technologies in healthcare systems of foreign countries and the Russian Federation: systematic review. – Pharmacoeconomic; Modern Pharmacoeconomics & Pharmacoepidemiology, 2021. – P. 549–562.
12. *Pepin M., Champy-Remoussenard P.* Quelques repères pour comprendre et interroger le développement de l'éducation à l'esprit d'entreprendre // Formation Emploi, 140, 2017. – P. 7–25.
13. *Sun H., Ji X., Wang F.* Context construction of product display based on intentional cognition law // ACM International conference proceeding series. – 2017. – P. 29–33.
14. *Kravchenko O., Leshchenko M., Marushchak D.* The digitalization as a global trend and growth factor of the modern economy // SHS Web of Conferences, 65, 07004. – P. 1–5.
15. *Pogodina T.V., Muzhzhavleva T.V., Udaltsova N.L.* Characteristics of venture capital investing in acclimate of the digitalization of the Russian economy // International Journal of Civil Engineering and Technology. – No. 9(10). – 2018. – P. 698–706.

УДК 330.12

М.Р. САФИУЛЛИН,
доктор экономических наук, профессор
Казанский (Приволжский) федеральный университет,
Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан

М.В. САВЕЛИЧЕВ,
кандидат экономических наук
Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан

Л.А. ГУДЯЕВА,
Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан

СООТНОШЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО БЛАГОСОСТОЯНИЙ И РОЛЬ ЭКСТЕРНАЛИЙ В ИХ ФОРМИРОВАНИИ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-310-90018\20 «Конверсия научного потенциала региона для решения задач глобальных научно-технологических фронтиров»

Аннотация. Экономическое содержание категории благосостояния относится к проблемным областям экономической науки, прежде всего из-за своей двойственной природы, а также вытекающей из этого сложности выработки практических методов увеличения благосостояния отдельных групп населения или страны в целом. Целью исследования является выработка методологических подходов к расширению содержания общественного и экономического благосостояния, и на этой основе анализ дополнительных источников их роста с помощью механизма интернализации экстерналий. Под экстерналиями понимаются внешние (побочные) эффекты любых экономических процессов, учет которых требует экономических затрат для их компенсации в случае отрицательных экстерналий, либо интернализации и усиления в случае положительных экстерналий. На основе анализа классических и современных исследований в области теории благосостояния сформулировано определение общественного благосостояния как объема производимых в рамках сложившейся экономической системы экономических благ, увеличенных на объем положительных экстерналий, и за вычетом отрицательных экстерналий. Показано, что рост общественного благосостояния возможен на основе интернализации экстерналий, учет экономической составляющей которых необходимо осуществлять на базе новой технологической платформы, включающей блокчейн, биржи токенов и интернет вещей.

Ключевые слова: благосостояние, экстерналии, интернализация, качество жизни, стандарты жизни, Пигу, Коуз, социальные издержки, Классификация JEL: B410, I300, I310.

1. Введение

Методологическая трудность теории благосостояния, в свою очередь определяющей сложности практического применения ее рекомендаций, заключается в комплексном характере самой категории благосостояния, что требует выработки и совмещения достаточно разнородных совокупностей критериев определения уровня благосостояния, его содер-

жания, направлений и источников роста [12]. Благосостояние, с одной стороны, является экономической концепцией, но при этом требует использования социологических методов исследований. Причина этого заключается в том, что понятие блага не исчерпывается материальными показателями достатка, а требует учета и удовлетворения духовных потребностей человека [13]. Здесь же можно отметить,

что блага могут претерпевать эволюцию в процессе общественного развития, что также усложняет их анализ [6, 9].

Другой проблемой, связанной с благосостоянием, является определение источников его роста. Источники, рассматриваемые в рамках теории благосостояния, ограничены экономической природой благ, редких по определению, в результате чего экономические блага не могут возрастать бесконечно. Кроме того, возможности справедливого перераспределения экономических благ среди членов общества также имеют пределы в силу природы капиталистической системы [5]. Производство экономических благ связано с проблемой отрицательных экстерналий, без которых невозможна экономическая деятельность вообще, что особенно зримо проявляется в загрязнении окружающей среды и расточительном отношении к природным ресурсам. В результате рост преимущественно экономических благ сопровождается ухудшением качества окружающей среды, тем самым нанося ущерб уровню общественного благосостояния.

Здесь также необходимо отметить проблему учета возникающих в процессе экономической деятельности экстерналий, что представляет особую методологическую и практическую сложность. Традиционно под экстерналиями понимаются внешние эффекты экономической деятельности, которые не относятся к целевой функции этой деятельности, и чья экономическая составляющая (стоимость) не перенесена на источник, ее породивший. Как отмечает Дж. Бьюканен, экстерналии доминируют в теории благосостояния и в целом в теории экономической политики [19, р. 371]. По сути, «невидимая рука» рынка А. Смита, концепция, согласно которой экономические агенты, преследуя собственные цели в процессе производства и извлечения прибыли, тем самым способствуют удовлетворению потребностей в общественных благах, указывает на факт возникновения положительных экстерналий в условиях свободного рынка [18]. Добавим, что данный механизм «невидимой руки» рассматривается как причина формирования и других институциональных и структурных элементов экономической системы, например

денег [17]. При этом возможен и «обратный» процесс – «невидимая рука» в процессе развития экономической системы становится «видимой рукой» [21].

А. Смит положил начало либертарианскому подходу к благосостоянию, согласно которому его максимум обеспечивается в условиях совершенной конкуренции и рыночного равновесия. Критерием эффективного распределения благ в обществе служит принцип Парето, указывающий, что при достижении оптимума любая попытка улучшить чье-то состояние приводит к ухудшению состояния другого.

Однако поскольку реальное состояние с распределением экономических благ не соответствовало выводам рыночно ориентированного подхода и не оправдывало надежд на «невидимую руку» А. Смита, были выдвинуты альтернативные концепции теории благосостояния: утилитаристский, эгалитаристский и компенсационный. Все они признают наличие проблем со справедливым распределением общественных благ, в результате чего обостряется социальное неравенство. При этом различие указанных концепций заключается в том, насколько и в какой степени допустимо вмешательство государства в рыночный механизм производства и распределения.

В рамках нашего исследования мы проанализируем соотношение общественного и экономического благосостояния, природу экстерналий и предложим модель, которая, по нашему мнению, позволяет указать подходы к решению описанных проблем на теоретическом и практическом уровнях.

2. Метод

Комплексный характер категории благосостояния, которая сочетает экономические и социальные характеристики, определил необходимость использования в рамках теории достаточно широкого спектра понятий, в той или иной степени определяющих его характерологические черты. Среди этих понятий наиболее часто используются: уровень жизни, качество жизни, образ жизни, стандарты жизни, а также – народное благосостояние, в свое время применявшееся в плановой экономике. Предложим классификационную матрицу, ко-

торая позволяет выделить сущностные черты данных понятий, используя следующие параметры: а) качественные или количественные характеристики используются для оценки благосостояния, б) экономический или социологический подход преобладает в методе оценки благосостояния (см. табл. 1).

Уровень жизни классифицируется как количественная эконометрическая модель благосостояния, которая оценивает благосостояние с точки зрения производства и потребления, в частности, оперируя такими экономическими категориями, как развитие производительных сил, структура общественного производства, производительность труда, а со стороны потребления – доходы, уровень потребления, условия быта, объем и структура рабочего времени, уровень здоровья населения и т. д. [8] Данная модель общественного благосостояния получила свое развитие в документах ООН, в которых устанавливаются общемировые стандарты здоровья, потребления продуктов, образования, занятости, социального обеспечения и т. д. [7]

Преимущественно с экономической точки зрения, но с учетом качественных показателей оценивается благосостояние в рамках модели качества жизни, которая наряду с материальными благами ставит в центр внимания удовлетворение людей духовными благами [2]. Таким образом, оно представляет собой качественную эконометрическую модель благосостояния. Качество жизни выражает степень удовлетворенности людей благами, необходимыми для их существования, развития и воспроизводства.

Образ жизни представляет преимущественно качественную социометрическую модель и содержательно формируется под влиянием

способа производства материальных благ. Согласно данной модели, каждое общество, класс или группа вырабатывают собственные представления о том образе жизни, который они должны вести и стандартов которого придерживаться. Изменение способа производства благ изменяет общественные условия, например, через радикальную смену общественно-политической формации, что, в свою очередь, изменяет образ жизни. Однако эти перемены могут быть не столь радикальны, поскольку даже изменение окружающих человека технологий влияет на его образ жизни, как это произошло при повсеместном распространении сетевых и мобильных технологий [2, 14].

Стандарт жизни содержательно также представляет собой преимущественно социометрическую концепцию благосостояния, поскольку определяет степень удовлетворения потребностей населения, исходя из установленных государством или исторически сложившихся предпочтений. Существенную роль при этом играют такие категории, как национальный характер, межкультурные сравнения. На основе всего этого формируется норматив потребления благ и услуг.

Исходя из рассмотренных моделей можно сделать вывод, что общественное благосостояние не сводится исключительно к экономическому благосостоянию и не определяется производством и потреблением экономических благ [15]. Вместе с тем экономические процессы являются главным источником той категории благ, которые мы называем общественными благами. Производство общественного блага не входит в целевую функцию экономических агентов и является «побочным» или внешним результатом их деятельности, то есть экстерналиями. Но при этом следует учиты-

Таблица 1

Классификационная матрица концепций благосостояния

<i>Социологический подход</i>	Стандарт жизни	Образ жизни
<i>Экономический подход</i>	Уровень жизни	Качество жизни
	<i>Количественные показатели</i>	<i>Качественные показатели</i>

Источник: составлено авторами

вать, что экстерналии могут иметь как положительный знак, то есть обеспечивать прирост общественного благосостояния, так и отрицательную величину, являясь вычетом из объема общественного благосостояния.

Первым предметно рассматривал вопрос возникновения отрицательных экстерналий А. Пигу [4], предложив для их компенсации использовать систему специальных государственных налогов, которые переносят стоимость ущерба, наносимого третьим лицам, на самого агента. Наиболее распространенным примером экстерналий такого рода является ущерб, наносимый окружающей среде «грязным» производством, что ухудшает условия жизни тех, чья жилища расположены рядом с источником загрязнения. Введение системы налогов и штрафов стимулирует производителя обеспечить экологические нормы производства.

Вместе с тем анализ Пигу не затрагивает обширный класс экстерналий, которые, во-первых, носят не количественный, а качественный характер, и, во-вторых, экстерналии, которые имеют позитивный характер. Здесь также возникает задача формирования механизма подкрепления (создания системы стимулов) положительных количественных и качественных экстерналий в целях увеличения общественного благосостояния.

Коуз [23] анализирует экстерналии, обладающие качественной природой, порождаемые неурегулированностью прав собственности между теми, кто является их источником, и тем, кто извлекает из них пользу, либо несет потери.

Таким образом, можно выделить два класса экстерналий: а) количественные экстерналии, которые предлагается назвать экстерналиями Пигу, и б) качественные экстерналии, по

аналогии называемые экстерналиями Коуза (см. табл. 2).

3. Результаты

В фокусе внимания теории благосостояния традиционно находилась сторона потребления, поскольку полагалось, что именно способность экономической системы произвести необходимый для потребления объем благ в конечном счете и определяет уровень благосостояния общества. Основные дискуссии велись вокруг того, какие именно блага считать необходимыми для общества и как обеспечивать справедливый доступ членов общества к производимому экономической системой набору благ. Отметим, что характеристиками экономического блага являются: а) способность удовлетворять потребности, б) количество этих благ заведомо ниже потребного их количества [3].

Поскольку источником благ выступают экономические агенты, то производимые ими блага следует определить как экономические. Важно подчеркнуть, что экономические агенты производят тот набор благ, который соответствует целевой функции данного экономического агента, то есть для фермера это сельхозпродукция, для автомобильной компании – автомобили, для нефтеперерабатывающего завода – бензин, для туристической фирмы – рекреационные услуги. Второй важной особенностью экономических благ является их принципиальная ограниченность, иначе такие блага не являются экономическими. Следует обратить внимание на вопрос: что представляют собой блага, которые используются не для потребления, а необходимы для производства благ? К. Менгер вводит иерархию благ: блага, непосредственно удовлетворяющие потребности человека, или блага низшего по-

Таблица 2

Классификация экстерналий

<i>Положительные</i>	Занятость	Система школьного образования
<i>Отрицательные</i>	Загрязнение окружающей среды	Транзакционные издержки
	<i>Количественные (Пигу)</i>	<i>Качественные (Коуз)</i>

Источник: составлено авторами

рядка, и блага, необходимые для производства потребляемых человеком благ, или блага высшего порядка [3].

В процессе реализации своей целевой функции по производству экономических благ экономические агенты становятся источниками внешних эффектов, экстерналий, которые могут носить негативный характер (например, загрязнение окружающей среды), либо являться положительными. Определим экстерналии как внешний эффект любых экономических процессов, учет которого требует экономических затрат либо для нейтрализации данного эффекта в случае отрицательных последствий, либо интернализации и усиления, если последствия оцениваются как положительные. В случае отрицательных экстерналий, если по ним совершены указанные экономические затраты, необходимые для их выявления и нейтрализации, если подобное возможно, экономическая стоимость, как правило, переносится на экономических агентов, которые являются их источниками.

Можно выделить следующие условия превращения внешнего эффекта в экстерналию: 1) внешний эффект не является целевой функцией экономического субъекта, его породившего, 2) последствия внешнего эффекта порождают социальный отклик, институт, структуру, 3) внешний эффект от одного экономического агента не может превратиться в экстерналию, необходима некая «критическая масса» подобных внешних эффектов.

Здесь уместно привести пример загрязнения воздуха выбросами химического предприятия, для которого подобные выбросы не являлись, что очевидно, его целевой функцией (условие 1). Отметим, что до определенного периода времени химические отходы вообще никак и никем не учитывались, а их источник не подвергался штрафным санкциям, предписаниям установить очистную систему. И в этом смысле можно утверждать, что предприятие не порождало экстерналий. Экстерналией становилась экстерналией лишь тогда, когда по определенным причинам была осознана и выявлена вредность для здоровья людей загрязнения воздуха, был определен источник загрязнения, измерена величина ущерба, разработана си-

стема штрафов за подобные побочные эффекты со стороны производства. То есть внешний эффект стал причиной социального, а затем и институционального процесса (условие 2) [20]. В результате экстерналия получала институциональное оформление и закрепление в нормативно-правовой системе, а также стоимостное наполнение – возмещать ущерб вменялось источнику загрязнения. При этом подчеркнем, что причиной введения экологического штрафа стало наличие достаточного количества предприятий, загрязняющих окружающую среду (условие 3). Величина экстерналии в стоимостном выражении является вычетом из того объема экономического блага, которое производит экономический агент согласно своей целевой функции.

Аналогичным образом дело обстоит с положительными экстерналиями, источник которых – также деятельность экономических агентов, но при этом данные экстерналии не входят в их целевую функцию. Обратимся к принципу «невидимой руки» Адама Смита, утверждавшего, что, преследуя собственные интересы, предприниматель тем самым увеличивает и общественное благосостояние. Так, развитие производства требует найма все более квалифицированных рабочих (условие 1), для чего необходима система среднего и профессионального образования. Возникает внешний эффект, экстерналия – создание и развитие требуемой для дальнейшего прогресса капиталистической системы всеобщего среднего образования. В стоимостном виде экстерналия оформляется в процессе институционализации, когда предпринимаются шаги по организации системы среднего образования, осуществляется строительство школ и училищ, подготовка учителей и т. д. (условие 2). Источником экстерналии здесь опять выступает не какой-то единственный экономический агент, а их достаточное количество (условие 3), но экономическая стоимость экстерналии в той или иной степени переносится на государство (хотя сами предприятия часто занимаются специализированной подготовкой своих кадров, но уже после того, как сотрудники прошли ступени национальной образовательной системы – школа / профучилище / вуз). Система образования

также полностью или частично финансируется за счет налогов с экономической деятельности.

Обобщая, можно сказать, что в основе экстерналий лежит потребность, возникающая в процессе действий экономических агентов, – потребность в чистом воздухе или в системе образования, как показано в примерах, а потребность, согласно определению К. Менгера [3, с. 66], является первым условием блага. Но для трансформации потребности в благо, необходимы дополнительные условия, равно как и для внешнего эффекта экономической деятельности, чтобы стать экстерналией, необходимы вышеперечисленные условия.

Итак, экономическое благосостояние необходимым образом следует увеличить на сумму положительных экстерналий и уменьшить на сумму отрицательных экстерналий, что в итоге определяет общий объем общественного благосостояния. Можно выразить это следующей формулой (1):

$$V(\text{ОБ}) = V(\text{ЭБ}) - V(\text{Э-}) + V(\text{Э+}), \quad (1)$$

где $V(\text{ОБ})$ – объем общественного благосостояния;

$V(\text{ЭБ})$ – объем экономического благосостояния;

$V(\text{Э-})$ – стоимостное выражение отрицательных экстерналий;

$V(\text{Э+})$ – стоимостное выражение положительных экстерналий.

Величина общественного блага определяется производимым в рамках национальной экономики экономическим благом, увеличенным на разницу стоимостных величин положительных и отрицательных экстерналий.

4. Дискуссия

В ставшей уже классической работе С. Чена [22] приводится ряд доводов, которые ставят под сомнение существование экстерналий и, соответственно, необходимость их учета в теории благосостояния согласно моделям А. Пигу [4] или Р. Коуза [23]. Разберем возражения С. Чена подробнее с точки зрения представленной нами модели соотношения экстерналий и общественного и экономического благосостояний.

1. Первое возражение [22, III] сводится к тому, что более скрупулезный анализ социальных издержек, возникающих в результате

экстерналий, показывает: негативные внешние эффекты от деятельности экономических агентов компенсируются производимыми ими же положительными внешними эффектами. Чтобы в этом убедиться, необходимо продолжить причинно-следственную цепь рассуждений. Так, завод, загрязняющий воздух вредными выбросами, порождает социальные издержки для тех, чье жилье расположено рядом с производством, но при этом одновременно является источником социального прироста, поскольку обеспечивает население рабочими местами. Если власти решат, под давлением требований общественности, экологических активистов, закрыть предприятие, немедленно обнаружится, что люди лишились рабочих мест, а, значит, государство должно стимулировать создание новых рабочих мест, выплачивать пособие по безработице, а, кроме того, государство понесло прямые потери, поскольку ликвидированное предприятие перестает платить налоги в бюджет. В результате, величина экстерналий, порождаемых не работой предприятия, а его закрытием, оказывается существенно выше, чем ущерб, наносимый экологии.

2. Второе возражение [22, V] обращено на проблему отслеживания прав собственности и направлено против положений теоремы Р. Коуза. Согласно одной из формулировок теоремы, экстерналии и соответствующие социальные издержки возникают там, где отсутствует четкое распределение прав собственности. Подход на основе теоремы Коуза мог бы разрешить коллизию интересов владельца предприятия и жителей, если бы распределение между ними прав собственности предусматривало ограничение возможностей жителей предпринимать действия, ведущие к закрытию предприятия, а владельца – ухудшать условия их жизни экологически вредными выбросами. Но на практике применение теоремы Коуза требует соблюдения критерия наблюдаемости прав собственности, то есть четкого установления: кто какими правами и на что обладает. В современной экономике с данным условием возникают существенные сложности. В доминирующей англо-американской традиции право собственности представляет, по сути, пучок разнородных прав, владельцами которых могут

выступать совершенно разные экономические субъекты. Ситуацию усугубляет система перекрестного владения собственностью, а также иные нормативно-правовые особенности регулирования прав собственности, усложняющие процедуры их разграничения. Таким образом, разграничение прав собственности влечет значительные трансакционные издержки, которые превысят порождаемые предприятием социальные издержки. Проще говоря, судебные издержки окажутся чересчур высокими, а сам судебный процесс растянется на годы.

3. И, наконец, третье возражение [22, VI] заключается в том, что экономисты, моделируя ситуации и делая на их основе некие выводы, нередко не владеют реальным состоянием дел в экономике. Так С. Чен обращает внимание на два примера из работы А. Пигу. Первый из них: взаимоотношения садовника и пасечника, где пчелы, собирая пыльцу и производя мед, тем самым способствуют недопроизводству яблок и перепроизводству меда, что, по мнению А. Пигу, обуславливает необходимость введения специального налога для восстановления равновесия и достижения Парето-оптима. Чен отмечает, что на практике между садовниками и пасечниками традиционно заключаются соглашения об использовании пчелами фруктовых садов в качестве места сбора меда, и таким образом рыночная саморегуляция разрешила указанную дилемму без вмешательства государства. Второй пример касается столь же умозрительного, по мнению С. Чена, примера А. Пигу о том, будто частное землевладение эффективнее арендного, поскольку договор аренды всегда имеет какие-либо упущения, дефекты (асимметрия информации по Эрроу [16, 941–973], к тому же временный характер арендного соглашения не стимулирует арендатора должным образом заботиться о плодородии почвы. В опровержение С. Чен приводит пример Китая, где масштабное исследование сравнительной эффективности частного землевладения и арендного не выявило преимуществ первого над вторым.

Сформулируем возражения на приведенную критику исходя из изложенного нами подхода к пониманию содержания категорий благосостояния и экстерналий.

1. Не всякий побочный эффект, который возникает в процессе целевой деятельности экономического актора, следует рассматривать как экстерналию в экономическом смысле. Это касается как отрицательных, так и положительных побочных эффектов. Как мы отметили, побочный, или внешний эффект, сопутствующий целевой деятельности экономического актора, трансформируется в экстерналию только тогда, когда соблюдены три условия и на этой основе определены экономические издержки по их нейтрализации, либо интернализации. Поэтому ущерб экологии, который измерен, определена его стоимость и выстроен механизм компенсации наносимого природе урона, становится экстерналией, но побочный эффект от того, что предприятию придется функционировать с более низкой производительностью из-за возложенных на него экологических платежей и штрафов, требует такой же оценки и определения стоимости, с последующим определением механизма перенесения этой стоимости на источник экстерналии, например, в форме налоговых льгот на установку очистительных сооружений и т. п. К тому же, вероятно, вынужденное снижение производства данным предприятием будет компенсировано ростом производства конкурентов, использующих «чистые» технологии.

2. Трансакционные издержки по разграничению прав собственности в современных условиях могут быть существенно уменьшены за счет внедрения информационных технологий, которые при создании соответствующих нормативно-правовых процедур смогут отслеживать динамику перехода прав собственности практически в режиме реального времени. Уже сейчас государственная система электронной регистрации прав собственности значительно сократила временные и денежные издержки собственников. Существуют проекты использования в качестве инструмента хранения данных по правам собственности распределенных баз данных, в частности, блокчейн, который позволяет обеспечить безопасность записей о собственности, ее открытость для всех заинтересованных субъектов, а главное – обновление в режиме реального времени.

3. По существу третьего возражения также

заметим, что современный уровень доступности информации гораздо выше, чем во времена А. Пигу, Р. Коуза, а затем и С. Чена. Интернет позволяет получить доступ к репрезентативному объему данных по тем проблемам, которые интересуют экономиста, тем самым значительно снижая вероятность коллизий теоретических выкладок и реальной практики, как в случае договорных взаимоотношений пчеловодов и садоводов по вопросу разделения доходов, а также сравнительной эффективности арендных и частных землевладений. По сути, данная проблема представляет собой вариацию асимметричного распределения информации, как это анализируется в модели К. Эрроу [16], только не в приложении к рыночной ситуации, а к научной практике. Вместе с тем даже в современных условиях сохраняются области, где протекают экономические и социальные процессы, недостаточно изученные экономистами. На это накладывается фактор ускорения происходящих в экономике изменений, их глобализация, нарастание объема информационных ресурсов, поиск по которым – весьма сложная задача.

Одно из возможных направлений решения данной проблемы нам видится в развитии системы «цифровой демократии» через создание платформ на базе мобильных приложений или сервисов в системе государственных услуг, где граждане могут заявить о возникающих внешних эффектах в деятельности экономических агентов, которые требуются интернализировать [10, 11]. В определенной степени процесс предлагается «перевернуть с головы на ноги», то есть опираться не на умозрительные модели, а отталкиваться от реальной практики, требующей изучения, моделирования и практических шагов по решению проблемы. Здесь опять следует отметить, что современные технологии позволяют решать подобные задачи путем создания новой технологической платформы для выявления возникающих экстерналий, их оценки и последующей интернализации. [1]

5. Заключение

Источником роста общественного благосостояния, помимо экономического благосостояния, являются экстерналии, которые

в процессе интернализации переносят свою стоимость либо на источник внешнего эффекта, либо на выгодополучателя, как правило, общество в целом. Процесс интернализации сам по себе требует осуществления экономических затрат на выявление экстерналии, ее классификацию, оценку и выработку институционального механизма включения в общий объем общественного блага. Очевидно, механизмы интернализации экстерналий зависят от типа внешних эффектов. Так, экстерналии Пигу переносят свою стоимость на источник внешнего эффекта, например, загрязняющее окружающую среду предприятие, через наложенные штрафы или экологические сборы, которые будут стимулировать собственников предприятия минимизировать приносимый ущерб, внедрять «чистые» технологии и т. д. Экстерналии Коуза, в силу своего качественного характера, требуют иных форм интернализации, как правило, через определение и разграничение прав собственности между источником экстерналии и ее выгодополучателем, либо актором, которому причиняется ущерб. Следует учитывать, что разнообразие экстерналий в современной экономической системе стремительно увеличивается, разделение их на количественные и качественные представляет собой первичный критерий, и задачей дальнейшего исследования является выработка более тонких классификационных принципов и формирование своего рода «каталога» экстерналий.

Особо следует учесть «сетевой» характер экономических и общественных благ, а, следовательно, и самих экстерналий. Прежде всего, под этим подразумевается пространственная распределенность производства экономических благ в условиях глобализации производства товаров и услуг. Кроме того, необходимо разделить блага, произведенные для людей как потребителей, а также блага, производимые для экономических акторов, которые наравне с людьми участвуют в их потреблении. По сути, это является возвращением на новом витке развития теории благосостояния к модели К. Менгера «матрицы благ». Здесь представляется перспективным использовать методологические подходы, разрабатываемые в рамках

акторно-сетевой теории в приложении к экономическим процессам и акторам.

Литература

1. *Дежина И.* Перспективные рынки и технологии интернета вещей: публичный аналитический доклад. – М: Лайм, 2019. – 274 с.
2. *Латур Б.* Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – 384 с.
3. *Менгер К.* Избранные работы. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2005. – 496 с.
4. *Пигу А.* Экономическая теория благосостояния. – Т. 1. – М.: Прогресс, 1985. – 513 с.
5. *Пикетти Т.* Капитал в XXI веке. – М.: Ad Marginem, 2015. – 592 с.
6. *Рубинштейн А.Я.* Экономика общественных предпочтений. Структура и эволюция социального интереса. – СПб.: Алтейя, 2008. – 560 с.
7. *Сафиуллин А.* Экономика благосостояния. Теория и практика: учебное пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 111 с.
8. *Сафиуллин Л.* Рост общественного благосостояния в условиях неоднородности рынков: теоретико-методологический аспект: дис. ... д-ра эконом. наук : 08.00.01 / Сафиуллин Ленар Наильевич; Казанский государственный аграрный университет. – Казань, 2006. – 343 с.
9. *Сафиуллин М., Савеличев М., Ельшин Л.* Сценарии развития блокчейн-технологий на основе экономической социодинамики // Общество и экономика. – 2019. – № 9. – С. 32–42.
10. *Сафиуллин М., Савеличев М., Ельшин Л.* Интернализация экстерналий на основе блокчейн // Теоретическая и прикладная экономики. – 2020. – № 2. – С. 96–104.
11. *Сафиуллин М., Савеличев М., Ельшин Л.* Повышение устойчивости экономики на основе токенизации экстерналий // Креативная экономика. – 2020. – Том 14. – № 6. – С. 1171–1186.
12. *Сен А.* Идея справедливости. – М.: Издательство Института Гайдара, 2016. – 520 с.
13. *Стиглиц Д., Сен А., Фитусси Ж.-П.* Неверно оценивая нашу жизнь: Почему ВВП не имеет смысла? – М.: Издательство Института Гайдара, 2016. – 216 с.
14. *Урри Дж.* Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 576 с.
15. *Яременко Ю.* Экономический рост. Структурная политика. – 2001. – URL: <https://ecfor.ru/publication/ekonomicheskij-rost-strukturnaya-politika/> (дата обращения: 15.02.2022).
16. *Arrow Kenneth J.* Uncertainty and the welfare economics of medical care // American Economic Review. – 1963. – Vol. 53. – P. 941–973.
17. *Audionat N.* The Invisible Hand in Economics: How Economists Explain Unintended Social Consequences. – NY: Routledge, 2008. – 254 p.
18. *Boudon R.* The Unintended Consequences of Social Action. – London: The Macmillan Press Ltd, 1982. – 232 p.
19. *Buchanan J., Stubblebine Wm.* Externality // *Economica*, New Series. – 1962. – Vol. 29, No. 116. – 1962– P. 371–384.
20. *Buchanan J.M.* The Institutional Structure of Externality // *Public Choice*. – 1973. – Vol. 14. – P. 69–82.
21. *Chandler A.D.* The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business. – Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1977. – 621 p.
22. *Cheung S.* The Myth of Social Cost: A critique of welfare, economics and the implications of public policy // *The Institute of Economic Affairs*. – Hobart paper 82, 1978. – P. 19–68.
23. *Coase R.* The Problem of Social Cost // *Journal of Law and Economics*. – Vol. III. – 1960. – P. 1–44.

Информация об авторах

Сафиуллин Марат Рашитович, доктор экономических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: Marat.Safiullin@tatar.ru

Савеличев Михаил Валерьевич, кандидат экономических наук, Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан.

E-mail: Mikhail.Savelichev@tatar.ru

Гудяева Людмила Александровна, старший научный сотрудник, Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан.

E-mail: gydotek@mail.ru

M.R. SAFIULLIN,
Doctor in Economics, Professor
Kazan (Volga region) Federal University,
Center of Advanced Economic Research in the Academy of Sciences
of the Republic of Tatarstan

M.V. SAVELICHEV,
PhD in Economics
Center of Advanced Economic Research in the Academy of Sciences
of the Republic of Tatarstan

L.A. GUDYAEVA,
Senior Researcher
Center of Advanced Economic Research in the Academy of Sciences
of the Republic of Tatarstan

THE CORRESPONDENCE OF SOCIAL AND ECONOMIC WELFARE AND THE ROLE OF EXTERNALITIES IN THEIR FORMATION

The study was supported by the Russian Foundation for Basic Research within the framework of the scientific project No. 20-310-90018\20 “Conversion of scientific research in the regions to solve problems related to the search for scientific and technological fronts”

Abstract. The economic content of the welfare category belongs to the problematic areas of economics, primarily because of its dualistic nature, as well as the complexity of developing practical methods for increasing the welfare of the different groups of the population or the country as a whole. The aim of the article is to outline methodological approaches to expanding the content of social and economic well-being, and on this basis to analyze the additional sources of their growth based on the mechanism of internalization of externalities.

By definition externalities are external (side) effects of any economic processes, and their accounting requires economic costs to compensate them in the case of negative externalities, or internalization and strengthening one in the case of positive externalities. Based on the analysis of classical and modern research in the field of welfare theory, the definition of social welfare is formulated as the volume of economic benefits produced within the economic system plus the volume of positive externalities and minus negative externalities.

It is shown that the growth of social welfare is possible on the basis of the internalization of externalities, the accounting of the economic component of which must be carried out on the basis of a new technological platform, which include blockchain, token exchanges and the Internet of Things.

Keywords: welfare, externalities, internalization, quality of life, living standards, Pigou, Coase, social costs.

References

1. *Dezhina I.* Promising Markets and Internet of Things Technologies: Public Analytical Report. – M: Lajm, 2019. – 274 p.
2. *Latur B.* Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory. – M.: Publishing House Higher School of Economics, 2020. – 384 p.
3. *Menger K.* Selected Works. – M.: Publishing House “Territory of the future”, 2005. – 496 p.
4. *Pigu A.* The Economics of Welfare. – Vol. 1. – M.: Progress, 1985. – 513 p.
5. *Piketti T.* Capital in the Twenty-First Century. – M.: Ad Marginem, 2015. – 592 p.
6. *Rubinshtejn A. YA.* The Economics of Public Preferences. – SPb.: Altejya, 2008. – 560 p.
7. *Safiullin A.* The Economics of Welfare: theory and practice. – Ul’yanovsk: UIGTU, 2007. – 111 p.
8. *Safiullin L.* The Growth of Public Welfare in Conditions of Market Heterogeneity: theoretical and methodological aspect: thesis of doctor in Economics: 08.00.01 / Safiullin Lenar Nail’evich; Kazan State Agrarian University. – Kazan, 2006. – 343 p.
9. *Safiullin M., Savelichev M., El’shin L.* Blockchain-based Internalization of Externalities // Theoretical and Applied Economics. – 2020. – No. 2. – P. 96–104.

10. *Safullin M., Savelichev M., El'shin L.* The increasing economic stability based on the tokenization of externalities // *Creative Economy*. – 2020. – Vol. 14. – No.6. – P. 1171–1186.
11. *Safullin M., Savelichev M., El'shin L.* The Scenarios for the Development of Blockchain Technologies Based on Economic Sociodynamics // *Society and Economy*. – 2019. – No. 9. – P. 32– 42.
12. *Sen A.* The Idea of Justice. – М.: The Gaidar Institute Publishing, 2016. – 520 p.
13. *Stiglic D., Sen A., Fitussi ZH.-P.* Mis-measuring Our Lives: Why GDP Doesn't Add Up? – М.: The Gaidar Institute Publishing, 2016. – 216 p.
14. *Urri J.* Sociology Beyond Societies: Mobilities for the twenty-first century. – М.: Publishing House Higher School of Economics, 2012. – 576 p.
15. *Yaremenko Y.U.* The Economic Growth: structural policy. – URL: <https://ecfor.ru/publication/ekonomicheskij-rost-strukturnaya-politika/> (date accessed: 15.02.2022).
16. *Arrow Kenneth J.* Uncertainty and the welfare economics of medical care // *American Economic Review*. – 1963. – Vol. 53. – P. 941–973.
17. *Aydinonat N.* The Invisible Hand in Economics: How Economists Explain Unintended Social Consequences. – NY: Routledge, 2008. – 254 p.
18. *Boudon R.* The Unintended Consequences of Social Action. – London: The Macmillan Press Ltd, 1982. – 232 p.
19. *Buchanan J., Stubblebine Wm.* Externality // *Economica, New Series*. – 1962. – Vol. 29, No. 116. – 1962– P. 371–384.
20. *Buchanan J.M.* The Institutional Structure of Externality // *Public Choice*. – 1973. – Vol. 14. – P. 69–82.
21. *Chandler A.D.* The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business. – Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1977. – 621 p.
22. *Cheung S.* The Myth of Social Cost: A critique of welfare, economics and the implications of public policy // *The Institute of Economic Affairs*. – Hobart paper 82, 1978. – P. 19–68.
23. *Coase R.* The Problem of Social Cost // *Journal of Law and Economics*. – Vol. III. – 1960. – P. 1–44.

УДК 330.163.14

Л.Н. САФИУЛЛИН,

доктор экономических наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

А.И. САХБИЕВА,

кандидат экономических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

МОДИФИКАЦИЯ ОТНОШЕНИЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Информационная среда предоставила потребителям возможность расширить группы для совместных закупок и перенести свои потребительские предпочтения в сферу онлайн выбора. Отчасти на данную ситуацию повлияло введение локдауна в ряде стран, однако даже после его отмены ориентация потребителей не претерпела значительных изменений. Соответственно, можно заключить, что влияние цифровизации на потребительское поведение в современных условиях проявляется как в изменении потребительских предпочтений относительно повышения возможности выбора того или иного товара или услуги, так и в организации непосредственно приобретения и потребления товаров и услуг.

Принятие и использование новых технологий в периоды неопределенности и растущего социального дистанцирования все больше зависит от информации, получаемой человеком из СМИ, Интернета и социальных сетей, а не от ближайшего круга: семьи и друзей. Коллективное поведение будет влиять на внедрение цифровизации в потребительской среде более высокими темпами.

Ключевые слова: спрос, потребительские предпочтения, коллективное поведение, пандемия, потребительское поведение, домохозяйства, цифровая экономика, цифровизация.

Пандемия оказала значительное влияние на образ жизни потребителей из различных стран. Поскольку правительства пытаются свести к минимуму распространение пандемии, было введено несколько ограничений, которые напрямую влияют на то, как работают люди и бизнес. Реакция на пандемию привела к мгновенным изменениям в повседневной жизни людей и повседневной деятельности предприятий, которые в противном случае происходили бы медленнее или не происходили бы вовсе.

Одним из изменений, вызванных введением правительствами разных стран локдаунов, является большая активизация использования различных цифровых технологий, таких как интернет-сервисы для общения, взаимодействия и работы из дома. Это повлияло на изменение предпочтений и моделей поведения потребителей, вызвав к жизни переход на онлайн-покупки и альтернативные варианты получения и доставки товаров [1].

Активное внедрение цифровых технологий также распространилось среди организаций,

которые ускорили оцифровку взаимодействия своих клиентов и цепочек поставок на три-четыре года и доли цифровых продуктов в своих портфелях к семи годам.

Во многих случаях пользователи цифровых технологий сталкиваются с необходимостью быстро освоить для применения определенную технологию, чтобы приспособиться к новой реальности. Внедрение технологий уже стало обширной областью исследований, базирующейся на нескольких теоретических основах, при этом единая теория принятия и использования технологий является одной из наиболее широко и часто применяемых теорий для объяснения использования и принятия технологий отдельными лицами в организациях, охватывающих множество технологий и контекстов и многократно успешно воспроизводимых.

Тем не менее появление особых обстоятельств из-за COVID-19 создало уникальные условия, при которых у пользователей нет времени пройти обычный процесс принятия решений на этапах принятия технологии, первона-

чального и пост-адаптивного использования. Переход между различными этапами происходит быстрее и часто при разных уровнях социальной изоляции, когда пользователи не имеют одинакового доступа к информационным ресурсам при принятии решений. Таким образом, возникает вопрос о том, как и в какой степени действуют существующие цифровые технологии, влияющие на поведение потребителей [2].

В центре исследования находится влияние цифровизации на поведение потребителей в свете развития единой теории принятия и использования технологий. Первоначально данная теория была разработана для применения в исследованиях, прежде всего в организационном контексте, для объяснения принятия и использования информационных технологий отдельными лицами.

В литературе теория принятия и использования технологий была расширена дополнительными конструкциями для использования в контексте потребителя. Однако исследователи предлагают учитывать перед применением такой технологии ряд факторов: пожилые люди меньше получают удовольствия от покупок в Интернете, для них совершение интернет-покупок менее комфортно, чем аналогичные действия в офлайн, в связи с чем покупки в Интернете пожилые люди совершают реже, чем молодые. Все данные факторы необходимо учесть, проводя массовый анализ влияния цифровых технологий на поведение потребителей [3].

Первым ключевым фактором, определяющим теорию принятия и использования технологий в качестве применения к контексту потребителя, является ожидаемая производительность, определяемая как степень, в которой пользователь получает выгоду от использования технологии. Ряд авторов полагает, что пожилые люди с большей вероятностью будут использовать и принимать онлайн-технологии, если они осознают их полезность и положительный эффект, например, в области медицинских услуг или покупок в Интернете [4]. Исследователи отмечают, что в силу маломобильности использование цифровых технологий для получения различного рода услуг и приобретения товаров при определен-

ном подходе и соответствующей организации обучения могло бы представлять несомненный интерес для пожилых людей и в допандемийный период. Во время пандемии этот эффект можно было бы еще больше усилить за счет ограниченного доступа к обычным магазинам из-за карантина, поэтому пожилые люди выиграют еще больше от использования покупок в Интернете по сравнению с непандемическими обстоятельствами.

Кроме того, на технологиях, которые помогают пользователям совершать более быстрые и эффективные покупки в Интернете, такие как удаленные мобильные платежи, также положительно сказывается их ожидаемая производительность. Однако было отмечено, что пандемия существенно не повлияла на этот результат, поскольку ожидаемая производительность значительно влияет на намерение пользователя использовать онлайн-технологии в условиях блокировки [5].

Соответственно, можно предположить, что ожидаемые результаты внедрения цифровых технологий положительно повлияют на поведенческое намерение пожилых людей перейти на покупки в Интернете.

Отдельные авторы обозначили благоприятные условия как восприятие потребителями ресурсов и поддержки, доступных для выполнения определенного поведения [6]. В частности, в литературе утверждалось, что облегчение условий не оказывает положительного влияния на намерение пожилых людей использовать онлайн-технологии. Однако, поскольку цифровая грамотность среди пожилых людей растет с увеличением доступности цифровых ресурсов, положительный эффект благоприятных условий может стать преобладающим в будущем. Соответственно, можно заключить, что благоприятные условия положительно повлияют на поведенческое намерение пожилых людей начать совершать покупки в Интернете.

Использование онлайн-технологий может быть сложной задачей, особенно для пожилых людей. Таким образом, ожидаемые усилия могут быть одним из ключевых факторов поведенческого намерения и использования этих технологий. Кроме того, современный дизайн пользовательского интерфейса для онлайн-по-

покупки стремится максимально упростить процесс покупок для пользователей, чтобы они не раздражались. В некоторых случаях, например, в сфере здравоохранения, ожидаемая продолжительность усилий положительно влияет на намерение пожилых людей использовать онлайн-технологии. Соответственно, можно заключить, что ожидаемые усилия имеют положительное влияние в тех случаях, когда на кону стоит здоровье пользователя, что также происходит при посещении обычных магазинов во время пандемии. Кроме того, исследования во время пандемии COVID-19 показали, что ожидаемые усилия являются ключевым фактором, существенно влияющим на намерение пользователей использовать онлайн-технологии в условиях пандемии [7]. Соответственно, можно прийти к выводу, что существующая ситуация положительно повлияет на поведенческое намерение пожилых людей начать совершать покупки в Интернете.

На этапе после покупки потребители могут сравнивать свой текущий опыт потребления с тем, что они ожидали до совершения покупки, и в то же время они могут делиться своим опытом потребления через различные каналы связи, например платформы обзора и оценки или социальные сети путем твитов, сообщений в блогах или лайков, чтобы обсудить детали приобретенного продукта и порекомендовать продукт, которым они удовлетворены. Тем не менее неопределенность реакции, которая определяется как неспособность предсказать вероятные последствия выбора, все еще может иметь место, особенно когда наблюдение за другими может иметь больший вес, чем их собственная информация, заставляя их соглашаться с принятием других и, таким образом, игнорировать свою собственную информацию, когда принятие решений.

Однако на этапе после совершения покупки может также возникнуть другое явление, так называемое предубеждение статус-кво. Серия экспериментов по принятию решений показывает, что люди непропорционально придерживаются статус-кво, что означает, что предпочтение отдается текущему состоянию или обеспеченности.

Следовательно, когда пользователи активно игнорируют свои собственные предпочтения в отношении упущенной технологии в условиях выпаса скота, они, вероятно, думают, что несут ответственность за решение отказаться от того, что они изначально предпочитали. Таким образом, наблюдение за другими на этапе после покупки отрицательно связано с намерением отменить предыдущие решения.

Пандемия создала беспрецедентную современную ситуацию, включая локдауны, которые изменили деловые и социальные нормы в нескольких странах. Страх заразиться болезнью подпитывается беспокойством о здоровье, использованием традиционных и социальных сетей и рисками для близких. Вероятность заражения этой болезнью в помещении выше, при этом продуктовые магазины представляют наибольшую опасность из-за относительно высокой вероятности заражения инфекцией. Это заставило покупателей задуматься о том, как часто им следует ходить за покупками. Однако важно отметить, что при том, что продуктовые магазины остаются открытыми, потенциальные покупатели по-прежнему могут делать покупки в обычных магазинах или в Интернете [8].

Традиционно пожилые люди, как правило, сталкиваются с большими препятствиями для принятия покупок в Интернете по сравнению с их более молодыми сверстниками. Эскалация пандемии усилила ограничения на карантин и изоляцию и вызвала сильное беспокойство по поводу вируса у людей, особенно у пожилых. Ограниченные исследования технологий, связанных с пандемией, таких как отслеживание контактов, показали, что страх перед заболеванием не влияет на поведенческое намерение использовать технологию. Однако эта ситуация особенно повлияла на пожилых людей, которые ранее были мобильными, но добровольно ограничили свои передвижения из-за страха заразиться. Таким образом, можно сказать, что страх перед заболеванием будет положительно связан с поведенческим намерением пожилых людей перейти на онлайн-покупки [9].

Учитывая, что люди полагаются на мнение других, на индивидуальное поведение могут влиять другие люди на протяжении всего процесса принятия решения о покупке.

Пандемия оказала значительное влияние на людей и общество в целом. Пожилые люди составляют особо уязвимую группу, поскольку коронавирус представляет серьезный риск для здоровья многих из них. При этом они по-прежнему очень активно участвуют в жизни общества. Поэтому авторы исследовали факторы, которые побудили пожилых людей к покупкам в Интернете.

Также исследователи доказали существование других важных факторов, влияющих на намерение совершать покупки в Интернете среди пожилых людей. Из-за сокращения социальных контактов между людьми во время пандемии в результате изоляции или страха перед коронавирусом было рассмотрено влияние коллективного поведения на намерение совершать покупки в Интернете. В литературе изучалось влияние коллективного поведения на внедрение технологий, но никто не связывал теорию принятия и использования технологий с коллективным поведением и не изучал его в условиях социальной изоляции. Поэтому были использованы уникальные условия, вызванные пандемией, чтобы изучить, уменьшается ли эффект социального влияния как субъективной нормы в моделях принятия технологий, когда потенциальные пользователи сталкиваются с ограничением времени и социальной изоляцией [10].

Пандемия ускорила ряд инициатив по цифровой трансформации, которые также затронули людей и организации, поскольку пандемия сделала цифровизацию почти необходимостью для всех секторов экономики, а также для обычной жизни и потребительского поведения.

В этой беспрецедентной среде и ситуации пандемии наиболее важным фактором при рассмотрении покупательского поведения в Интернете является ожидаемая производительность. Кроме того, важное влияние оказывают благоприятные условия, в то время как ожидаемые усилия и особенно социальное влияние не кажутся важными факторами. Ожидаемая производительность часто считается наиболее влиятельным фактором в моделях теории принятия и использования технологий и в исследованиях пандемии, не связанных с коронавирусом, тогда как социальное влияние,

по-видимому, оказывает меньшее воздействие на поведенческие намерения или просто косвенный эффект. Соответственно, можно согласиться с тем, что эффект социального влияния на принятие технологий значительно различается в разных контекстах [11].

Исследователи ставили перед собой задачу ответить на вопрос, оказывает ли социальное влияние воздействие на поведенческое намерение внедрить технологию и имеет ли коллективное поведение какое-либо существенное влияние. Было изучено значительное количество мнений о положительном влиянии коллективного поведения на выбор потребителей. Как отмечают авторы, его влияние было больше, чем влияние других факторов теории принятия и использования технологий, за исключением ожидаемой производительности. Это оказывает сильную поддержку идее о том, что пандемия повлияла на процесс принятия решений пожилыми людьми, так что они меньше полагаются на источники информации в своих близких социальных сетях и вместо этого наблюдают за поведением других людей.

Было определено, что хотя страх, связанный с заболеванием, на удивление не оказывает прямого влияния на поведенческое намерение совершать покупки в Интернете, он прямо влияет на формирование коллективного поведения. Как было отмечено в исследованиях, в условиях повышенной двусмысленности или беспокойства люди могут наблюдать за поведением других и следовать за ними. В этих случаях люди подражают поведению определенной группы лиц, которая, по их мнению, обладает более полной информацией и, таким образом, с большей вероятностью примет то, что, по их мнению, будет лучшим решением. Кризис пандемии вызвал дополнительную неопределенность, которая и породила массовое поведение среди потребителей.

Из-за карантина, страха перед заболеванием и других ограничений доступность и привлекательность покупок в обычных магазинах несколько снизились. В свою очередь, во время пандемии количество покупок в Интернете значительно увеличилось, при этом наиболее популярной во время пандемии стала категория продуктов питания и напитков, здесь наблюда-

лось увеличение расходов на каждую покупку в Интернете. Это привело к тому, что различные продуктовые компании стали предлагать мгновенные технологические решения для управления онлайн-заказами и для альтернативных средств самовывоза и доставки, таких как доставка на дом или получение в магазине. Тем не менее из-за ряда проблем, в том числе вызванных пандемией, организациям необходимо подготовить различные планы будущих стратегических мероприятий.

Литература

1. Амангелдиева А.Б., Залазева А.К. Новые тенденции в потребительском поведении в условиях коронакризиса // Скиф. – 2021. – № 5.
2. Полякова А.Г. Изменение модели финансового поведения населения в условиях пандемии коронавируса и экономического кризиса // КНЖ. – 2021. – № 2 (35).
3. Рыжкова Т.Б., Тарасенко Е.А. Забота о здоровье и благополучии: изменение трендов потребительского поведения в условиях пандемии COVID-19 // Вестник РГГУ. – Серия «Экономика. Управление. Право». – 2021. – № 2.
4. Шагримяня Т. Тенденции изменения поведения потребителей в условиях пандемии в РА // Амберд. – 2021. – № 3 (10).
5. Erkan I., Evans C. Social media or shopping websites? The influence of eWOM on consumers' online purchase intentions // Journal of Marketing Communications. – No. 24(6). – 2018. – P. 617–632.
6. Bu F., Wang N., Jiang B., Jiang Q. International journal of information management motivating information system engineers' acceptance of privacy by design in China: an extended UTAUT model // Int. J. Inf. Manag. – No. 60. – April, 2021. – Article 102358.
7. Chayomchai A. The online technology acceptance model of generation-Z people in Thailand during COVID-19 crisis // Manag. Market. – No. 15(s1). – 2020. – P. 496–512.
8. Eger L., Komárková L., Egerová D., Mičík M. The effect of COVID-19 on consumer shopping behaviour: generational cohort perspective // J. Retailing Consum. Serv. – No. 61. – 2021. – Article 102542.
9. Jadir Y., Rana N.P., Dwivedi Y.K. A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: the moderating role of sample size and culture // J. Bus. Res. – No. 132. – 2021. – P. 354–372.
10. Korukcu O., Ozkaya M., Faruk Boran O., Boran M. The effect of the COVID-19 pandemic on community mental health: a psychometric and prevalence study in Turkey Health & Social Care in the Community. – 2021. – 10.1111/hsc.13270. – July, 1–10.
11. Li L., Wang W. The effects of online trust-building mechanisms on trust in the sharing economy: the perspective of providers' sustainability. – No. 12(5). – 2020. – P. 1717.

Информация об авторах

Сафиуллин Ленар Наильевич, доктор экономических наук, профессор, кафедра финансовых рынков и финансовых институтов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: lenar_s@mail.ru

Сахбиева Амина Ильдаровна, кандидат экономических наук, доцент, кафедра финансовых рынков и финансовых институтов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: aminasmile@mail.ru

L.N. SAFIULLIN,
Doctor in Economics, Professor
Kazan (Volga region) Federal University

A.I. SAKHBIEVA,
PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University

MODIFICATION OF CONSUMPTION RELATIONS IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY

Abstract. The information environment has provided consumers with the opportunity to expand groups for joint purchases and transfer their consumer preferences to the realm of online choice. In part, this situation was

influenced by the introduction of a lockdown in a number of countries, but even after its abolition, consumer orientation has not changed significantly. Accordingly, it can be concluded that the impact of digitalization on consumer behavior in modern conditions was manifested both in a change in consumer preferences regarding an increase in the possibility of choosing a particular product or service, and in the organization of the direct purchase and consumption of goods and services.

The acceptance and use of new technologies in times of uncertainty and increasing social distancing is increasingly dependent on the information people get from the media, the Internet and social media, rather than from one's immediate circle of family and friends. Collective behavior will influence the introduction of digitalization in the consumer environment at a higher rate.

Keywords: demand, consumer preferences, collective behavior, pandemic, consumer behavior, households, digital economy, digitalization.

References

1. *Amangeldieva A.B., Zalazaeva A.K.* New trends in consumer behavior during the coronacrisis // *Skif*. – 2021. – No. 5.
2. *Polyakova A.G.* Changing the model of financial behavior of the population in the context of the coronavirus pandemic and the economic crisis // *KNJ*. – 2021. – No. 2 (35).
3. *Ryzhkova T.B., Tarasenko E.A.* Care of health and well-being: changing trends in consumer behavior in the context of the COVID-19 pandemic // *Bulletin of the Russian State University for the Humanities*. – Series “Economics. Control. Right”. – 2021. – No. 2.
4. *Shagrimanyan T.* Trends in consumer behavior change in the context of a pandemic in the Republic of Armenia // *Amberd*. – 2021. – No. 3 (10).
5. *Erkan I., Evans C.* Social media or shopping websites? The influence of eWOM on consumers' online purchase intentions // *Journal of Marketing Communications*. – No. 24(6). – 2018. – P. 617–632.
6. *Bu F., Wang N., Jiang B., Jiang Q.* International journal of information management motivating information system engineers' acceptance of privacy by design in China: an extended UTAUT model // *Int. J. Inf. Manag.* – No. 60. – April, 2021. – Article 102358.
7. *Chayomchai A.* The online technology acceptance model of generation-Z people in Thailand during COVID-19 crisis // *Manag. Market*. – No. 15(s1). – 2020. – P. 496–512.
8. *Eger L., Komárková L., Egerová D., Mičík M.* The effect of COVID-19 on consumer shopping behaviour: generational cohort perspective // *J. Retailing Consum. Serv.* – No. 61. – 2021. – Article 102542.
9. *Jadil Y., Rana N.P., Dwivedi Y.K.* A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: the moderating role of sample size and culture // *J. Bus. Res.* – No. 132. – 2021. – P. 354–372.
10. *Korukcu O., Ozkaya M., Faruk Boran O., Boran M.* The effect of the COVID-19 pandemic on community mental health: a psychometric and prevalence study in Turkey Health & Social Care in the Community. – 2021. – 10.1111/hsc.13270. – July, 1–10.
11. *Li L., Wang W.* The effects of online trust-building mechanisms on trust in the sharing economy: the perspective of providers' sustainability. – No. 12(5). – 2020. – P. 1717.

УДК 331.101.37

А.И. ПОДГОРНАЯ,
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Д.М. САФИНА,
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

С.Г. АВДОНИНА,
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ФРАКТАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕПРЕДСКАЗУЕМОЙ, БЫСТРО МЕНЯЮЩЕЙСЯ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Аннотация. Статья посвящена исследованию потенциала фрактальной организации, влияния роли уникальности человеческой деятельности на общий результат в современных условиях. Цель статьи – исследовать возможности потенциала фрактальных саморазвивающихся организаций в условиях, характеризующихся современными экспертами термином VUCA (volatility – нестабильность, uncertainty – неопределенность, complexity – сложность и ambiguity – неоднозначность). Идея является актуальной, новой, поскольку в ранее проводимых научных исследованиях внимание уделялось другим аспектам, таким как эффективность, устойчивость организационных структур, финансовое оздоровление, антикризисное управление, уровень жизни и др., но не уникальности деятельности человека в организации, которая в условиях относительной стабильности бизнес-среды оставалась невостребованной и малоизученной. В статье приводится фрагмент авторского исследования по принятию решения в фрактальной самообучающейся организации в условиях неопределенности. Решение задач через создание фрактальной самообучающейся организации было апробировано в малых и средних группах, сформированных на 0,5–1,5 года, и показало свою эффективность, и в некоторых случаях это был единственно возможный вариант решения задачи.

В статье делаются выводы о сложностях и преимуществах создания фрактальной саморазвивающейся организации как ответа на скорость изменений и условия неопределенности в экономике. К преимуществам создания данной структуры можно отнести нарастающий потенциал самообучения и саморазвития, приводящий к решению задач, задействовав максимальный потенциал участников на данный момент времени.

Ключевые слова: фрактальная организация, нестабильность, неопределенность, неоднозначность, форсайт, гибкая организационная структура, саморазвивающаяся организация, ключевые сотрудники.

Состояние современной экономической ситуации большинство экспертов характеризуют термином VUCA, складывающимся из volatility – нестабильности, uncertainty – неопределенности, complexity – сложности и ambiguity – неоднозначности.

Для долгосрочного прогнозирования многие компании используют такой подход, как форсайт (Foresight), и изучают современные тренды, что позволяет им разрабатывать стратегии, учитывая тенденции и слабые сигналы,

способные оказывать влияние на компанию в будущем.

К современным трендам большинство исследователей относят: старение населения, развитие «антивозрастной индустрии»; политизацию экономики страны и международных экономических отношений; распространение принципов ESG (экология, социальная политика и корпоративное управление); глобальное изменение климата, зеленую экономику; появление новых вирусов, новых лекарственных

средств и вакцин; глобальный шеринг; использование искусственного интеллекта все в больших направлениях человеческой деятельности; развитие новых методов обучения и формирования компетенций.

Когда нестабильно усложняется поиск причинно-следственных связей, комплексный подход к анализу трендов не может застраховать компанию от провалов, так как на нее оказывает сильнейшее влияние поведение внутренних и внешних стейхолдеров, также подверженных влиянию этих трендов. Взаимное влияние комплекса трендов создает хаос, характеризующийся VUCA, которому не может противостоять классическая организационная структура. И только самоорганизующаяся, гибкая, фрактальная организация способна держать удар множества противоборствующих сил, поскольку она не сопротивляется им, а использует их энергию.

В предыдущих исследованиях мы изучали особенности функционирования фрактальных организаций [1]. В исследованиях А.И. Кочетковой, О.А. Кулагина и др. [2] рассмотрены проблемы становления фрактальной организации со всей сложностью, уровнем риска и неустойчивостью во многих компонентах. Обоснован ответ на вопрос, почему стремление к жесткой механистической структуре и разработке авторитарной модели управления в условиях неопределенности организации попадают в кризисную ситуацию на различных уровнях. Под кризисной мы понимаем ситуацию, когда привычные законы перестают действовать. Жесткие структуры, основанные на формализации управления, как показала практика, обладают устойчивостью только в условиях определенности.

Идея создания фрактальной организации во многом исходит из междисциплинарных исследований по экономике, физике, биологии, актуализированных примерно десятилетие назад. Уникальность фрактала в том, что его сложность не зависит от масштаба. Фрактал характеризуется способностью самовоспроизводиться, подобием себе самому. Исследования проводились с позиции системы, с учетом ее сложности [3]. Были получены выводы, что с изменением масштаба наблюдения появля-

ются лишь новые подробности, а общая сложность системы остается высокой. Мощность системы определяется синергетическим эффектом и может быть любой. Если исследовать фрактал с позиции системы, то получаем свойства, необходимые для устойчивости организации в условиях неопределенности. Термин «устойчивость» приобретает в данном контексте несколько иное значение, характеризующееся способностью быстро реагировать, перестраиваться под изменения [4, 5]. Поэтому речь идет об организации с более сложной системой. Фрактал сочетает адаптивность (характеристика живого) и детерминизм (характеристика неживого), поэтому он устойчив и подвижен одновременно. Если детерминированные системы полностью зависят от внешних условий, то фрактал не зависит или зависит очень условно [6, 7]. Таким образом, фрактальная организация – высоко адаптивная организационная структура, способная изменить структуру в кратчайшие промежутки времени. В предыдущих исследованиях нами был сделан вывод [8, 9], что фрактальная организация обладает колоссальным антикризисным потенциалом. Таким образом, возможности организации к адаптации и способность прогнозировать реакцию на случайные воздействия экономических факторов, приводят к тому, что угрозы, случайности рассматриваются со стороны новых возможностей.

На рис. 1 представлена апробированная на средних и малых группах гипотеза работы фрактальной самообучающейся организации. Под термином VUCA понимается хаотическое воздействие внешней среды, происходящее непрерывно, выражающееся через отказ действующих законов, неожиданные внешние ситуации, политические изменения. С точки зрения субъекта (человека, работника организации) оно воспринимается как хаотическое воздействие большим объемом неструктурированной информации. Можно выделить две наиболее часто встречающиеся реакции (не принимая в расчет выраженные болезненные и негативные реакции): стремление защититься, отгородиться от потока информации, негативно воспринимаемой психикой, либо осознанная исследовательская позиция, стремление к но-



Рис. 1. Фрагмент решения задачи во фрактальной самообучающейся организации в условиях неопределенности

Где, VUCA – volatility (нестабильность), uncertainty (неопределенность), complexity (сложность), ambiguity (неоднозначность), воздействие внешней среды; ключевой специалист – сотрудник, имеющий компетенции в разных сферах функционирования организации; другие специалисты – сотрудники в команде ключевого специалиста, их взаимодействие складывается из самообучения и саморазвития.

вым возможностям, что происходит гораздо реже. В случае защитной реакции не происходит анализ фактов, угроз и возможностей, формируется иллюзорное представление об изменениях на рынке, порядке взаимодействия на нем. Таким образом, внешняя среда оказывает влияние на формирование задачи, выбор ключевыми специалистами направления развития, принятие решений по решению задач и сам конечный результат. Задача попадает в структуру, атмосфера внутри которой поддерживается ключевыми специалистами. Далее задача переходит к ключевому специалисту, имеющему соответствующие компетенции, он выстраивает организационную структуру под его видение наиболее эффективного решения задачи. Если задач несколько, то гибкие возможности структуры позволяют одному специалисту выполнять разные функции в решении разных задач. Таким образом, иерархичность выстраивается под компетенции ключевых специалистов.

Решение задач через создание фрактальной самообучающейся организации было апро-

бировано в малых и средних группах, сформированных на 0,5–1,5 года, и показало свою актуальность и эффективность. Но в то же время создание данной структуры имеет свои недостатки. К ним относится исследование уникальных способностей участников, а также ресурсные и временные затраты на создание атмосферы доверия в команде (постепенно перерастающую в творческую атмосферу). К преимуществам создания данной структуры можно отнести нарастающий потенциал самообучения и саморазвития, приводящий к решению задач, задействовав максимальный потенциал участников на данный момент времени.

Поиск путей создания организационных условий для раскрытия потенциала сотрудников ведется в области менеджмента не первое десятилетие. Так, последователи Тайити Оно, автора концепции бережливого производства, отнесли «утрату сотрудниками творческого потенциала» к наиболее драматическому виду потерь организации, который можно и нужно избегать. Однозначного решения, как это сде-

лать, нет и не может быть, поскольку все организации специфичны, а скорость изменений увеличивается в разы, кризисы становятся все более непредсказуемыми и неоднозначными. Одно очевидно, каждый человек в организации должен рассматриваться как обладающий своим особым, ему присущим потенциалом, который только надо раскрыть. Отношение к человеку как к основному активу является неотъемлемой частью организационной культуры фрактальной организации, характеризующейся высоким уровнем доверия и осознанности сотрудников.

В открытой экосистеме фрактальной организации, как правило, гармонично реализуется OKR (Objectives and Key Results «цели и ключевые результаты») подход к управлению и мотивации. Цели разрабатываются как «сверху вниз», так и «снизу вверх» в кросс-функциональных командах. Все цели открыты, сбалансированы, непротиворечивы и имеют причинно-следственные связи. Сотрудники сами занимаются постановкой целей для себя и их таймингом.

Фрактальная структура, постоянно генерирующая подобные элементы, создает условия для накопления и непрерывной передачи знаний от сотрудника к сотруднику. Эффективность этого процесса можно отслеживать, используя такой KPI, как коэффициент стратегической информированности. Он показывает, какой процент сотрудников своевременно получают актуальную информацию. Качество сбора, организации передачи, использования информации становится фактором конкурентоспособности в условиях нестабильности и неоднозначности.

Компетентный сотрудник, владеющий оперативной информацией, наделен правом принимать решения, особенно те, которые нельзя откладывать. Сотрудники не боятся совершать ошибки, поскольку ошибки рассматриваются как уроки и сигналы о необходимости изменений. Надо отметить, что «эффективность “фракталу” обеспечивает способность всех членов команды к самоорганизации, самодисциплине и самоконтролю. Эта способность основана на трудовой морали и этике» [10]. Поэтому во фрактальной организации не ис-

пользуются демотиваторы, такие как страх или наказание. В результате каждый сотрудник, ответственный, вовлеченный и нацеленный на общий результат, получает бесценный опыт и становится центром накопления и передачи информации.

Также надо отметить, что уникальная фрактальная организационная культура основана на ярко выраженных когнитивных потребностях ее сотрудников, для которых совершенствование своих навыков и полная вовлеченность являются естественными процессами. Высокий уровень показателя вовлеченности персонала становится следствием удовлетворенности, а удовлетворенность – следствием результативного труда.

Результативность достигается жесткими правилами организации стандартизированных бизнес-процессов. Использование «показателей процессов и технологий – показателей операционной деятельности и способа ее осуществления» [10, 11] позволяет контролировать все процессы и получать стандартные результаты и требуемое высокое качество продукции (услуг).

Отметим, что фрактальная структура самым лучшим образом подходит для раскрытия организацией ее инновационного потенциала. Создание спин-офф- и спин-аут организаций, венчурное «выращивание» внутри компании новых, перспективных направлений зарекомендовало себя как одна из эффективных инновационных стратегий.

Таким образом, современные условия неопределенности актуализируют исследования формирования устойчивых к кризису структур, путей создания организационных условий для более эффективного использования внутренних ресурсов – раскрытия неиспользуемого потенциала сотрудников. Отвечающая современным вызовам фрактальная организация имеет ряд преимуществ и недостатков. К недостаткам можно отнести ее сложность, новизну, нестандартные требования к уникальности сотрудников, в том числе наличие мотивации к саморазвитию и работе в команде, а также ресурсные и временные затраты на создание атмосферы доверия. В то же время она обладает качествами «живой структуры», способ-

ной быстро перестраиваться под задачу. Это позволяет сделать вывод, что фрактальная организация является на сегодняшний день уникальной структурой, способной быстро приспосабливаться к VUCA факторам, благодаря потенциалу самообучения, эффективного командообразования, работе с информацией, накоплению знаний, разработке и коммерциализации инноваций.

Литература

1. Подгорная А.И., Хусаинов Р.М. Антикризисный потенциал фрактальных организаций // Вестник Казанского технологического университета. – Казань, 2013. – № 20. – С. 343–346.
2. Кочеткова А.И. Основы управления в условиях хаоса (неопределенности). – М. Рид Групп, 2012. – С. 42–70.
3. Podgornaya A., Grudina S., Avdonina S. Anticrisis Potential of Innovative Enterprises (Russia and Germany Case Study) // The Proceedings of 6th World Conference on Educational Sciences. (Malta 2 June 2015). – Vol. 191. – P. 275–279.
4. Попиков А.А. Креативный человеческий капитал как фактор развития инновационной экономики страны // Власть. – 2016. – № 03. – С. 36–39.
5. Podgornaya A., Grudina S. Self-Developing Systems in the Conditions of Anti-Recessionary Management // Procedia Economics and Finance. – Vol. 23. – 2015. – P. 1074–1078.
6. Арнольд В.И. Теория катастроф. – М.: Наука, 1990. – 128 с.
7. Isnard C.A., Zeeman E.C. Some models from catastrophe theory in the social sciences // The Use of Models in the Social Sciences (Social Issues in the Seventies Series). – London: Tavistock Publications, 1976. – 227 p.
8. Podgornaya A.I., Grudina S.I., Avdonina S.G. An Enterprise Flexible Development Model // Procedia Economics and Finance. – Vol. 24. – 2015. – P. 519–522.
9. Datsyk A.A., Podgornaya A.I., Grudina S.I., Avdonina S.G. The formation of organization flexible development strategy // Academy of Strategic Management Journal. – 2016. – Vol. 15. – № 1. – P. 75–82.
10. Матвеева А. О слонах и газелях. Как управлять бизнесом в мире хаоса и неопределенности / А. Матвеева // Эксперт. – № 8 (221). – 2000.
11. Браун Марк Г. Сбалансированная система показателей: на маршруте внедрения / пер с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 226 с.

Информация об авторах

Подгорная Алла Игоревна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: oreola77@mail.ru

Сафина Динара Моратовна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: dinaraiartur@yandex.ru

Авдонина Софья Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: avdoninas@yahoo.com

A.I. PODGORNAYA,
PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University

D.M. SAFINA,
PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University

S.G. AVDONINA,
PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University

INVESTIGATION OF THE POTENTIAL OF FRACTAL ORGANIZATIONS IN CONDITIONS OF UNPREDICTABLE, RAPIDLY CHANGING BUSINESS ENVIRONMENT

Abstract. The article is devoted to the study of key indicators of the organization in the current conditions of uncertainty. The purpose of the article is to investigate the effectiveness of the potential of fractal self-developing organizations in conditions characterized by modern experts by the term VUCA (volatility, uncertainty, complexity and ambiguity), as well as the application of the uniqueness of human activity. The idea is relevant, new, since in previous scientific studies attention has been paid to other aspects, such as efficiency, sustainability of organizational structures, financial recovery, anti-crisis management, living standards, etc., but not the uniqueness of human activity in an organization, which, in conditions of relative stability of business environment, remained unclaimed and little studied. The article provides a fragment of the author's research on decision making in a fractal self-learning organization under uncertainty. Problem solving through the creation of a fractal self-learning organization has been tested in small and medium groups formed for 0.5–1.5 years and has shown its relevance and effectiveness.

The article draws conclusions about the difficulties and advantages of creating a fractal self-developing organization as a response to the speed of change and the conditions of uncertainty in the economy. The advantages of creating this structure include the growing potential of self-learning and self-development, leading to the solution of problems, using the maximum potential of the participants at a given time.

Keywords: fractal organization, instability, uncertainty, ambiguity, foresight, flexible organizational structure, self-developing organization, key employees.

References

1. *Podgornaya A.I., Khusainov R.M.* Anticrisis potential of fractal organizations // Bulletin of Kazan technological university. – Kazan, 2013. – No. 20. – P. 343–346.
2. *Kochetkova A.I.* The bases of management in the conditions of chaos (uncertainty). – M. Rid Grupp, 2012. – P. 42–70.
3. *Podgornaya A., Grudina S., Avdonina S.* Anticrisis Potential of Innovative Enterprises (Russia and Germany Case Study) // The Proceedings of 6th World Conference on Educational Sciences. (Malta 2 June 2015). – Vol. 191. – P. 275–279.
4. *Popikov A.A.* Creative human capital as a country's innovative economy development factor // Power. – 2016. – No. 03. – P. 36–39.
5. *Podgornaya A., Grudina S.* Self-Developing Systems in the Conditions of Anti-Recessionary Management // Procedia Economics and Finance. – Vol. 23. – 2015. – P. 1074–1078.
6. *Arnold V.I.* Catastrophe theory. – M.: Nauka, 1990. – 128 p.
7. *Isnard C.A., Zeeman E.C.* Some models from catastrophe theory in the social sciences // The Use of Models in the Social Sciences (Social Issues in the Seventies Series). – London: Tavistock Publications, 1976. – 227 p.
8. *Podgornaya A.I., Grudina S.I., Avdonina S.G.* An Enterprise Flexible Development Model // Procedia Economics and Finance. – Vol. 24. – 2015. – P. 519–522.
9. *Datsyk A.A., Podgornaya A.I., Grudina S.I., Avdonina S.G.* The formation of organization flexible development strategy // Academy of Strategic Management Journal. – 2016. – Vol. 15. – No. 1. – P. 75–82.
10. *Matveeva A.* About elephants and gazelles. How to manage a business in the world of chaos and uncertainty // Expert. – No. 8 (221). – 2000.
11. *Braun Mark G.* Ballanced system of indicators: on the route of implementation / transl. from Eng. – M.: Al'pina Biznes Buks, 2005. – 226 p.

УДК 338.24

Д.М. ШАКИРОВА,

кандидат социологических наук, доцент

Казанский государственный энергетический университет

Р.Ф. КАМАЛИЕВА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

А.И. АМИРОВА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

Д.И. ХАМИДУЛЛИНА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

И.И. ГАЛЯУТДИНОВ,

студент

Казанский государственный энергетический университет

М.В. МИШИН,

студент

Казанский государственный энергетический университет

СУЩНОСТЬ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Аннотация. Деятельность по урегулированию кризисных ситуаций в компаниях берет свое начало в середине XX в. Первое упоминание концепции «антикризисного» или «проблемного» менеджмента было сделано в 1984 г. в работе Говарда Чейза. Вопрос применения антикризисного менеджмента не теряет своей актуальности в изучении и по сей день, даже с учетом кажущейся стабилизации в финансово-экономической и социальной сфере. Произошедшие за последние десять лет события, вызвавшие ряд экономических кризисов в мире, привели к тому, что каждая третья отечественная компания на сегодняшний день находится в кризисном состоянии, которое приводит к тому, что организации работают себе в убыток, сохраняя малую долю запаса финансовых накоплений. Банкротство отечественных организаций во время мирового кризиса вызвано тем, что происходит разрушение устоявшихся хозяйственных контактов и стабильности финансового рынка, резкое снижение спроса и невозможность прогнозирования предстоящей экономической стратегии государства. Всестороннее исследование изменений состояния и конкурентоспособности компании способствует своевременному прогнозированию и предотвращению последствий возможной угрозы. Функциями антикризисного менеджмента являются прогнозирование возможности возникновения кризисной ситуации, менеджмент организации непосредственно в кризисном состоянии, выработка стратегии для выхода компании из кризиса, урегулирование положения, нивелирование последствий кризиса, своевременный выбор управленческих решений.

Ключевые слова: антикризисное управление, кризис, менеджмент, функции, организация, причины, последствия.

В процессе своей деятельности любая организация сталкивается с определенными проблемами, которые, в свою очередь, могут привести к кризису. На сегодняшний день в литературе по менеджменту наблюдается высокий уровень согласия в определении понятия «кризис». В 1988 г. Кристин Пирсон и Джудит Клэр закрепили следующее определение: «организационный кризис – это событие, угрожающее жизнеспособности организации и характеризующееся неясностью причин, следствий и средств разрешения, но в то же время, требующее незамедлительного принятия решений» [1]. А в 2005 г. Энн Грегори охарактеризовала кризис как «высокое последствие, низкая вероятность, сочетающиеся с риском и неопределенностью, происходящие в условиях дефицита времени, нарушающие нормальный бизнес и потенциально смертельные для репутации организации» [1].

Кризис – это период нестабильности, крайняя форма обострения противоречий в элементах социально-экономической системы, которые влияют на стойкость организации на всех этапах ее жизненного цикла. Кризисы чаще встречаются в развитых организациях, теряющих свою благоприятную динамику и способность получать выгодную прибыль, нежели в только еще развивающихся [1].

Причины возникновения кризиса по характеру делятся на два типа: объективные и субъективные, а по отношению к компании они могут быть внешними и внутренними [2–3].

Объективные причины определяют условия хозяйствования и уровень организационной оснащенности производства в данный момент времени в условиях конкурентного рынка [1]. К ним относятся: нарушение экономического равновесия; небезукоризненность финансовой и банковской систем; недочеты в нормативно-правовой и законодательной базах; высокая инфляция; слабая платежеспособность граждан. Устранение таких причин возможно, но не в ближайшем будущем и не только силами самой организации.

Субъективные причины, другими словами, также называют внутренними факторами деятельности предприятия. Они, в первую очередь, вызваны влиянием человека (его действи-

ем или бездействием) и связаны с ошибками в управлении компанией. К ним следует отнести ситуации, исходящие из ошибочной оценки действия управления компанией [3]. Например, такие действия, которые направлены на достижение социальной пользы, но в то же время, являющиеся причинами банкротства. Или неоправданно высокие затраты, разбалансированность экономического механизма воспроизводства капитала. Такие причины могут быть устранены в короткий срок.

Внутренние причины связаны с такими процессами, которые происходили непосредственно во внутренней среде функционирования предприятия. К ним можно отнести управленческие, производственные и рыночные факторы. Первые, в свою очередь, включают: низкую активность внедрения новой продукции; нерациональную организацию труда управленческого персонала; отсутствие системы внутреннего контроля и т. п. К производственным факторам относятся: несовременные технологии производства; износ и выход из строя оборудования; рост объемов незавершенной продукции. Рыночные факторы связаны с малым конкурентным преимуществом вследствие зависимости от узкого перечня поставщиков и потребителей (нехватка капитала и объемов инвестиций в основной капитал, высокая стоимость источников финансирования, тенденция к быстрому росту процентной ставки кредиторской задолженности и т. п.) [3].

Изменчивость внешнеэкономических факторов, влияющих на стабильность управления организацией, весьма трудно поддается прогнозированию. Возникающие внешние факторы кризиса непосредственно связаны с развитием макроэкономических изменений в мировой экономической сфере. Причинами данных изменений могут являться: инфляция, скачки курса валют и биржевых индексов, падение уровня доходов граждан, снижение конкуренции на рынке и т. п.

Безусловно, рассматривая конкретные компании и те или иные кризисы, можно выявить и другие специфические факторы их появления. Но все вышеперечисленные причины довольно тесно связаны между собой и, взаимно

дополняя друг друга, они образуют общий комплекс причинно-следственных связей.

Компании, которые подвергаются наибольшему воздействию кризиса и сталкиваются с экономическими проблемами, чаще всего являются неспособными поддерживать финансовый уровень на доходном уровне, что вынуждает к сокращению издержек – первоочередной мере, обеспечивающей жизнеспособность [4]. Снижение расходов на кадровых ресурсах негативно отражается на всей системе менеджмента. Ограничения в возможностях нанимать на работу или подготавливать высококвалифицированных специалистов снижает конкурентоспособность, ухудшает соизмеримость оплаты работы, что непосредственно отражается на самой профессиональной структуре компании.

Сопутствующими проблемами кризиса становятся: отсутствие возможности предоставления должного уровня заработной платы, удовлетворяющей потребности сотрудников; увольнения и текучка квалифицированных кадров; появление социальных и психологических проблем внутри организации.

Причинами отсутствия удовлетворенности заработной платой являются непонимание принципов зависимости между результатами выполненной работы и оплатой; разница оплаты труда между сотрудниками в зависимости от их квалификации или в связи с должностными регламентами; несвоевременная оплата труда. Социальное и психологическое напряжение внутри организации возникает из-за слабого менеджмента, когда у сотрудников возникает предположение о риске возможного сокращения [5].

В этой связи можно выделить несколько основных последствий кризиса для предприятий:

- 1) снижение затрат на найм новых сотрудников;
- 2) сокращение числа временных и штатных сотрудников;
- 3) урезание затрат на корпоративные мероприятия;
- 4) сокращение расходов на развитие личностных качеств персонала и их профессиональных навыков;
- 5) неконкурентоспособность компании;

б) закредитованность перед банками и долги за коммунальное обслуживание и т. п.;

7) появление неликвидных неиспользуемых объектов недвижимости, образовавшихся в виду сокращения штата сотрудников, простоя оборудования, сокращения объемов производства и т. п. [6]

Сегодня процесс использования методик, направленных на предупреждение или устранение кризиса компании, называют антикризисным менеджментом (управлением). Наряду с Говардом Чейзом, одним из представителей дисциплины антикризисного менеджмента является Стив Финк [1].

В своей работе «Антикризисное управление: планирование неизбежного» С. Финк выделяет два основных метода антикризисного менеджмента компаний:

1. Методы предварительного прогнозирования возникновения кризисной ситуации;
2. Методы, направленные на предотвращение кризиса и нивелирование его последствий.

Главной задачей первого метода является предварительная проработка появления возможных рисков в управлении, которые пагубно отразятся на компании [7]. Выполнение задач первого метода зависит от:

- 1) контроля внешних факторов, влияющих на организацию;
- 2) комплексного рассмотрения возможных отклонений состояния и конкурентоспособности компании (позволяют рассмотреть надвигающиеся угрозы, параметры, являющиеся индикаторами кризиса и свидетельствуют о возможном увеличении ресурсов);
- 3) аудита бухгалтерии и бюджета организации (проверка бухгалтерии организации необходима для доказательства того, что финансовая отчетность реальная и не содержит просчетов);
- 4) аудита долговых обязательств компании (помогает выявить возможности для сокращения кредитов и уменьшения долговой нагрузки);
- 5) определения рисков (их выявление и поиск путей их снижения к минимуму);
- 6) всестороннего исследования текущего состояния организации (определение направлений ведения работы по эффективному управлению компанией, стремление к эффективному

использованию средств, повышению производительности и реализации товаров и услуг) [8].

Методы, направленные на предотвращение кризиса и нивелирование его последствий, предполагают устранение сложностей и вывод компании из стадии кризиса [7]. Прибегают к этим методам компании в кризисных условиях, вызванных имеющимися долговыми обязательствами, нехваткой финансирования, возникновением проблем в рядах сотрудников, снижением уровня производства и т. п. К описанным методам можно отнести:

1. Обращение к приемам менеджмента, существенно изменяющим систему функционирования, таким как использование инновационных методов в производственно-технологическом процессе; стремление к повышению качества; оптимизация кадрового потенциала сотрудников и т. д.;

2. Ликвидация финансовой кризисной ситуации путем уменьшения затрат, проведение мер по реструктуризации организации, стимулирование денежного оборота и прибыльности и т. д.;

3. Процесс банкротства. Должен способствовать восстановлению всей системы функционирования организации и сведению к минимуму негативных последствий. Процесс банкротства проходит в несколько процедур: мониторинг, восстановление платежеспособности или финансовое оздоровление, стороннее управление, удовлетворение требований кредиторов или конкурсное производство, мировое соглашение [9].

Исходя из вышесказанного, антикризисный менеджмент (антикризисное управление) – это ряд взаимосвязанных мероприятий, проводимых от ранней диагностики до мер по преодолению кризиса, которые помогают спрогнозировать, выявить и устранить возникновение кризисных проявлений в организациях.

Компания General motors возникла в период XIX–XX вв. Она состояла из слияния трех автомобильных фирм: Olds Motor Vehicle Company, Cadillac Automobile Company, Buick Motor Company. А в 1903 г. эта компания стала именоваться General motors. Спустя шесть лет к ним присоединилась Pontiac, и еще через 9 лет добавилась Chevrolet.

В 20–50-х гг. XX в. General motors стала мировым лидером в сфере автомобилестроения.

В послевоенное время GM терпела финансовые трудности, но реагировала на них с адекватностью. В конце 50-х гг. было продано на 15 % меньше авто, чем в довоенное время. Компания также начала продавать электронику, оборудование для быта и т. д., что способствовало росту продаж на 10 %.

Начиная с 90-х гг. падение продаж резко увеличилось. Вследствие чего центральный штаб сократили в 5 раз, были уволены работники (65 000), закрылись 24 предприятия. Это способствовало увеличению прибыли, а именно менее 2 %.

General motors была признана обанкротившейся 1 июня 2009 г., что совпало с мировым экономическим кризисом.

Однако владельцы компании продолжали решать проблемы. Десятки тысяч сотрудников были уволены, и усилия были направлены только на два продаваемых бренда: Chevrolet и Cadillac. Благодаря этим методам в 2011 г. прибыль составляла 7,6 млрд долларов.

Причинами попадания в кризисную ситуацию послужили следующие пункты:

- машины продавались по недоступным тогда ценам;
- GM не следовала последним мировым тенденциям;
- компания вела самостоятельную деятельность, т. е. не имела отношений с мировыми производителями;
- General motors не производила легкие грузовики, а только большие джипы.

Известная компания по производству машин все же пережила финансовые и экономические трудности. Прделанная работа в течение нескольких десятков лет не осталась безрезультативной [10].

Литература

1. *Jaques T.* Issue management and crisis management: An integrated, non-linear, relational construct // *Public Relations Review.* – No. 33. – 2007. – P. 147–157.
2. *Coombs T. & Holladay Sh.* The Handbook of Crisis Communication. – 1st edition. – Wiley-Blackwell, 2010. – 768 p.

3. *Петрищенко Н.М.* Причины возникновения и основные направления преодоления организационных кризисов в рыночной экономике // *Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты.* – 2015. – № 19. – С. 175–179.

4. *Шубцова Л.В.* Государственное антикризисное управление: системный подход // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность.* – 2011. – Т. 7. – № 5(98). – С. 11–18.

5. *Kaminsky, Graciela & Lizondo, Saul & Reinhart, Carmen.* Leading Indicators of Currency Crises // *International Monetary Fund.* – Vol. 45. – 1998.

6. *Chapman P.F.* Energy costs: a review of methods // *Energy Policy, Elsevier.* – Vol. 2(2). – June, 1974. – P. 91–103.

7. *Bullard, Clark W. & Herendeen, Robert A.* The energy cost of goods and services // *Energy Policy.* – Vol. 3(4). – Elsevier. – December, 1975. – P. 268–278.

8. *Garškaitė-Milvydienė K.* Anti-crisis management of enterprises as precondition of sustainable

entrepreneurship // *Entrepreneurship and Sustainability Issues, VSI Entrepreneurship and Sustainability Center.* – Vol. 1(4). – June, 2014. – P. 187–203.

9. *Нурмухаметова А.Р.* Методы антикризисного управления предприятием // *Современные финансовые, экономические и социальные инструменты развития экономики: сборник статей XIV Международной научно-практической конференции, Уфа, 15–16 декабря 2017 года.* – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2017. – С. 148–151.

10. *Maiorescu R.D.* Personal public relations and celebrity scandals: A cross-cultural analysis of Twitter communication in the aftermath of Johnny Depp's accusations of domestic violence // *Journal of Communication Management.* – Vol. 21. – No. 3. – 2017. – P. 254–266.

Информация об авторах

Шакирова Динара Марселевна, доцент, кандидат социологических наук, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: dinara.mm@yandex.ru

Камалиева Рузина Фарсилловна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: rruzzi@yandex.ru

Амирова Алина Илдаровна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: alinaamirovaa13@gmail.com

Хамидуллина Диана Ильгизаровна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: diankaaa945@mail.ru

Галяутдинов Инсаф Илнарович, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: insaf2012@list.ru

Мишин Максим Валерьевич, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: mmisin62@gmail.com

D.M. SHAKIROVA,
PhD in Sociology, Associate Professor
Kazan State Power Engineering University

R.F. KAMALIEVA,
student
Kazan State Power Engineering University

A.I. AMIROVA,
student
Kazan State Power Engineering University

D.I. KHAMIDULLINA,
student
Kazan State Power Engineering University

I.I. GALYAUDINOV,
student
Kazan State Power Engineering University

M.V. MISHIN,
student
Kazan State Power Engineering University

THE ESSENCE OF CRISIS MANAGEMENT IN THE ENERGY SECTOR

Abstract. The activity of crisis management in companies dates back to the middle of the 20th century. The first mention of the concept of “crisis management” or “problem management” is took place in 1984 in the work of Howard Chase. The issue of the application of anti-crisis management does not lose its relevance in the study to this day, even taking into account the apparent stabilization in the financial, economic and social spheres. The events that have occurred over the past ten years, which have caused a number of economic crises in the world, have led to the fact that every third domestic company is currently in a state of crisis, which leads to the fact that organizations work at a loss, keeping a small share of the stock of financial savings. The bankruptcy of domestic organizations during the global crisis is caused by the fact that there is a destruction of established economic contacts and the stability of the financial market, a sharp decline in demand and the inability to predict the upcoming economic strategy of the state. A comprehensive study of changes in the state and competitiveness of the company contributes to the timely prediction and prevention of the consequences of a possible threat. The functions of anti-crisis management are the following: forecasting the possibility of a crisis situation, managing an organization directly in a crisis state, developing a strategy for the company’s recovery from the crisis, resolving the situation, leveling the consequences of the crisis, timely selection of management decisions.

Keywords: crisis management, crisis, methods, functions, organization, causes, consequences.

References

1. *Jaques T.* Issue management and crisis management: An integrated, non-linear, relational construct // *Public Relations Review*. – No. 33. – 2007. – P. 147–157.
2. *Coombs T. & Holladay Sh.* *The Handbook of Crisis Communication*. ↑ – 1st edition. – Wiley-Blackwell, 2010. – 768 p.
3. *Petrishchenko N.M.* The causes and main directions of overcoming organizational crises in the market economy // *Fundamental and applied research: problems and results*. – 2015. – No. 19. – P. 175–179.
4. *Shubtsova L.V.* State anti-crisis management: a systematic approach // *National interests: priorities and security*. – 2011. – Vol. 7. – No. 5(98). – P. 11–18.
5. *Kaminsky, Graciela & Lizondo, Saul & Reinhart, Carmen.* *Leading Indicators of Currency Crises* // *International Monetary Fund*. – Vol. 45. – 1998.

6. *Chapman P.F.* Energy costs: a review of methods // *Energy Policy*, Elsevier. – Vol. 2(2). – June, 1974. – P. 91–103.

7. *Bullard, Clark W. & Herendeen, Robert A.* The energy cost of goods and services // *Energy Policy*. – Vol. 3(4). – Elsevier. – December, 1975. – P. 268–278.

8. *Garškaitė-Milydienė K.* Anti-crisis management of enterprises as precondition of sustainable entrepreneurship // *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, VSI Entrepreneurship and Sustainability Center. – Vol. 1(4). – June, 2014. – P. 187–203.

9. *Nurmukhametova A.R.* Methods of anti-crisis management of the enterprise // *Modern financial, economic and social instruments of economic development: collection of articles of the XIV International Scientific and Practical Conference*. Ufa, December 15–16, 2017. – Ufa: Aeterna Limited Liability Company, 2017. – P. 148–151.

10. *Maiorescu R.D.* Personal public relations and celebrity scandals: A cross-cultural analysis of Twitter communication in the aftermath of Johnny Depp's accusations of domestic violence // *Journal of Communication Management*. – Vol. 21. – No. 3. – 2017. – P. 254–266.

УДК 338.984

И.А. ШАМСУТДИНОВА,
аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Т.Ф. ПАЛЕЙ,

доктор экономических наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ОСОБЕННОСТИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕФТЕДОБЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЭТАПА ЕГО ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

Аннотация. В статье делается обзор и анализ научных трудов по применимости концепции жизненного цикла к российским компаниям, отличающимся от организаций, функционирующих в развитых странах и спецификой управления, и историей возникновения, развития, и функциональными особенностями. Также авторами выделены особенности и описаны проблемы функционирования нефтедобывающих компаний как предприятий, имеющих сложную и многоуровневую систему и явно выраженные отраслевые особенности. Рассмотрены основные факторы, влияющие на жизненный цикл нефтедобывающего предприятия и отличительные особенности от «обычных» компаний. Определена необходимость учета фактора «вложенности жизненных циклов» в рамках нефтяной компании: головной организации, дочернего (зависимого) предприятия и нефтяного месторождения. Уточнены понятия «жизненный цикл головной организации», «жизненный цикл дочернего предприятия» и «жизненный цикл месторождения». В рамках данного исследования предложено рассмотреть пять стадий развития систем разных уровней: становление, рост, зрелость, упадок и восстановление или ликвидация, согласно жизненному циклу нефтяного месторождения. В работе предпринята попытка определения специфики планирования и прогнозирования на каждом этапе жизненного цикла головной организации нефтяной компании, дочернего (зависимого) предприятия, нефтяного месторождения.

Ключевые слова: жизненный цикл, стадии жизненного цикла, нефтедобывающая отрасль, планирование, прогнозирование.

Качество системы планирования и прогнозирования оказывает непосредственное влияние на устойчивое развитие предприятия. Для того чтобы планирование и прогнозирование носило научный обоснованный характер, необходимо учитывать закономерности развития организации, определить, на какой стадии развития находится предприятие.

Большинство авторов разделяют мнение, что ко многим российским организациям неприменимы исходные посыпки традиционной концепции жизненного цикла, особенно к промышленным предприятиям со сложной историей развития, организационной структурой и выраженными отраслевыми особенностями (еще в 1982 г. Д.К. Гэлбрейтом [10] была указана необходимость создания специфических моделей жизненного цикла для организаций разных отраслей).

Так, в исследованиях С.Р. Кушелевича, Е.И. Филоновича [3,13] впервые была предпринята попытка проанализировать применимость теории И. Адизеса [1, 2] к российским компаниям. Авторы считают, что для новых частных российских организаций теория И. Адизеса в основном применима, но ответить на вопрос о применимости данной теории для государственных и приватизированных предприятий не представляется возможным.

В статье Р.И. Секирева [16] упоминается, что большинство российских организаций не идут строго по пути, описанному в модели И. Адизеса: «постоянно возникают различные отклонения от стандартного жизненного цикла организации, которые можно неверно интерпретировать».

В работе Г.В. Широковой [17] проведен эмпирический анализ 593 российских компаний.

На основе анализа предложена оригинальная адаптивная модель жизненного цикла для российских компаний, а также выявлены основные отличительные положения предложенной модели от моделей жизненного цикла организаций, функционирующих в развитых странах.

В исследованиях Ленковой О.В. [15] указывается, что четкое следование положениям концепции жизненного цикла можно наблюдать лишь в отдельных географических и отраслевых дивизионах нефтяных компаний.

На основе анализа научных трудов Г.В. Давыдовой, О.С. Козловой [11], Д.Д. Киричок [14], Е.И. Рейшахрит, И.Н. Боднар [17], Л.В. Эдер, И.В. Филимоновой, Д.А. Ламерт, А.В. Комаровой [23], Р.И. Катеевой, Л.Г. Гараева [4, 5, 6] нами были выявлены следующие особенности нефтедобывающих компаний:

– в составе имеют дочерние и зависимые предприятия, которые охватывают все стадии разработки месторождения. Каждое подобное предприятие имеет свои особенности: технико-технологические, финансово-экономические и т. д. Если головное предприятие осуществляет единую производственную рыночную стратегию и централизованное, бюджетное планирование и управление финансовыми ресурсами, то производственное (оперативное) управление входит в поле ответственности подразделения;

– нефтедобывающие компании характеризуются высокой капиталоемкостью. При этом потребность в капитальных вложениях постоянная, а не только на начальных этапах разработки: для создания новых производственных мощностей, инфраструктуры, применения технологий для более полного извлечения углеводородов, реконструкции и технического перевооружения;

– зависимость эффективности экономических результатов деятельности нефтегазовых предприятий от мировых цен на сырье и от воздействия внешних специфических факторов в целом (в т. ч. и налоговой нагрузки). Устойчивое развитие компании зависит от ее способности прогнозировать и гибко реагировать на изменяющиеся условия внешнего окружения, удерживать и приобретать новые конкурентные преимущества [15];

– продолжительность жизненного цикла нефтедобывающих компаний зависит от величины запасов добываемой нефти в разрабатываемых месторождениях. Разработка нефтяного месторождения занимает достаточно продолжительный период и включает 5 стадий. Этим стадиям разработки месторождения соответствуют стадии жизненного цикла организации. На жизненный цикл «обычных» компаний оказывают влияние как внутренние (стиль управления, организационная структура, развитость формальных систем, степень контролируемости, главные стратегические цели и вовлеченность владельцев в бизнес и т. д.), так и внешние факторы («гибкость» к изменениям внешней среды, «зрелость» конкурентной среды и т. д.). Кроме вышеописанных факторов на нефтегазодобывающие предприятия значительное влияние оказывают и отраслевые особенности (восполняемость запасов, качество оказанных услуг сервисными компаниями, сложнопостроенная структура, применяемые технологии и постоянная потребность в инвестициях и инновациях).

Справедливо утверждать, что существует своеобразный эффект «вложенности жизненных циклов» [10, 19] в рамках нефтяной компании. Если сопоставить жизненный цикл месторождения, дочернего предприятия и головной организации: от жизненного цикла месторождения (лицензионного участка) зависит жизненный цикл дочернего предприятия, а от стадии жизненного цикла дочернего предприятия зависит жизненный цикл головной организации (схематично представлено на рис. 1).

Нами сформированы понятия жизненного цикла систем разных уровней:

1. Жизненный цикл головной организации – это совокупность стадий развития организации, зная особенности которого можно предвидеть кризисные ситуации и запланировать мероприятия по избеганию или уменьшению негативного влияния на деятельность предприятия, выстроить оптимальную стратегию, координировать деятельность всех дочерних и зависимых компаний и т. д.

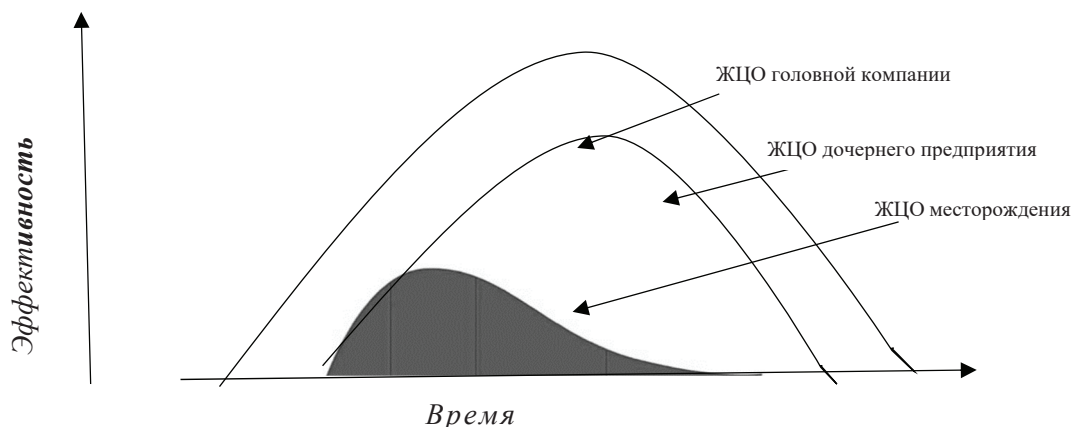


Рис. 1. Зависимость жизненных циклов головной организации, дочернего предприятия и месторождения

2. Жизненный цикл дочернего предприятия – период времени от начала идеи создания до полной ликвидации предприятия, разделенный на несколько последовательных стадий, характеризуется внутренней зависимостью от головной организации, но отличной от нее эволюцией развития.

3. Жизненный цикл нефтяного месторождения – период времени с момента начала поисковых и разведочных работ и до полной ликвидации месторождения, напрямую зависит от технологий, применяемых при добыче, мероприятий по оптимизации работы скважин и ценовой политики на нефть.

Планирование и прогнозирование по месторождению начинается задолго до ввода месторождения в разработку (сроки ввода в эксплуатацию могут быть увеличены за счет многих факторов): с появлением первых геологических данных на этапе поиска и разведки. В первую очередь доводятся прогнозные показатели по месторождению, включая капитальные вложения, прочие затраты, динамику добычи и оценки запасов и т. д., на весь период разработки месторождения (объекта).

На стадии поиска и разведки прогнозные показатели утверждаются или корректируются в результате получения более достоверных данных по изучаемому объекту. После подтверждения открытия месторождения на основе прогнозов по месторождению составляются планы в трех сценариях.

В начальной стадии добычи планируются и утверждаются оптимальная технологическая

схема разработки и проект обустройства месторождения. С начала добычи корректируются плановые показатели с учетом поступивших фактических показателей.

На стадиях роста и стабилизации добычи главной целью планирования становится эффективное извлечение и реализация нефти. На этой стадии особую роль играют инвестиции в инновационные технологии добычи нефти, проведение геолого-технических мероприятий (ГТМ), применение методов увеличения нефтеотдачи (МУН), способствующих увеличению срока эксплуатации месторождения.

На стадии падения добычи основная цель планирования – обеспечение и удержание безубыточности месторождения (объекта). На данной стадии планируются показатели по количеству скважин, переходящих в бездействующий фонд, временно остановленных, нерентабельных, условно-нерентабельных и нерентабельных (убыточных), по оптимизации работы рентабельных скважин. Это вызывает необходимость предприятия ориентироваться на защитную стратегию: сокращение до момента, когда добыча становится нерентабельной, после чего наступает стадия ликвидации.

Основными задачами планирования и прогнозирования на начальном этапе в дочерних и зависимых предприятиях становится долгосрочное и краткосрочное планирование основной деятельности: составление организационной структуры, утверждение плана по всем направлениям деятельности, планирование на лицен-

зионных участках поиска, разведки и начала первой добычи.

На стадии роста планируются и составляются краткосрочные и долгосрочные планы по развитию предприятия в соответствии со стратегией головной организации, главной целью в которых становится повышение объемов производства (и реализации) и снижение производственных затрат. Данный этап характеризуется высоким уровнем риска, т. к. активно ведется разведочное и поисковое бурения, внедряются инновационные проекты в условиях волатильности рынка.

Цель планирования и прогнозирования на этапе зрелости сводится к оптимизации всех планов (выполнению лимитов, доведенных головной организацией) и инвестиционной программы: планов капитальных ремонтов, реконструкций и нового строительства, программ бурения, карт, технических регламентов работы объектов и т. д. Ведется периодический и постоянный мониторинг деятельности, поиск новых лицензионных участков или иных источников энергии, прогноз извлекаемых запасов, уровня обводненности, производственных затрат, новых технологических решений для наиболее полного извлечения полезных ископаемых, сокращение активности разведочных и поисковых операций, перенос или отказ от реализации планируемых проектов, в т. ч. с высоким уровнем риска.

От полученных итогов деятельности на этапе зрелости предприятию предстоит либо планировать реструктуризацию деятельности, либо полную ликвидацию с наименьшими потерями.

Стадия становления головной организации начинается с идеи об ее создании, регистрации и утверждения (могут носить неформальный характер) планов по направлениям деятельности, налогового режима, поиска и покупки первых лицензионных участков и месторождений. На данном этапе также строятся прогнозы и планы по оборотам и объемам материальных, финансовых и трудовых ресурсов, необходимых для функционирования предприятия.

Для следующего этапа развития головной организации характерно создание дочерних и зависимых предприятия и в дальнейшем рас-

пределение лимитов на каждое подразделение. Так же на данном этапе выстраивается стратегия действий по всему предприятию с учетом прогноза сценариев развития внутренней и внешней среды, а также с учетом государственных, отраслевых, региональных стратегий и целевых программ.

На этапе зрелости система прогнозирования и планирования направлены на рост достигнутых показателей и стабильное обеспечение компании денежными ресурсами, несмотря на небольшой прирост запасов, снижение нефтеотдачи, увеличение производственных затрат, а также внедрение новых продуктов, направленных на расширение производства, например, трудноизвлекаемых запасов и выстраивание прогнозов по диверсификации портфеля. Для данного этапа также характерен пересмотр стратегии развития организации и принятие новой.

Цель планирования и прогнозирования на этапе спада – удержание достигнутых результатов до точки безубыточности, поиск новых видов альтернативных источников, прогноз по их рентабельности. Показатели деятельности компании характеризуются возможностью более точного прогнозирования на основе исторических данных. Из-за ухудшения сырьевой базы производится поиск источников компенсаций при падающей добыче нефти, скважины останавливаются как нерентабельные при наличии остаточных запасов.

Следующий этап связан с необходимостью планирования реструктуризации (или ликвидации всей или части) организации. Новым витком развития может послужить ввод нового продукта (вывод активов в более прибыльные сферы применения) – альтернативных источников или уход на новый рынок.

Выводы:

1. На основе анализа научных трудов установлено, что для российских компаний исходные предпосылки концепции жизненного цикла организаций неприменимы и указывается необходимость создания специфических моделей, в том числе и для нефтегазодобывающих предприятий с выраженной отраслевой спецификой. Авторы считают, что применение (или попытка применения) концепции ЖЦО к не-

фтяным компаниям поможет решить ключевые проблемы и предвидеть кризисные ситуации.

2. При анализе особенностей нефтедобывающих компаний выявлено, что существует эффект «вложенности» жизненных циклов в рамках нефтяной компании: жизненный цикл головной организации, дочернего предприятия и месторождения.

3. Система планирования и прогнозирования в компаниях, особенно в условиях неопределенности, которая в значительной степени характерна для нефтяных предприятий, играет ключевую роль. При этом на каждой стадии жизненного цикла на разных уровнях цели планирования и прогнозирования различны. Определение, отслеживание стадии жизненного цикла и учет особенностей планирования и прогнозирования, характерных на данной стадии развития нефтяной компанией позволяет сформировать систему факторов повышения эффективности деятельности, выступает инструментом принятия своевременных оптимальных предиктивных управленческих решений и служит основой для формирования стратегии развития компании.

Литература

1. *Adizes I.* Corporate Life Cycle Management / trans. from English, under scientific ed. A.G. Seferyan. – St. Petersburg: Peter, 2007. – 384 p.
2. *Adizes I., Zukin P.* A management approach to health planning in developing countries // *Health Care Management.* – 1977. – Vol. 2(1). – P. 19–28.
3. *Filonovitch S.R.* Using life-cycle models in organizational diagnostics // *Sociological Investigations.* *Filonovitch S.R.* Using life-cycle models in organizational diagnostics // *Sociological Investigations.* – No. 4. – 2005. – P. 53–63.
4. *Ibragimov N.G., Motina L.I., Garaev L.G., Suleimanov I.Z., Chuikova T.M.* Cost effectiveness analysis and potential for novel technologies efficiency enhancement in Tatneft OAO // *Neftyanoe khozyaystvo – Oil Industry.* – 2013. – No. 7. – P. 5–7.
5. *Kateeva R.I., Garaev L.G.* Development of economic model of oil production operational costs formation in Tatneft OAO // *Neftyanoe khozyaystvo – Oil Industry.* – 2004. – No. 1. – P. 22–23.
6. *Kateeva R.I., Garaev L.G.* Methods of use of economic-mathematical model of formation of operational expenses for the economic analysis // *Neftyanoe khozyaystvo – Oil Industry.* – 2005. – 5. – P. 34–36.
7. *Osinovskaya I.V., Plenkina M.V.* Estimation of efficiency of managerial decisions at the level of large enterprises // *Espacios.* – 2017. – No. 38(49). – P. 8.
8. *Osinovskaya I.V., Shevchenko S.Y., Silkina G.Y., Plenkina M.V., Zaborskaya I.E.* Ensuring sustainable development of oil companies based on foresight technology // *International Journal of Management.* – 2020. – No. 11(5). – P. 929–940.
9. *Osinovskaya I.V., Yakunina O.G., Lenkova O.V.* Multiobjective approach in developing oil production enterprise's production strategy // *Mediterranean Journal of Social Sciences.* – 2015. – No. 6(3S3). – P. 193–202.
10. *Osiyevskyy O., Shirokova G., Ritala P.* Exploration and exploitation in crisis environment: Implications for level and variability of firm performance // *Journal of Business Research.* – 2020. – No. 114. – P. 227–239.
11. *Plenkina V., Andronova I., Deberdieva E., Lenkova O., Osinovskaya I.* Specifics of strategic managerial decisions-making in Russian oil companies // *Entrepreneurship and Sustainability Issues.* – 2018. – No. 5(4). – P. 858–874.
12. *Salko M.G., Deberdieva E.M., Lenkova O.V., Kovalzhina L.S., Funtikova E.A.* The Rationale for the Implementation of Investment Projects of the Fuel and Energy Complex Enterprise // *Lecture Notes in Networks and Systems.* – 2022. – 380 LNNS. – P. 481–487.
13. *Блауг М.* Гэлбрейт Джон // 100 великих экономистов после Кейнса = Great Economists since Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. – СПб.: Экономикс, 2009. – С. 70–73. – 384 с.
14. *Давыдова Г.В., Козлова О.С.* Влияние жизненного цикла нефтедобывающей отрасли на стратегические альтернативы ее развития // *Vaikal Research Journal.* – 2016. – Т. 7. – № 5.
15. *Ибрагимова Р.С., Головкин Д.С.* Концепция жизненного цикла отрасли как инструмент управления экономическим потенциалом предприятий текстильной промышленности // *Вестник Пермского университета. Серия «Экономика» = Perm University Herald. ECONOMY.* – 2017. – Том 12. – № 1. – С. 124–135.
16. *Ивашковская И.В., Константинов Г.Н., Филонович С.Р.* Становление корпорации в контексте жизненного цикла организации. // *Российский журнал менеджмента.* – Т. 2, № 4. – 2004. – С. 19–34.
17. *Киричок Д.Д.* Финансово-инвестиционные стратегии на стадии зрелости жизненного цикла

компания: специальность 08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит, диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Москва, 2017. – 202 с.

18. Кушелевич Е.И., Филонович С.Р. Модели жизненных циклов организаций // В кн.: О.С. Виханский, А.И. Наумов (ред.). Менеджмент: век XX – век XXI. – М.: Экономистъ, 2004. – С. 304–321.

19. Ленкова О.В., Дебердиева Е.М., Осинская И.В. Устойчивое развитие нефтегазовых компаний: условия и перспективы // Нефть, газ и бизнес. – 2012. – № 11. – С. 11–13.

20. Рейшахрит Е.И., Боднарь И.Н. Особенности управления инвестиционной деятельностью нефтегазовых компаний на разных стадиях разработки

месторождения // Молодой ученый. – 2020. – № 18 (308). – С. 130–135.

21. Секиров Р.И. Алгоритм определения стадии жизненного цикла организации // Статистика и Экономика. – 2013. – № 2. – С. 63–66.

22. Широкова Г.В. Жизненные циклы российских предпринимательских фирм: методология исследования и основные стадии: диссертация ... доктора экономических наук: 08.00.05. – СПб: Высшая школа менеджмента. – 2010. – 463 с.

23. Эдер Л.В., Филимонова И.В., Ламерт Д.А., Комарова А.В. Структурные особенности нефтяной отрасли России // Вестник НГУ. – Серия: Социально-экономические науки. – 2013. – Т. 13. – Вып. 3. – С. 26–38.

Информация об авторах

Шамсутдинова Ильзиря Анасовна, аспирант, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: diiiliii@bk.ru

Палей Татьяна Феликсовна, доктор экономических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: kmen555@gmail.com

I.A. SHAMSUTDINOVA,

Postgraduate

Kazan (Volga region) Federal University

T.F. PALEY,

Doctor in Economics, Professor

Kazan (Volga region) Federal University

FEATURES OF FORECASTING AND PLANNING THE ACTIVITY OF AN OIL PRODUCING ENTERPRISE DEPENDING ON THE STAGE OF ITS LIFE CYCLE

Abstract. The article reviews and analyzes scientific papers on the applicability of the life cycle concept to Russian companies that differ from organizations operating in developed countries both in the specifics of management, and in the history of emergence, development, and functional features. The author also highlights the features and describes the problems of the functioning of oil companies as enterprises with a complex and multi-level system and clearly defined industry features. The main factors influencing the life cycle of an oil producing enterprise and the distinguishing features from “ordinary” companies are considered. The necessity of taking into account the factor of “nesting of life cycles” within the framework of an oil company is determined: the parent organization, a subsidiary (dependent) enterprise and an oil field. The concepts of “life cycle of the parent organization”, “life cycle of a subsidiary” and “life cycle of the field” have been clarified. Within the framework of this study, it is proposed to consider five stages of development of systems of different levels: formation, growth, maturity, decline and restoration or liquidation, according to the life cycle of an oil field. The paper attempts to determine the specifics of planning and forecasting at each stage of the life cycle of the parent organization of an oil company, a subsidiary (dependent) enterprise, an oil field.

Keywords: life cycle, life cycle stages, oil industry, planning and forecasting.

References

1. *Adizes I.* Corporate Life Cycle Management / trans. from English, under scientific ed. A.G. Seferyan. – St. Petersburg: Peter, 2007. – 384 p.
2. *Adizes I., Zukin P.* A management approach to health planning in developing countries // *Health Care Management.* – 1977. – Vol. 2(1). – P. 19–28.
3. *Filonovitch S.R.* Using life-cycle models in organizational diagnostics // *Sociological Investigations.* *Filonovitch S.R.* Using life-cycle models in organizational diagnostics // *Sociological Investigations.* – No. 4. – 2005. – P. 53–63.
4. *Ibragimov N.G., Motina L.I., Garaev L.G., Suleimanov I.Z., Chuikova T.M.* Cost effectiveness analysis and potential for novel technologies efficiency enhancement in Tatneft OAO // *Neftyanoe khozyaystvo – Oil Industry.* – 2013. – No. 7. – P. 5–7.
5. *Kateeva R.I., Garaev L.G.* Development of economic model of oil production operational costs formation in Tatneft OAO // *Neftyanoe khozyaystvo – Oil Industry.* – 2004. – No. 1. – P. 22–23.
6. *Kateeva R.I., Garaev L.G.* Methods of use of economic-mathematical model of formation of operational expenses for the economic analysis // *Neftyanoe khozyaystvo – Oil Industry.* – 2005. – 5. – P. 34–36.
7. *Osinovskaya I.V., Plenkina M.V.* Estimation of efficiency of managerial decisions at the level of large enterprises // *Espacios.* – 2017. – No. 38(49). – P. 8.
8. *Osinovskaya I.V., Shevchenko S.Y., Silkina G.Y., Plenkina M.V., Zaboriskaya I.E.* Ensuring sustainable development of oil companies based on foresight technology // *International Journal of Management.* – 2020. – No. 11(5). – P. 929–940.
9. *Osinovskaya I.V., Yakunina O.G., Lenkova O.V.* Multiobjective approach in developing oil production enterprise's production strategy // *Mediterranean Journal of Social Sciences.* – 2015. – No. 6(3S3). – P. 193–202.
10. *Osiyevskyy O., Shirokova G., Ritala P.* Exploration and exploitation in crisis environment: Implications for level and variability of firm performance // *Journal of Business Research.* – 2020. – No. 114. – P. 227–239.
11. *Plenkina V., Andronova I., Deberdieva E., Lenkova O., Osinovskaya I.* Specifics of strategic managerial decisions-making in Russian oil companies // *Entrepreneurship and Sustainability Issues.* – 2018. – No. 5(4). – P. 858–874.
12. *Salko M.G., Deberdieva E.M., Lenkova O.V., Kovalzhina L.S., Funtikova E.A.* The Rationale for the Implementation of Investment Projects of the Fuel and Energy Complex Enterprise // *Lecture Notes in Networks and Systems.* – 2022. – 380 LNNS. – P. 481–487.
13. *Blaug M.* Galbraith, John // 100 great economists since Keynes = Great economists since Keynes: an introduction to the life and work of one hundred great economists of the past. – St. Petersburg: Economics, 2009. – P. 70–73. – 384 p.
14. *Davydova G.V., Kozlova O.S.* Influence of the life cycle of oil production on the strategic alternative to its development // *Baikal Scientific Journal.* – 2016. – Vol. 7. – No. 5.
15. *Ibragimova R.S., Golovkin D.S.* The concept of the sectoral cycle as a tool for managing the economic potential of the textile industry // *Bulletin of the Perm University. Series "Economics" = Bulletin of the Perm University. SAVING.* – 2017. – Vol. 12. – No. 1. – P. 124–135.
16. *Ivashkovskaya I.V., Konstantinov G.N., Filonovich S.R.* Formation of a corporation in the food cycle of an organization // *Russian Journal of Management.* – 2004. – Vol. 2. – No. 4. – P. 19–34.
17. *Kirichok D.D.* Financial and investment strategies at the maturity stage of the company's life cycle: specialty 08.00.10 – Finance, money circulation and credit, dissertation for the degree of candidate of economic sciences. – Moscow, 2017. – 202 p.
18. *Kushelevich E.I., Filonovich S.R.* Models of life cycles of organizations // In the book: O.S. Vikhansky, A.I. Naumov (ed.). *Management: XX century – XXI century.* – M.: The Economist, 2004. – P. 304–321.
19. *Lenkova O.V., Deberdieva E.M., Osinovskaya I.V.* Sustainable inequality of oil and gas companies: conditions and prospects // *Oil, gas and business.* – 2012. – No. 11. – P. 11–13.
20. *Reishahrit E.I., Bodnar I.N.* Features of managing the investment activities of oil and gas companies at different stages of field development // *Young scientist.* – 2020. – No. 18 (308). – P. 130–135.
21. *Sekirov R.I.* Algorithm for determining the stage of the life cycle of an organization // *Statistics and Economics.* – 2013. – No. 2. – P. 63–66.
22. *Shirokova G.V.* Life cycles of Russian entrepreneurial firms: research methodology and the main stage: dissertation ... Doctor in Economics: 08.00.05. – St. Petersburg: Higher School of Management, 2010. – 463 p.
23. *Eder L.V., Filimonova I.V., Lamert D.A., Komarova A.V.* Structural features of the Russian oil industry // *Vestnik NGU.* – Series: Social and economic sciences. – 2013. – Vol. 13. – Issue 3. – P. 26–38.

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

УДК 338.48

Г.М. ИСХАКОВА,

старший преподаватель

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Е.Б. САЙФЕЕВА,

старший преподаватель

Казанский (Приволжский) федеральный университет

С.Ю. ЛЕВАЧКОВА,

кандидат экономических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ТИПОВЫЕ СХЕМЫ НЕЗАКОННОГО ВОЗМЕЩЕНИЯ НДС В РОССИИ

Аннотация. Большой объем поступлений в федеральный бюджет Российской Федерации отводится налогу на добавленную стоимость (НДС). С целью оптимизации налогов компании – плательщики НДС пользуются возможностью возмещения НДС. Все чаще налоговые органы выявляют рост доли возмещения НДС в общей величине всех поступлений НДС и, соответственно, повышение возврата налога, **которые предъявляют компании.** Однако недобросовестные налогоплательщики используют незаконные способы необоснованного возврата НДС, применяя такие фиктивные операции, как: подделку операций компаний, установление поддельного учета и делопроизводства, **применение компаний,** которые не выполняют свои обязательства по налогам. Наиболее распространенные способы незаконного возврата НДС – совокупность мероприятий налогового контроля: детальный сбор сведений о налогоплательщике и его контрагентах и иные операции, которые ориентированы на наиболее эффективное исследование проверок, их анализ и в результате выявление нарушений в деятельности компаний и их контрагентов. Отраженные рекомендации предлагают наиболее вероятные сведения для анализа и контроля и выполнения налогового мониторинга в целях определения достоверных сведений о компании для назначения в отношении ее налоговых проверок.

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, схемы незаконного возмещения, построение доказательственной базы, видимость совершаемых сделок, недобросовестность контрагента.

Сегодня в России на стадии камеральной налоговой проверки компаний при обнаружении фактов, предполагающих нарушение в части незаконного возврата сумм НДС, налоговые органы сразу обращаются в органы внутренних дел для проведения общей работы по противодействию незаконному возврату НДС, что отрицательно влияет на деятельность компаний.

Основные типовые схемы незаконного возмещения НДС в РФ представлены нами в табл. 1, исходя из которой можно изучить

основные способы противоправного возврата НДС в России.

Разберем ниже каждый способ более подробно.

Перепродажа недвижимого имущества с завышением цены

Цель проводимых налоговым органом мероприятий налогового контроля – сбор доказательств получения проверяемым лицом необоснованной налоговой выгоды в виде незаконного возврата НДС на основании обоюд-

Отечественные способы противоправного возврата НДС

Название способа	Описание метода
Недвижимое имущество и его перепродажа	Наблюдается рост стоимости объекта в течение короткого промежутка времени через цепочку продаж
Авансы, уплаченные контрагентам-поставщикам	Авансы перечисляются со счета одной организации через цепочку контрагентов, в том числе и фирм-«однодневок» при отсутствии реального движения товаров. Вывод денежных средств осуществляется или через обналичивание, или перечислением со счета фирмы-«однодневки» на счета иностранных организаций
Перенасыщение	В бухгалтерской отчетности можно увидеть отражение реализации лишь части товара, организации имитируют документооборот по приобретению товара, используя фиктивные документы, реальное движение товара отсутствует
Импортные операции с товарами	Налогоплательщик занижает величину выручки от реализации товара, используя договор комиссии, при том, что ввоз товара обычно реальный

ного согласия заинтересованных и взаимозависимых лиц [1].

Такая схема необоснованного возврата НДС представлена на рис. 1. Балансовая остаточная стоимость объекта недвижимости у первоначального

собственника (компания «А») была равна 5 млн руб. Компания платит в бюджет маленькие суммы НДС и после совершения операций и сделок встает на учет в другом регионе РФ.

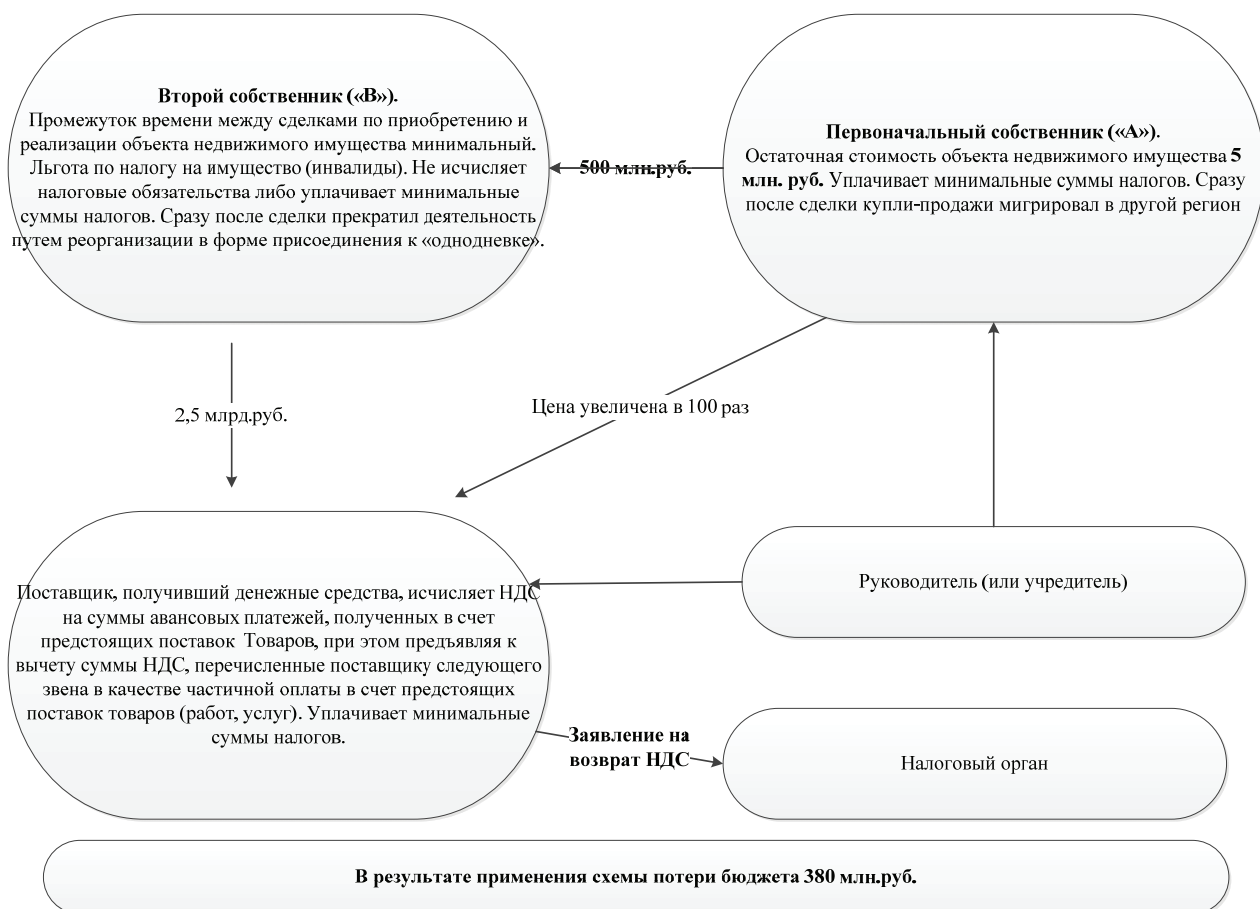


Рис. 1. Недвижимое имущество и его перепродажа с завышением цены

Объект недвижимости переходит в руки второго собственника – компании «В». Эта компания пользуется льготой по налогу на имущество организаций. После сделки купли-продажи объекта недвижимости по цене 500 млн руб. обе компании платят налоги в минимальном размере и ликвидируются. В свою очередь, компания «В» продает объект собственности компании «С» по цене 2,5 млрд руб. При этом реальная плата не производится или оплачивается по минимальной величине. Поставив приобретенный объект недвижимости на бухгалтерский учет по счету «41» как товар, налог на имущество организаций компания «С» избегает.

В последующем объект недвижимого имущества реализуется, и налогоплательщик отправляет на возврат НДС. При этом в нарушение налогового законодательства к уплате ставится нулевая или малая сумма налога.

Неправомерный возврат НДС по авансам, уплаченным поставщикам

Налоговые проверки прежде всего должны быть направлены на доказывание того, что при уплате авансов по договору поставки (выполнения работ, оказания услуг) у сторон не было намерений по его реальному исполнению и права и обязанности по договору фактически не возникли [7, с. 140; 8, с. 129].

На рис. 2 видно, что компания, которая желает получить возврат НДС, отправляет деньги своим контрагентам, которые исчисляют НДС с размеров полученных авансов, и ставят к вычету суммы НДС, отправленные компании-контрагенту следующего звена, как частичную оплату в счет следующих поставок товаров и продукции, работ и услуг [9, с. 3583].

На рис. 2 компания-контрагент, выступающая конечным звеном, – это фирма-«однодневка», оплачивающая налоги при поступлении денег как авансов [10, с. 212].

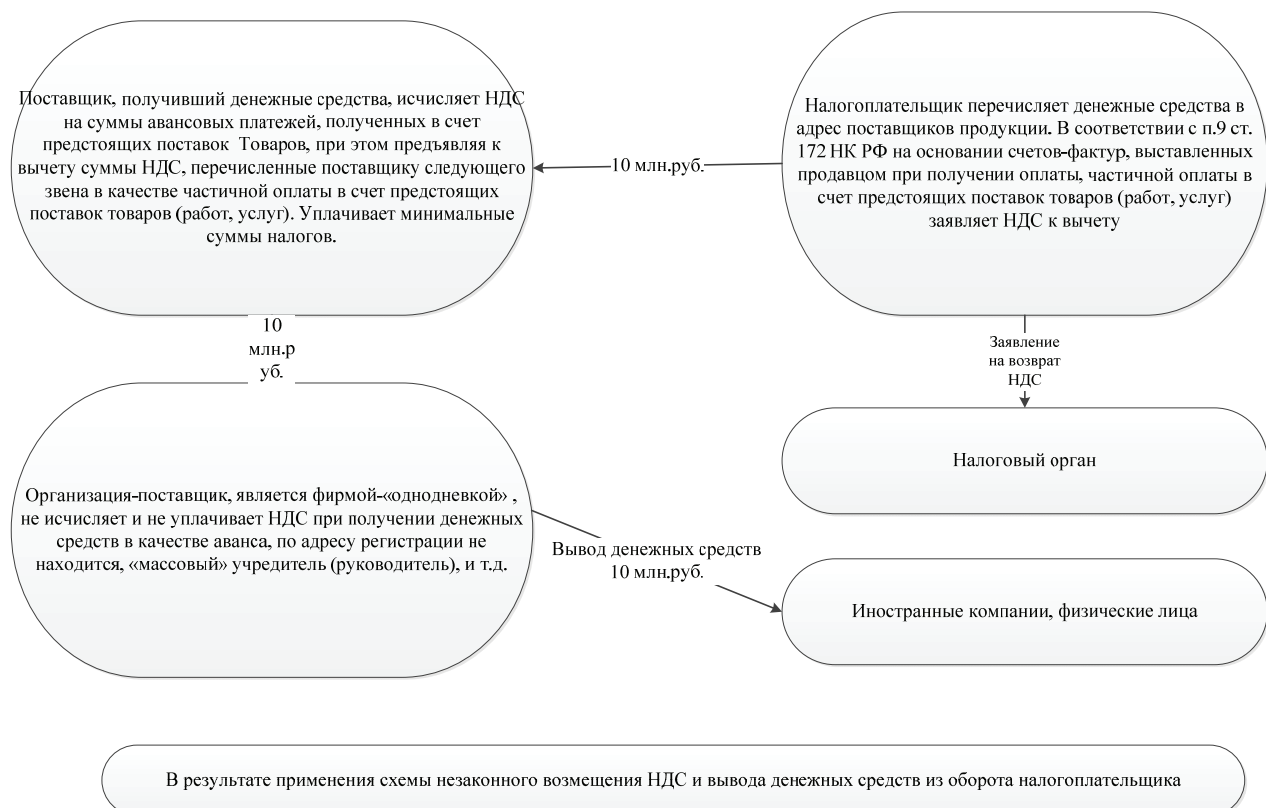


Рис. 2. Неправомерный возврат НДС по уплаченным поставщикам авансам

Неправомерный возврат НДС при затоваривании товара и продукции на складах и в помещениях контрагентов

Целью контрольных мероприятий является доказательство разработки компаниями подставного и недостоверного учета при недостаточности и отсутствии существующего движения продукции и товара.

Данный способ, отраженный на рис. 3, направлен на организацию подставного учета и делопроизводства при недостаточности существующего движения товара и продукции: компания-покупатель декларирует возврат НДС по купленным товарам и продукции и с помощью подставного учета организует фиктивную реализацию. Наряду с этим проводится подставная продажа только малой части ранее купленного товара и продукции [5].

Неправомерный возврат НДС при импорте товара

Целью проводимых налоговым органом мероприятий налогового контроля является доказательство следующих фактов:

- недостаточность товара;
- определение настоящего покупателя продукции и определение того, что продукция была **на самом деле** продана через комиссионера (субкомиссионеров) без отправки отчетов комиссионера [6, с. 133];
- определение заключения **незаконной** сделки с целью защиты настоящей реализации компании “А” продукции компании “С” для незаконного возврата налога.

Отечественная компания (на рис. 4 – компания “А”) покупает у зарубежной компании продукцию, переводит средства [2]. Компания “А” импортирует товар и уплачивает таможенные пошлины и налог, по которому затем заявляется налоговый вычет по НДС. В налоговый орган представляется декларация с суммой налога к возмещению. На склад временного хранения поступает продукция или товар (на рис. 4 это компания “В”). Но в отчетах наблюдается занижение налоговой базы по НДС, отсутствие выручки от продажи проверяемым налогоплательщиком [11, с. 293].

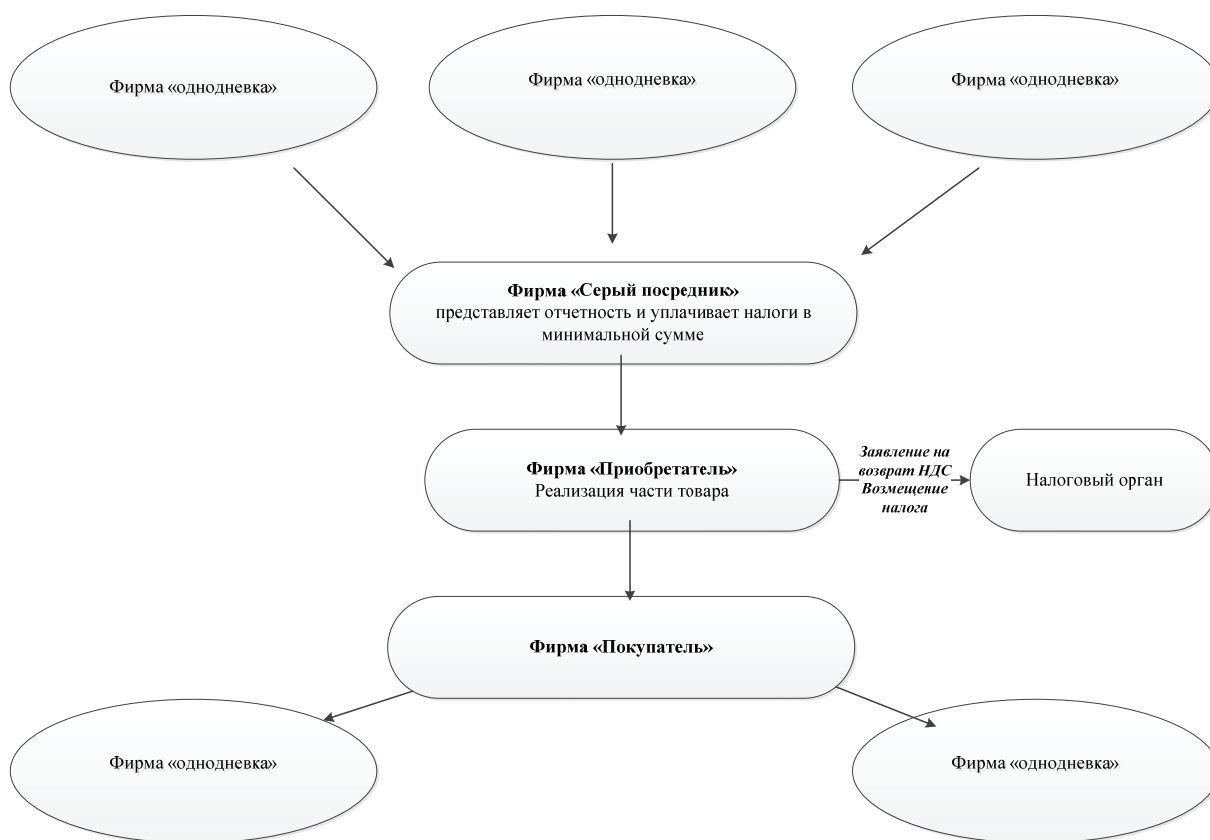


Рис. 3. Незаконный возврат НДС при скоплении продукции и товара на складах и в помещениях контрагента

При установлении реального (конечного) покупателя налоговый орган вправе сделать вывод об отсутствии базы по налогам.

Основными способами доказательства фиктивности сделки могут служить:

– установление обстоятельств фактического **незаключения и неисполнения договора субкомиссии** субкомиссионером (на схеме это компания «D»);

– недобросовестность субкомиссионера «D» как фирмы-«однодневки», из чего следует, что договор между «С» и «D» не может считаться заключенным;

– отсутствие товара на складе и в бухгалтерском учете (за балансом) компании «С»;

– пояснения должностных лиц комиссионера о том, кому был передан товар, где он находится в настоящее время (необходимо добиться получения информации с привлечением органа внутренних дел) [4].

На сегодняшний день неуплата налогов рассматривается как налоговое, административное правонарушение и уголовное преступление. Если организация имела факт неуплаты налогов, она будет оштрафована. Для должностных

лиц организации неуплата налогов грозит уголовным преследованием.

Литература

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 02.08.2019). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/789ca8969f8d40d5213bcebea36d0a3cb0677cae/

2. Постановление Правительства РФ № 272 «Об утверждении Правил перевозок грузов автомобильным транспортом» от 15.04.2011 (ред. от 12.12.2017, с изм. от 22.12.2018). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_113363/

3. Приказ ФНС России № ММ-3-06/338@ «Об утверждении форм документов, используемых налоговыми органами при реализации своих полномочий в отношениях, регулируемых законодательством о налогах и сборах» от 31.05.2007 (ред. от 27.08.2013). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_55022/2ff7a8c72de3994f30496a0ccb1ddafdadfd518/

4. Приказ Федеральной таможенной службы и Федеральной налоговой службы № 01-11/18157/ММВ-20-2/25@ «О применении Положения об организации проведения скоординированных контрольных мероприятий и мероприятий таможенно-

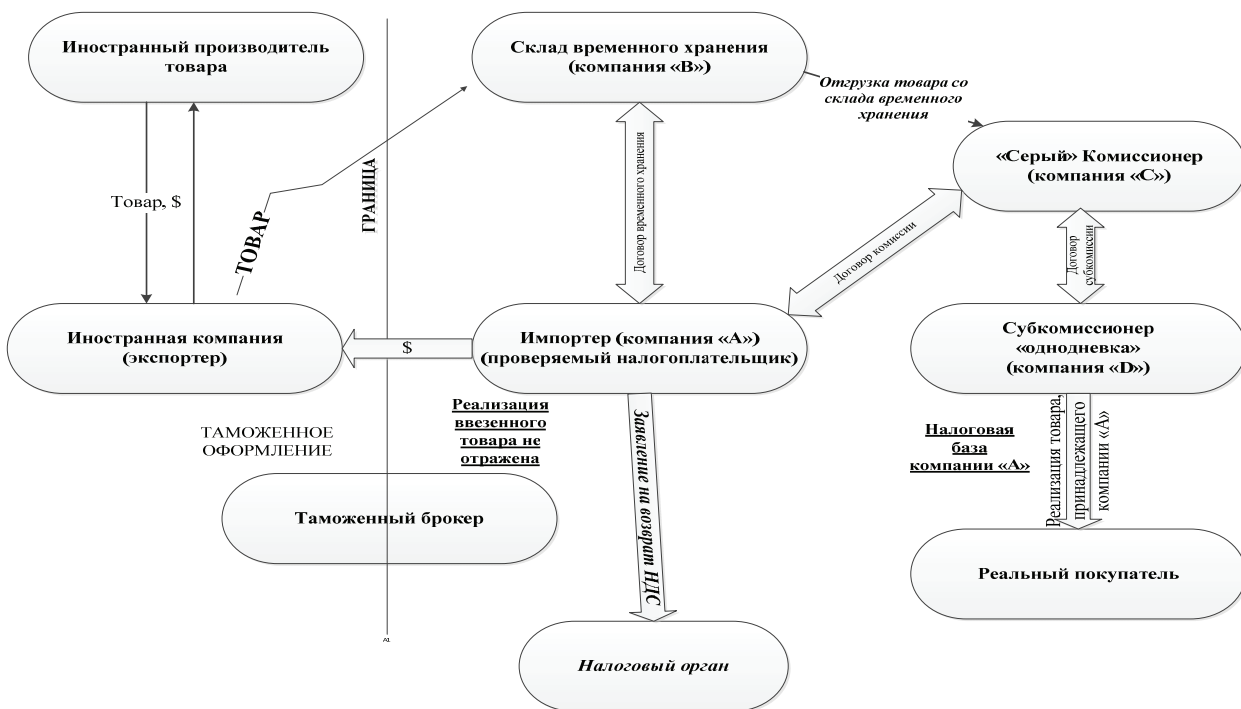


Рис. 4. Незаконный возврат НДС при импорте товара

го и налогового контроля по информации сторон» от 18 апреля 2016 г. – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71280874/#ixzz5zFP8qeZ2>.

5. Соглашение о сотрудничестве Федеральной таможенной службы и Федеральной налоговой службы (заключено в г. Москве 21.01.2010 № 01-69/1, № ММ-27-2/1) (ред. от 05.09.2016). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_223988/

6. *Iskhakova G.M.* Performance of strategic installations in the system of production controlling // Journal of interdisciplinary research. – 2020. – Sp. is. 10/02/XIII (vol. 10, is. 2, sp. is. XIII). – Pp. 133–136.

7. *Харисова Ф.И., Юсупова А.Р., Исхакова Г.М., Харисов И.К.* Представление и раскрытие информации в финансовой отчетности исламских финансовых учреждений // Аудит и финансовый анализ. – 2019. – № 1. – С. 39–48.

8. *Kharisova F.I., Iskhakova G.M., Yusupova A.R.* Formation of financial statements at Islamic financial institutions // Journal of Social Sciences Research. – 2018. – Vol. 2018. – Sp. is. 5. – Pp. 128–132.

9. *Yakupova N.M., Kadochnikova E.I., Rafikova A.V.* Emerging technologies integral estimation dynamic model of the company financial risks // International Journal of Engineering Research and Technology. – 2020. – Vol. 13. – Is. 11. – Pp. 3579–3584.

10. *Yakupova N.M., Kadochnikova E., Beilin I.L.* The hedonic model of the land for agricultural purposes market value // International Journal on Emerging Technologies. – 2019. – Vol. 10. – Is. 2. – Pp. 210–213.

11. *Tufetulov A.M., Nugayev F.Sh., Zayats A.S.* Analysis of transaction tax control between related parties in Russian Federation // Revista Genero & Direito. – 2019. – Vol. 8. – Is. 4. – Pp. 293–307.

Информация об авторах

Исхакова Гулия Махмутовна, старший преподаватель кафедры проектного менеджмента и оценки бизнеса Института управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: gulia1201@yandex.ru

Сайфеева Елена Батыровна, старший преподаватель кафедры проектного менеджмента и оценки бизнеса Института управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: sayfeeveva.lena@yandex.ru, тел. 89625494917

Левачкова Светлана Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры проектного менеджмента и оценки бизнеса Института управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: svetlana-levachkova@yandex.ru

G.M. ISKHAKOVA,

Senior Lecturer

Kazan (Volga region) Federal University

E.B. SAYFEEVA,

Senior Lecturer

Kazan (Volga region) Federal University

S.YU. LEVACHKOVA,

PhD in Economics, Associate Professor

Kazan (Volga region) Federal University

THE MOST COMMON TYPICAL SCHEMES FOR ILLEGAL VAT REFUNDS IN RUSSIA

Abstract. A large amount of revenues to the federal budget of the Russian Federation is allocated to value added tax (VAT). In order to optimize taxes, VAT payers use the possibility of VAT refunds. Increasingly, the tax authorities are detecting an increase in the share of VAT refunds in the total value of all VAT receipts and, accordingly, an increase in tax refunds that companies claim. However, unscrupulous taxpayers use illegal methods of unreasonable VAT refunds, using such fictitious transactions as: falsifying company transactions,

establishing fake accounting and paperwork, using companies that do not fulfill their tax obligations. The most common methods of illegal VAT refunds are a set of tax control measures investigated by the tax authority, which conduct a detailed review of information about the taxpayer and his counterparties and other operations that are focused on the most effective study of inspections, their analysis and, as a result, the identification of violations in the activities of the company and its counterparties. Reflected recommendations offer the most likely information for analysis and control and the implementation of tax monitoring in order to determine reliable information about the company for appointment in relation to its tax audits.

Keywords: value added tax, illegal compensation schemes, building an evidence base, visibility of transactions being made, counterparty's dishonesty.

References

1. "Tax Code of the Russian Federation (part one)" dated July 31, 1998 N 146-FZ (as amended on August 2, 2019). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/789ca8969f8d40d5213bcebea36d0a3cb0677cae/.
2. Decree of the Government of the Russian Federation of April 15, 2011 N 272 (as amended on December 12, 2017, as amended on December 22, 2018) "On approval of the Rules for the carriage of goods by road". – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_113363/.
3. Order of the Federal Tax Service of Russia dated May 31, 2007 N MM-3-06 / 338@ (as amended on August 27, 2013) "On approval of the forms of documents used by tax authorities in the exercise of their powers in relations regulated by legislation on taxes and fees". – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_55022/2ff7a8c72de3994f30496a0ccbb1ddafdaddf518/.
4. Order of the Federal Customs Service and the Federal Tax Service of April 18, 2016 No. 01-11/18157/ MMB-20-2/25@ "On the Application of the Regulations on the Organization of Coordinated Control Measures and Measures of Customs and Tax Control upon Information of the Parties". – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71280874/#ixzz5zFP8qeZ2>.
5. "Agreement on cooperation between the Federal Customs Service and the Federal Tax Service" (Concluded in Moscow on January 21, 2010 N 01-69/1, N MM-27-2/1) (as amended on September 5, 2016). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_223988/.
6. *Iskhakova G.M.* Performance of strategic installations in the system of production controlling // Journal of Interdisciplinary Research. – 2020. – Special Issue No.: 10/02/XIII. (Vol. 10, Is. 2, Special Issue XIII.). – P. 133–136.
7. *Kharisova F.I., Yusupova A.R., Iskhakova G.M., Kharisov I.K.* Presentation and disclosure of information in the financial statements of Islamic financial institutions // Audit and financial analysis. – 2019. – No. 1. – P. 39–48.
8. *Kharisova F.I., Iskhakova G.M., Yusupova A.R.* Formation of financial statements at Islamic financial institutions // Journal of Social Sciences Research. – 2018. – Vol. 2018, Is. Special Issue 5. – P. 128–132.
9. *Yakupova N.M., Kadochnikova E.I., Rafikova A.V.* Emerging technologies integral estimation dynamic model of the company financial risks // International Journal of Engineering Research and Technology. – 2020. – Vol. 13, Is. 11. – P. 3579–3584.
10. *Yakupova N.M., Kadochnikova E., Beilin I.L.* The hedonic model of the land for agricultural purposes market value // International Journal on Emerging Technologies. – 2019. – Vol. 10, Is. 2. – P. 210–213.
11. *Tufetulov A.M., Nugaev F.Sh., Zayats A.S.* Analysis of transaction tax control between related parties in Russian Federation // Rrevista Genero & Direito. – 2019. – Vol. 8, Is. 4. – P. 293–307.

УДК 336.76

Т.М. МАЛЁНКИНА,
кандидат экономических наук, доцент
Ивановский государственный университет,
Казанский (Приволжский) федеральный университет

А.М. КАЗАНЦЕВА,
студент магистратуры
Ивановский государственный университет

Б.Л. САФИУЛЛИН,
студент магистратуры
Казанский (Приволжский) федеральный университет

ОЦЕНКА ПОРТФЕЛЯ ИНВЕСТОРА НА ОСНОВАНИИ БАЛЛЬНОЙ МЕТОДИКИ

Аннотация. В последние годы инвестиционная сфера России представляет собой динамично развивающуюся структуру финансового рынка страны. Ежемесячно открывается более тысячи брокерских счетов и на рынок приходят новые институциональные и частные инвесторы. Аналитики подтверждают репутацию фондового рынка как одного из самых доходных и волатильных. В таких условиях его участникам приходится постоянно следить за трендами и текущей ситуацией не только в экономике, но и в других сферах. Однако зачастую частные инвесторы на рынке ценных бумаг теряются и до конца не понимают алгоритмы действия фондового рынка и его инструментов, в особенности какое влияние это оказывает на доходность их вложенных средств. В этих условиях становится актуальным грамотное формирование портфеля ценных бумаг начинающего инвестора. В представленном исследовании авторами систематизирован ряд показателей для оценки перспективных компаний из различных отраслей, а также отмечена важность анализа ценных бумаг неотрывно от отрасли, в которой они осуществляют свою деятельность (она должна так же иметь тенденцию к росту). Научная новизна полученных результатов заключается в составлении авторской балльной методики, на основании которой можно отбирать перспективные компании для своего инвестиционного портфеля.

Ключевые слова: инвестиции, ценные бумаги, фондовый рынок, балльная методика, портфель ценных бумаг.

При формировании портфеля ценных бумаг инвестор сталкивается с вопросом: «А в какие активы стоит инвестировать?». На рынке ценных бумаг широкий выбор как финансовых инструментов, так и эмитентов, которые их выпускают. Особенно сложно приходится тем, кто ранее не имел никакого опыта на фондовом рынке. В данной статье будет более детально раскрыт этот вопрос и представлена балльная методика, благодаря которой инвестор сможет сам выбирать интересующие его ценные бумаги. Однако здесь внимание будет уделено оценке только акций, так как по этим же балльным параметрам невозможно будет оценить другого рода активы в силу их разной предметной составляющей.

С увеличением инфляционных ожиданий в экономике и ужесточением денежно-кредитной политики центральных банков разных стран тема инвестирования на фондовом рынке становится все более актуальной. Процесс повышения ставок постепенно уменьшает спрос на ипотеки, а вследствие – и на жилую недвижимость [1]. Растущая инфляция делает депозиты менее привлекательными, когда 7 % по вкладу в банке противопоставляют 8,4 % официальной инфляции по итогу 2021 г., согласно данным Центрального банка России [2]. Именно поэтому инвесторы обращают внимание на другие способы грамотного инвестирования свободных денежных средств. Одним из та-

ких эффективных методов является формирование портфеля ценных бумаг, что позволяет инвестору получать дополнительный доход, не связанный с его основной деятельностью [3]. Такое грамотное управление позволяет максимизировать полезность свободных денежных средств.

Формируя портфель ценных бумаг, инвесторы зачастую обращают внимание на три самых распространенных инструмента: акции, облигации и фонды. Акции дают возможность владеть долей компании и как акционер получать долю ее прибыли путем выплаты дивидендов [4]. Стоит упомянуть, что не все эмитенты акций платят дивиденды. Конечное решение принимает совет директоров. Воздерживаются от выплаты дивидендов, как правило, молодые компании, которые большую часть своей прибыли вкладывают в свое развитие (например, компания Яндекс на российском рынке), или компании, которые испытывают определенные финансовые трудности [5]. Облигации – это долговая ценная бумага, когда инвесторы дают в долг эмитенту на заранее определенный срок и на определенных условиях [6]. Фонды – это возможность для инвестора участвовать в росте их курсовой стоимости [7]. Их разделяют на два вида: ETF и ПИФ.

В данной статье представлена авторская методика, согласно которой инвестор сможет подобрать для себя акции перспективных компаний, которые имеют тенденцию как к росту курсовой стоимости, так и к хорошей дивидендной доходности.

Оценка компаний производится по ряду показателей. Для удобства в анализе разделим их на 5 групп: дивиденды, стоимость, потенциал роста, маржинальность, финансовая устойчивость.

В дивидендной группе рассматривается дивидендная доходность акций, процент выплат или процент прибыли компании, выплачиваемый в виде дивидендов (payout ratio), темп роста дивидендов за последние 5 лет, а также количество лет, за которые был рост дивидендов. Стоит отметить, что чем меньше показатель payout ratio, тем выгоднее складывается ситуация для компании, так как если большая часть прибыли выплачивается дивидендами, то на

развитие самой компании остается небольшое количество денежных средств [8].

В группе стоимости рассматриваются показатели P/E, PEG, P/S, P/B, P/FCF.

P/E – отношение рыночной цены акции к прибыли компании, которое показывает, за сколько лет купленная акция окупит себя.

PEG – соотношение рыночной цены акции к прибыли компании и к темпам роста прибыли. Учитывает не только, сколько компания сейчас зарабатывает, но и какими темпами растет ее прибыль.

P/S – отношение рыночной цены акции к объему годовой выручки компании. Важный показатель при оценке компаний роста, так как в нем учитываются объемы годовой выручки, что на первоначальном этапе для компании важнее, чем прибыль.

P/B – отношение рыночной цены акции к балансовой стоимости компании. Если данный показатель ниже единицы, то это говорит о неоцененности компании на рынке, так как текущая цена ниже ликвидационной стоимости компании, и при банкротстве такой компании вы получите больше, чем заплатили.

P/FCF – отношение рыночной цены акции к величине свободного денежного потока компании.

В группу показателей оценки потенциала роста входят: EPS this Y; EPS next Y; EPS past 5Y; EPS next 5Y; динамика роста, где: EPS this Y – прибыль на акцию в текущем году; EPS next Y – прибыль на акцию в следующем году; EPS past 5Y – прибыль на акцию за последние 5 лет; EPS next 5Y – прибыль на акцию в будущие 5 лет; рост показателей – есть ли повышение котировок акций в долгосрочной перспективе.

К группе показателей оценки маржинальности относятся: ROA, ROE, ROI, динамика денежных потоков, где ROA – рентабельность активов; ROE – рентабельность капитала; ROI – предельность инвестиций.

В группу показателей оценки финансовой устойчивости входят: Curr R; Debt/Eq; процентное покрытие долга; динамика долга, где Curr R – соотношение текущих активов к текущим обязательствам; Debt/Eq – соотношение величины долга компании к собственному капиталу; процентное покрытие долга – во сколько

раз зарабатываемая прибыль компании покрывает долговые платежи; динамика долга – величина долга, рассматриваемая в динамике.

Каждый показатель оценивается баллами. Максимальное количество баллов по каждому показателю – 2 балла, минимальное – 0 баллов.

Максимальное количество баллов по группам показателей: дивиденды – 8 баллов; стоимость – 10 баллов; потенциал роста – 10 баллов; маржинальность – 8 баллов; финансовая устойчивость – 8 баллов. Итого компания может набрать максимально 44 балла.

Таблица 1

Авторская балльная методика оценки компаний на рынке ценных бумаг

Наименование показателя	0 баллов	1 балл	2 балла
Дивиденды			
Дивидендная доходность, %	<2	2–3	>3
Payout ratio (% выплат)	>61	50–60	<49
Темп роста (5 лет)	<10	11–20	>21
Рост, лет	<10	11–20	>21
Стоимость			
P/E	>51	21–50	<20
PEG	>6	3–5	<2
P/S	>10	4–9	<4
P/B	>10	3–9	<2
P/FCF	>35	21–35	<20
Потенциал роста			
EPS this Y	<9	10–39	>40
EPS next Y	<9	10–39	>40
EPS past 5Y	<9	10–39	>40
EPS next 5Y	<9	10–39	>40
Динамика роста (10 лет)	нет	нестабильно	да
Маржинальность			
ROA	<1	2–19	>20
ROE	<10	11–39	>40
ROI	<10	11–39	>40
Динамика денежных потоков	отрицательная	нестабильная	положительная
Финансовая устойчивость			
Curr R	<1	1–2	>2
Debt/Eq	<1	1–2	>2
Процентное покрытие долга (min 1.5)	<2	2–10	>10
Динамика долга	положительная	нестабильная	отрицательная

Таблица 2

Оценка компаний на рынке ценных бумаг по авторской балльной методике

Тикер	CSCO	LMT	ABBV	ADP	SNA	TXN	TSN	CMI	UPS	AY	AVG O
Компания	Cisco Systems, Inc.	Lockheed Martin Corporation	AbbVie Inc.	Automatic Data Processing, Inc.	Snap-on Incorporated	Texas Instruments Incorporated	Tyson Foods, Inc.	Cummins Inc.	United Parcel Service, Inc.	Atlantica Sustainable Infrastructure plc	Broadcom Inc.
Отрасль	Communication Equipment	Aerospace & Defense	Drug Manufacturers – General	Staffing & Employment Services	Tools & Accessories	Semiconductors	Farm Products	Specialty Industrial Machinery	Integrated Freight & Logistics	Utilities – Renewable	Semi-conductors
Сектор	Technology	Industrials	Healthcare	Industrials	Industrials	Technology	Consumer Defensive	Industrials	Industrials	Utilities	Technology
Дивиденды	Дивидендная доходность	3,06 %	4,67 %	2,31 %	2,79 %	2,33 %	2,70 %	2,18 %	2,52 %	3,62 %	3,08 %
	payout ratio (% выплата)	42,9 %	49,6 %	66,1 %	45,7 %	74,2 %	31,4 %	47,7 %	52,7 %	141,7 %	54,7 %
Стоймость	Темп роста (5 лет)	9,8 %	18,5 %	12,9 %	15,2 %	21,6 %	30,5 %	8,5 %	6,7 %	3,0 %	52,1 %
	рост, лет	18	7	22	11	15	9	15	11	4	9
Потенциал роста	Рейтинг (max 8)	6	6	4	5	3	6	3	3	2	6
	Р/Е	18,32	14,51	28,02	16,48	33,09	11,17	23,37	30,4	78,02	73,63
Динамика роста	PEG	1,79	2,17	2,53	1,65	3,31	2,54	6,24	3,16	1,58	9,32
	P/S	3,94	1,48	4,76	2,53	11,88	0,56	1,91	1,77	5,17	8,03
Рейтинг по-тенциала роста (max 10)	P/B	5	19,16	11,88	2,64	19,28	1,55	4,76	24,86	3,28	7,89
	P/FCF	20,7	27,4	49,7	16,3	88,8	11,6	35,1	39,1	28,6	31,6
EPS this Y	Рейтинг(max10)	6	7	3	9	2	9	5	4	5	2
	EPS this Y	-6,0 %	25,8 %	8,5 %	4,0 %	-5,6 %	5,5 %	9,5 %	-7,2 %	48,1 %	-2,1 %
EPS next 5Y	EPS next Y	6,4 %	6,8 %	12,0 %	6,8 %	6,6 %	12,1 %	22,2 %	10,2 %	36,3 %	6,6 %
	EPS past 5Y	8,6 %	16,8 %	14,5 %	11,7 %	15,3 %	14,8 %	9,9 %	9,3 %	75,3 %	5,0 %
Рейтинг по-тенциала роста (max 10)	EPS next 5Y	6,1 %	8,1 %	11,1 %	10,0 %	10,0 %	4,4 %	3,7 %	9,6 %	49,5 %	7,9 %
	Динамика роста	нет	нет	да	нет	да	нет	да	да	да	да
Рейтинг по-тенциала роста (max 10)	Рейтинг по-тенциала роста (max 10)	2	3	6	2	4	3	5	5	10	3
	Динамика роста	нет	нет	да	нет	да	нет	да	да	да	да

Маржинальность	ROA	11,3 %	13,3 %	6,1 %	5,7 %	10,0 %	27,9 %	6,2 %	7,8 %	7,5 %	0,6 %	3,4 %
	ROE	28,4 %	171,2 %	203,5 %	44,4 %	17,0 %	60,7 %	14,5 %	21,6 %	111,0 %	4,4 %	11,1 %
	ROI	20,7 %	47,7 %	21,2 %	30,8 %	16,4 %	34,1 %	9,7 %	21,6 %	23,1 %	6,6 %	7,2 %
Динамика денежных потоков	Динамика денежных потоков	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да
	Рейтинг маржинальности (max 8)	5	7	6	7	5	8	4	5	6	2	4
	Curr R	1,6	1,3	1,0	1,1	2,6	4,2	1,9	1,9	1,3	1,8	1,9
Финансовая устойчивость	Debt/Eq	0,38	2,56	5,70	0,34	0,40	0,82	0,73	0,53	4,60	4,34	1,72
	Процентное покрытие долга (min 1.5)	26,03	14,08	4,85	38,55	16,36	29,71	6,42	18,62	11,24	1,26	2,37
	Динамика долга	да	стабильная	нет	стабильная	нет	нет	нет	стабильная	нет	нет	нет
Финансовая устойчивость	Рейтинг фин. устойчивости (max 8)	7	4	2	6	6	5	3	6	3	1	1
	Общий рейтинг(max 44)	31	27	26	26	27	22	25	24	21	20	16
	Общий рейтинг в %	59 %	61 %	59 %	59 %	61 %	50 %	57 %	55 %	48 %	45 %	36 %

Проанализировав 11 компаний из разных отраслей экономики по данной методике, представляется возможным сделать вывод о том, что лишь 3 компании имели рейтинг менее 50 %. Однако стоит отметить, что при добавлении ценной бумаги в свой портфель важно не только фундаментально проанализировать компанию, но и отрасль, в которой она осуществляет свою деятельность [9]. Если речь идет о перспективных отраслях экономики, то стоит обратить внимание на следующие [10]: 1) 5G; 2) интернет вещи; 3) полупроводники; 4) искусственный интеллект; 5) нейронные сети; 6) Big Data; 7) автономные автомобили; 8) виртуальная реальность; 9) кибербезопасность; 10) робототехника; 11) биотехнологии; 12) финансовые технологии и цифровой банкинг; 13) возобновляемая энергетика; 14) онлайн ритейл и e-коммерция; 15) видеогри; 16) SaaS – software as a service; 17) Digital health – онлайн медобслуживание.

Согласно ARK Investment Management LLC вышепредставленные направления являются наиболее перспективными для инвестирования в акции на текущий момент. Политика же

данной инвестиционной компании направлена на инвестиции в развивающиеся и прорывные технологии. Подробнее рассмотрим следующие направления инвестирования: 5G, искусственный интеллект, кибер-безопасность, робототехника, биотехнологии, возобновляемая энергетика, онлайн ритейл и e-коммерция, полупроводники.

Среднегодовой темп роста направления «Облачные технологии» составляет 20–22 %.

Инвестиционное направление «Кибербезопасность» имеет среднегодовой темп роста отрасли 26,5 %, так как с каждым годом, компании увеличивают затраты на обеспечение кибербезопасности своего бизнеса.

Рынок 5G в ближайшие годы (2022–2023) будет расти на 71 %. Для производства любой электроники требуются полупроводники, рост этой отрасли будет в среднем 4 % в год. Рынок биотехнологий будет расти на 8 %, особое внимание стоит уделить технологии CRISPR – новая технология редактирования генома человека, секвенирование генома. Предполагается рост данной отрасли на 33,26 %.

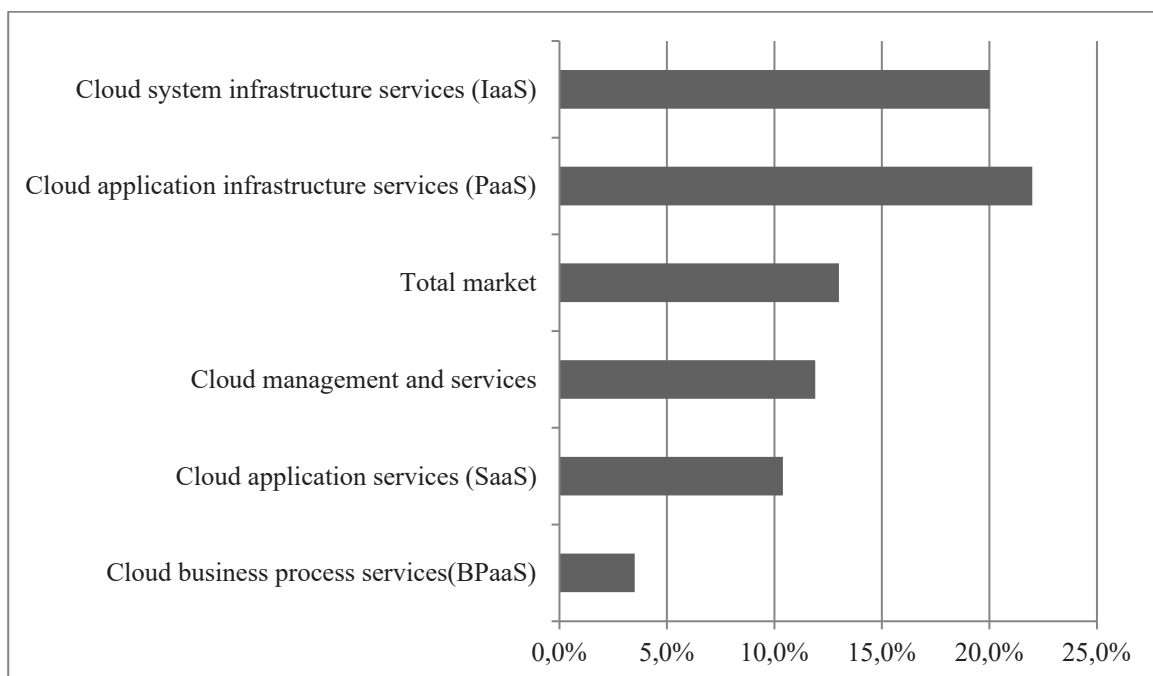


Рис. 1. Темп роста направления «Облачные технологии»

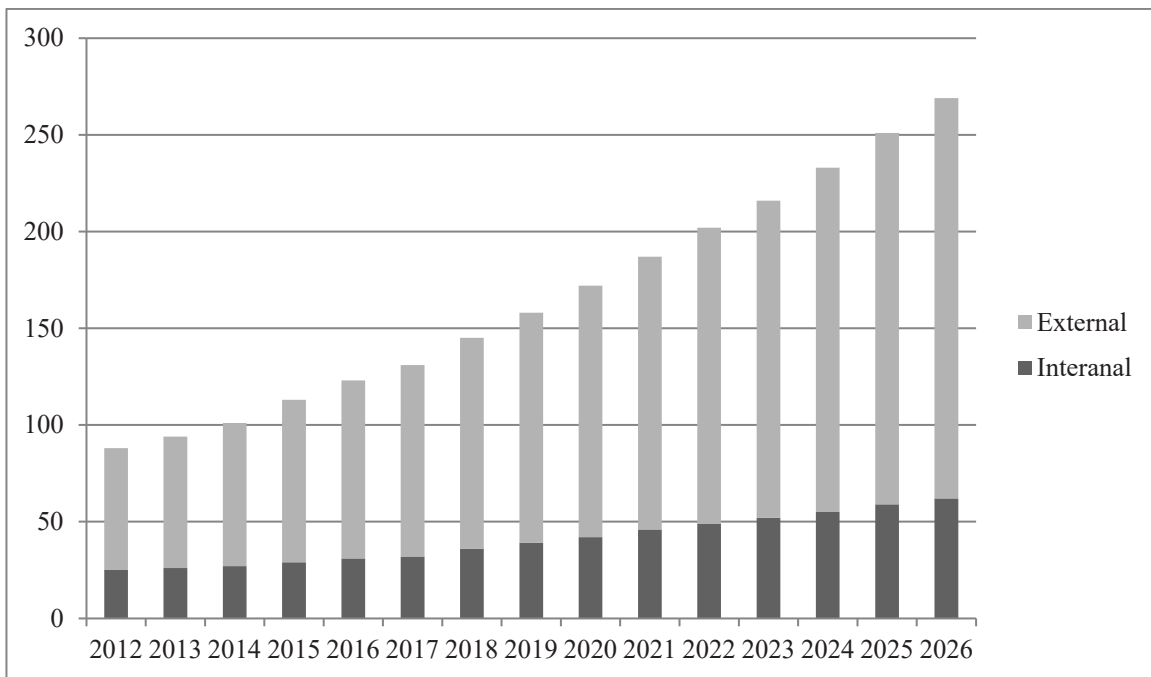


Рис. 2. Темп роста направления «Кибербезопасность»

Рынок возобновляемой энергетики будет расти значительными темпами к 2050 г., тогда как рынок угля и нефти будет постепенно снижаться. Доминировать на рынке возобновляемой энергетики будут световая и ветровая энергия, но здесь темпы отрасли будут еще

зависеть от политики государства в этой области. Например, в Америке сейчас есть определенные льготы на строительство ветряных мельниц, что является привлекательным фактором [11].

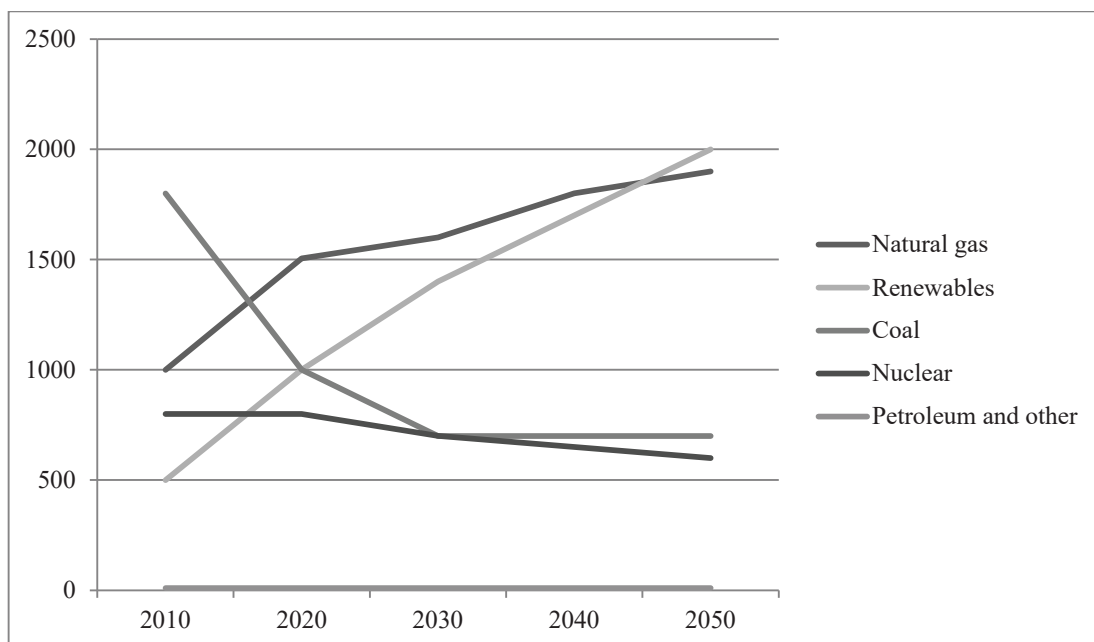


Рис. 3. Темп роста рынка возобновляемой энергетики

Актуальность направления e-коммерции можно увидеть на графике, где указана динамика роста доли электронной коммерции в общей доле продаж на американском рынке. Здесь наблюдается экспоненциальный рост.

Рынок искусственного интеллекта, технологии глубокого обучения к 2037 г. вырастет до 30 трлн долларов. Это говорит о том, что рынок будет расти на 21 % в год.

По прогнозам продажи роботов увеличатся в 4 раза к 2024 году, что говорит об ориентированном росте рынка на 25 % в год.

По оценкам WSTS, в 2020 г. мировые продажи полупроводников достигли 440,39 млрд долларов. [12]. При этом уже за первые 8 месяцев 2021 г. рынок полупроводников увеличился на 24,82 % г/г относительно января – августа 2020 г. В совокупности за 2021 г. индустрия мо-

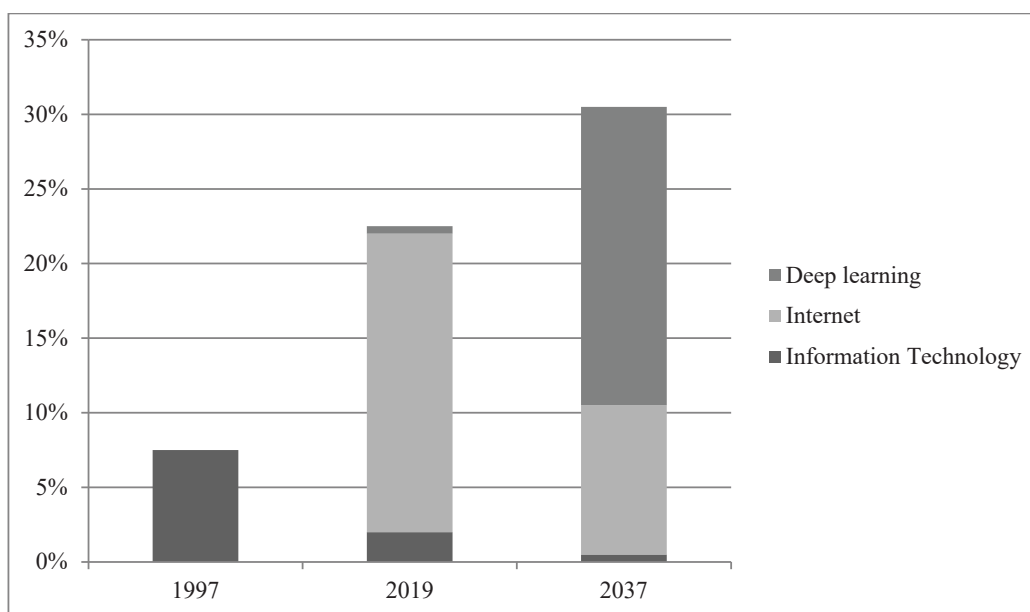


Рис. 5. Темп роста рынка искусственного интеллекта

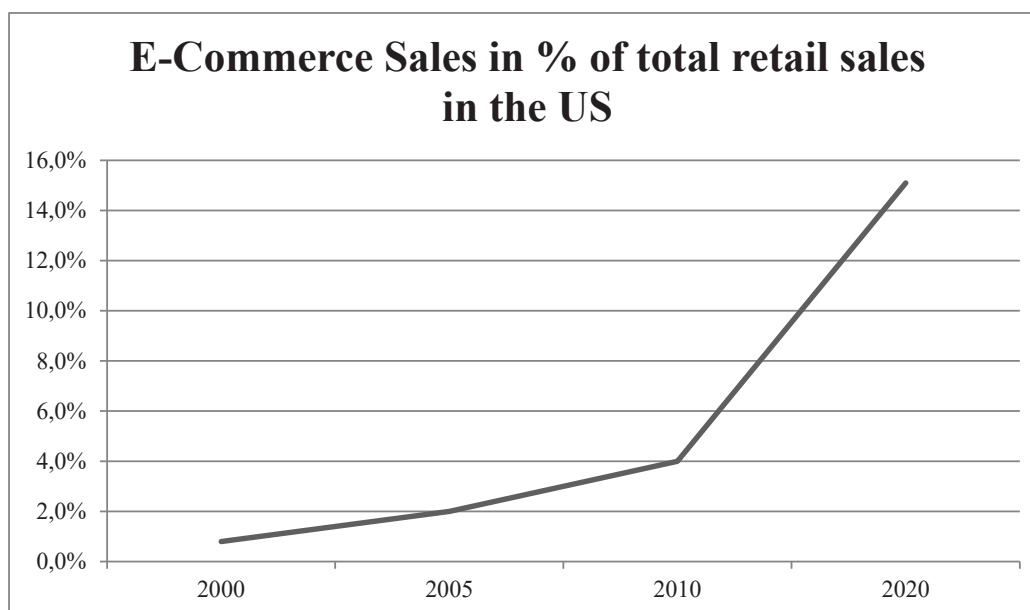


Рис. 4. Темп роста рынка e-коммерции

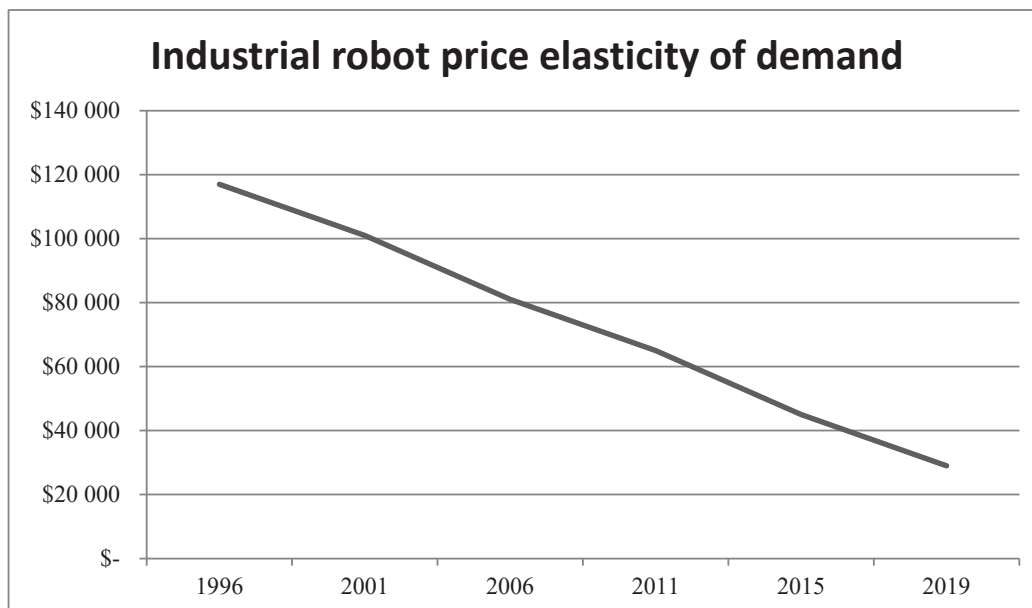


Рис. 6. Темп роста рынка робототехники

жет вырасти на 25,1 %, что эквивалентно объему продаж около 550 млрд долларов на конец года [13]. При этом, по прогнозу организации, уже в 2022 г. рынок полупроводников достигнет объема 606 млрд долларов (+10,2 % г/г относительно прогноза 550 млрд долларов в 2021 году) [14]. До 2025 г. среднегодовой темп роста может составить, по разным оценкам, от 7 % до 10 %.

Проведем объединение исследуемых компаний и развивающихся отраслей экономики. Из 11 компаний только 6 осуществляют свою деятельность в рамках исследуемых ранее направлений. Это компании: Cisco Systems, Inc., AbbVie Inc., Automatic Data Processing, Inc., Texas Instruments Incorporated, Atlantica Sustainable Infrastructure plc, Broadcom Inc.

Однако 2 компании – Atlantica Sustainable Infrastructure plc и Broadcom Inc. – не являются подходящими, так как их рейтинг по исследуемой методике менее 50 %.

Таким образом, необходимо обратить внимание на то, что при составлении инвестором своего портфеля ценных бумаг стоит отдать предпочтение фундаментальному анализу на основании балльной методики по группе показателей: дивиденды, стоимость, потенциал роста, маржинальность, финансовая устойчивость. Максимальная оценка компании при

данном анализе может быть равна 44 баллам или 100 %. Компании, у которых по итогам оценки баллов меньше, чем 22, или 50 %, лучше не включать в свой инвестиционный портфель. Кроме того, отметим важность анализа ценных бумаг неотрывно от отрасли, в которой осуществляется деятельность компании. Она должна так же иметь тенденцию к росту. На основании проведенного анализа, выделено 6 перспективных компаний из разных отраслей: Cisco Systems, Inc.; AbbVie Inc.; Automatic Data Processing, Inc.; Texas Instruments Incorporated; Atlantica Sustainable Infrastructure plc Broadcom Inc.

Литература

1. Маленкина Т.М., Казанцева А.М. Российский финансовый сектор в условиях глобальной экономической нестабильности // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. – 2020. – Вып. 18 (34). – С. 16–21.
2. Официальный сайт Банка России: <https://cbr.ru/key-indicators/> (дата обращения: 25.01.2022).
3. Xiao J.J., Chen C., Sun L. Age differences in consumer financial capability // International Journal of Consumer Studies. – 2015. – Vol. 39. – No. 4. – P. 387–395.
4. Инвестиции: учебное пособие / под ред. М.В. Чиненова, А.И. Черноусенко, В.И. Зозуля, Н.А. Хрусталева. – Москва: КноРус, 2021. – 317 с.

5. Xiao J.J., O'Neill B. Consumer financial education and financial capability // *International Journal of Consumer Studies*. – 2016. – Vol. 40. – No. 10. – P. 712–721.
6. Финансовые рынки + eПриложение: учебник / под ред. С.В. Брюховецкой, Б.Б. Рубцова. – Москва: КноРус, 2021. – 263 с.
7. Ларина О.И., Морыженкова Н.В. Финансовые рынки и их участники: учебное пособие. – Москва: КноРус, 2021. – 388 с.
8. Shaidullin R., Bulatova E., Kurmanova L. Evaluation of financial stability of Russian companies // *E3S Web of Conferences*. – 2019. – Vol. 110. – Is. 13. – Art. 02044.
9. Bagautdinova N.G., Karasik E.A., Safullin L.N., Ismagilova G.N. Problems of regulation in financial markets // *Journal of Engineering and Applied Sciences*. – 2017. – Vol. 12. – Is. 19. – P. 4908–4912.
10. Официальный сайт ARK Investment Management LLC. – URL: <https://ark-invest.com/invest-in-innovation/> (дата обращения: 19.02.2022).
11. Bulatova E., Zakhmatov D., Aliakberova L.Z. Key developments and trends in project finance market // *Academy of Strategic Management Journal*. – 2016. – Vol. 15. – Spec. Is. 1. – P. 185–190.
12. Официальный сайт World Semiconductor Trade Statistics. – URL: <https://www.wsts.org/> (дата обращения: 17.02.2022).
13. Lerner J. Venture Capitalists and the Oversight of Private Firms // *Journal of Finance*. – 1995. – No. 50. – P. 301–318.
14. Dou W.W., Ji Y. External financing and customer capital: a financial theory of markups // *Social Science Electronic Publishing*. – 2015, 4(2). – P. 21–45.

Информация об авторах

Малёнкина Татьяна Михайловна, кандидат экономических наук, доцент, Ивановский государственный университет, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: tatyana1888@gmail.com

Казанцева Анна Михайловна, студент магистратуры, Ивановский государственный университет.

E-mail: kazantsewa2000@yandex.ru

Сафиуллин Булат Ленарович, студент магистратуры, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: safbulen@gmail.com

T.M. MALENKINA,
PhD in Economics, Associate Professor
Ivanovo State University,
Kazan (Volga region) Federal University

A.M. KAZANTSEVA,
Master's degree student
Ivanovo State University

B.L. SAFIULLIN,
Master's degree student
Kazan (Volga region) Federal University

EVALUATION OF THE INVESTOR'S PORTFOLIO BASED ON THE SCORING METHODOLOGY

Abstract. In recent years, the investment sphere of Russia has been a dynamically developing structure of the country's financial market. More than a thousand brokerage accounts are opened every month and new institutional and private investors come to the market. Analysts confirm the reputation of the stock market as one of the most profitable and volatile. In such conditions, its participants have to constantly monitor trends and the current situation not only in the economy, but also in other areas. However, sometimes private investors in the securities market get lost and do not fully understand the dynamics of the stock market and its instruments, in particular, what impact this has on the profitability of their invested funds. In these conditions, the competent formation of the securities portfolio of a novice investor becomes relevant. In the presented study, the authors

systematized a number of indicators for evaluating promising companies from various industries, and also noted the importance of analyzing securities inseparably from the industry in which they carry out their activities (it should also have a tendency to grow). The scientific novelty of the results obtained lies in the compilation of the author's scoring methodology, on the basis of which it is possible to select promising companies for your investment portfolio.

Keywords: investments, securities, stock market, scoring methodology, securities portfolio.

References

1. Malenkina T.M., Kazantseva A.M. Russian financial sector in conditions of global economic instability // Multilevel social reproduction: questions of theory and practice. – 2020. – Is. 18 (34). – P. 16–21.
2. Official website of the Bank of Russia. – URL: <https://cbr.ru/key-indicators/> (date accessed: 25.01.2022).
3. Xiao J.J., Chen C., Sun L. Age differences in consumer financial capability // International Journal of Consumer Studies. – 2015. – Vol. 39. – No. 4. – P. 387–395.
4. Investments: textbook / ed. by M.V. Chinenov, A.I. Chernousenko, V.I. Zozulya, N.A. Khrustaleva. – Moscow: KnoRus, 2021. – 317 p.
5. Xiao J.J., O'Neill B. Consumer financial education and financial capability // International Journal of Consumer Studies. – 2016. – Vol. 40. – No. 10. – P. 712–721.
6. Financial markets + Application: textbook / ed. by S.V. Bryukhovetskaya, B.B. Rubtsov. – Moscow: KnoRus, 2021. – 263 p.
7. Larina O.I., Moryzhenkova N.V. Financial markets and their participants: textbook. – Moscow: KnoRus, 2021. – 388 p.
8. Shaidullin R., Bulatova E., Kurmanova L. Evaluation of financial stability of Russian companies // E3S Web of Conferences. – 2019. – Vol. 110. – Is. 13. – Art. 02044.
9. Bagautdinova N.G., Karasik E.A., Safullin L.N., Ismagilova G.N. Problems of regulation in financial markets // Journal of Engineering and Applied Sciences. – 2017. – Vol. 12. – Is. 19. – P. 4908–4912.
10. Official website of ARK Investment Management LLC. – URL: <https://ark-invest.com/invest-innovation> (date accessed: 19.02.2022).
11. Bulatova E., Zakhmatov D., Aliakberova L.Z. Key developments and trends in project finance market // Academy of Strategic Management Journal. – 2016. – Vol. 15. – Spec. Is. 1. – P. 185–190.
12. Official website of World Semiconductor Trade Statistics. – URL: <https://www.wsts.org/> (date accessed: 17.02.2022).
13. Lerner J. Venture Capitalists and the Oversight of Private Firms // Journal of Finance. – 1995. – No. 50. – P. 301–318.
14. Dou W.W., Ji Y. External financing and customer capital: a financial theory of markups // Social Science Electronic Publishing. – 2015, 4(2). – P. 21–45.

УДК 330

Г.Р. ШАГЕЕВА,
*магистрант**Казанский (Приволжский) федеральный университет***АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ БАНКА
(НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ПАО «СБЕРБАНК»)**

Аннотация. Процесс выявления факторов, влияющих на финансовые результаты банка, является необходимым, т. к. его результаты влияют на принятие стратегически важных решений компании. Стоит отметить, что вышеописанные факторы делятся на две большие группы: внешние и внутренние. К внешним факторам, относятся доходы страны и ее экономический уровень, инфляция, экономическая политика, курсы валют по всему миру, законы, кризисные явления. Основными внутренними факторами являются потенциал делового администрирования банка, финансовый потенциал, кредитный уровень банка, технический уровень банка, корпоративное управление и многое другое. Многие из перечисленных факторов могут повлиять на будущие финансовые результаты банка и его дочерних компаний, как в отдельности, так и в совокупности, и могут привести к тому, что эти результаты будут существенно отличаться от результатов, выраженных в прогнозных заявлениях. Эти факторы включают, но не ограничиваются: рыночным, экономическим, операционным риском, риском ликвидности и кредитным риском; неспособностью успешно выполнять бизнес-планы, в том числе стратегии, связанные с инвестициями в финансовые компании; конкуренцией; продолжительностью и серьезностью пандемии COVID-19 и ее влиянием на бизнес и финансовое состояние компании.

Несмотря на это, основным источником финансирования для всех коммерческих банков остаются средства физических лиц, именно поэтому так важно отследить уровень его влияния на финансовые результаты кредитного учреждения.

В данной статье произведен такой анализ на примере компании ПАО «Сбербанк», а также тезисно предложены рекомендации по улучшению финансового состояния исследуемого финансового учреждения.

Ключевые слова: банк, анализ, факторы, Сбербанк, средства физических лиц, чистая прибыль, достаточность капитала.

Важнейшим фактором, влияющим на финансовые результаты банка, являются средства физических лиц, т. к. они продолжают оставаться основным источником финансирования ПАО «Сбербанк» и составляют наибольшую долю всех обязательств банка [5].

Банковские депозиты являются активами для вкладчика, потому что депозиты представляют собой деньги, которые ему должны. Депозиты являются обязательствами перед банком, потому что они представляют собой деньги, которые банк должен вернуть [2].

Рассмотрим, как средства физических лиц влияют на ключевые результаты деятельности данной ПАО «Сбербанк» (рис. 1).

ПАО «Сбербанк» является крупной региональной финансовой организацией с большим количеством филиалов по стране. Самое крупное подразделение – в Костромской области. Основная деятельность – обслуживание физи-

ческих лиц, их кредитование, а также проведение операций с ценными бумагами. Главные источники финансирования – привлеченные от Банка России кредиты, а также вклады физических лиц.

За 2018–2020 гг. динамика чистой прибыли была изменчива. Если в 2019 г., в сравнении с 2018 г., наблюдалось увеличение, которое составило 1,56 %, а объем чистой прибыли возрос с 832 млрд руб. до 845 млрд руб., то к 2020 г. можно увидеть лишь падение рассматриваемого показателя. Так, объем чистой прибыли сократился на 10,06 % и составил 760 млрд руб. Основным фактором, повлиявшим на снижение полученного дохода, является уменьшение выданных кредитов, а соответственно, и возможно полученной прибыли от процентной ставки. Причина заключается в распространении коронавирусной инфекции, которая повлияла на платежеспособность и доходы населе-

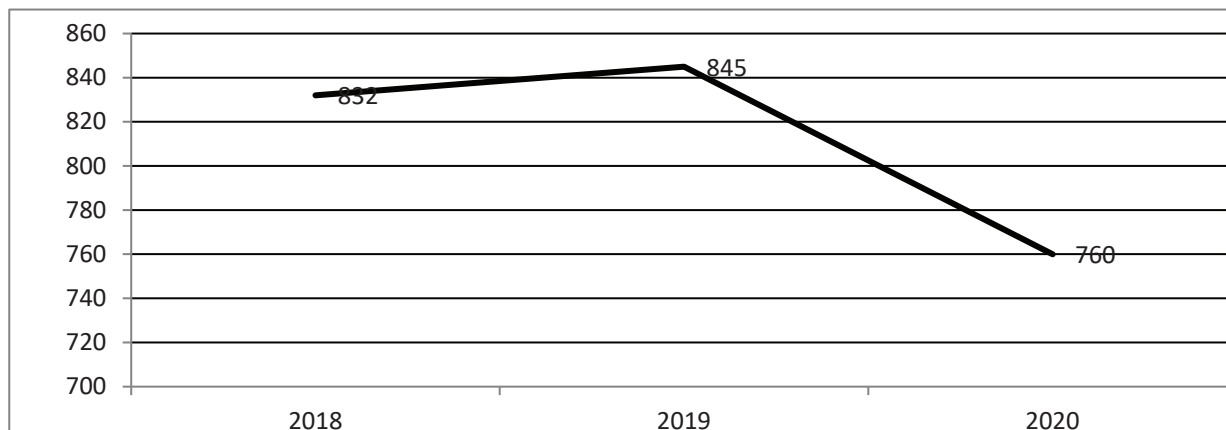


Рис. 1. Динамика чистой прибыли ПАО «Сбербанк» за 2018–2020 гг., млрд руб. [4]

ния, многие были вынуждены уйти с работы по разным обстоятельствам (болезнь, увольнение, сокращение заработной платы и пр.).

Далее, на рис. 2 проанализируем динамику такого показателя, как достаточность капитала.

Динамика показателя достаточности капитала ПАО «Сбербанк» за рассматриваемый период только росла. Так, в 2018 г. она составляла 11,8 %, в 2019 г. – 13,4 %, а в 2020 г. – 13,8 %.

Увеличение данного показателя является благоприятным фактором, т. к. отражает способность банка нивелировать последствия неуплаты денежных займов за счет собственных средств. Чем выше данный показатель, тем безопаснее считается банк [6].

Далее, в таблице 1 рассмотрим важнейшие экономические показатели банка, влияющие на его результативность.

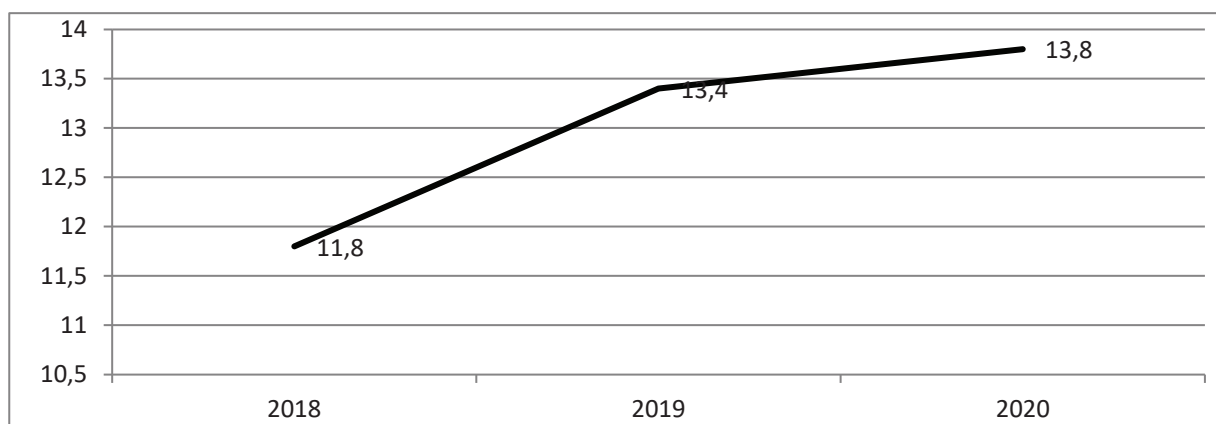


Рис. 2. Динамика достаточности капитала ПАО «Сбербанк» за 2018–2020 гг., % [4]

Таблица 1

**Основные экономические показатели деятельности ПАО «Сбербанк»
за 2018–2020 гг. [4]**

Показатель		2018	2019	2020	Откл. 2020 / 2018
Эффективность	Отношение операционных расходов к операционным доходам (CIR)	35,2	35,8 %	34,6	-0,6 %
	Рост операционных расходов	657,6 млрд руб.	724 млрд руб.	759 млрд руб.	101,4 млрд руб.
Рентабельность	Чистая процентная маржа	5,25 %	5,38 %	5,47 %	0,22 %
	Рост чистых комиссионных доходов	11%	13,6	11 %	0 %
	Выручка цифровых нефинансовых сервисов	–	26,4 млрд руб.	71,4 млрд руб.	45 млрд руб.
	Стоимость риска	100 б. п.	74 б. п.	206 б. п.	106 б. п.
	Рентабельность капитала	18 %	20,5 %	16,1 %	-1,9
Капитал	Достаточность базового капитала по Базелю 3,5 для группы	12,5 %	13,41 %	13,83 %	1,33

Отношение операционных расходов к операционным доходам (CIR) в период 2018–2020 гг. сократилось на 0,6 % и составило 34,6 %. В целом такая тенденция расценивается положительно, т. к. это характеризует экономию со стороны банка на оплату труда персонала и административные расходы.

Рост операционных расходов составил 101,4 млрд руб. в период 2018–2020 гг. Увеличение данного показателя в основном связано с повышением расходов на информационные технологии, а также в связи с запуском новой технологической платформы, которая в данный период была введена в промышленную эксплуатацию.

Чистая процентная маржа в период 2018–2020 гг. увеличилась на 0,22 %, что расценивается положительно и характеризует деятельность банка с более эффективной стороны.

Рост чистых комиссионных доходов составил 0 %, т. к. и в 2018 г. и в 2020 г. он составил 11 %.

Выручка цифровых нефинансовых сервисов в 2018 г. еще не учитывалась, поэтому показатель в этот период отсутствует. Однако, сравнивая объем данного показателя в 2019 и 2020 гг., виден рост в 45 млрд руб., что расценивается благоприятно.

Стоимость риска увеличилась на 106 б. п. в период 2018–2020 гг. Такая тенденция расце-

нивается негативно, т. к. увеличивается риск, обуславливающий необходимость доначисления резервов. В связи с этим происходит выбытие данной части капитала, который мог бы принести банку прибыль [9].

Рентабельность капитала банка снизилась на 1,9 % и составила по итогу 2020 г. 16,1 %. Такая тенденция расценивается отрицательно, т. к. снижение показателя рентабельности говорит о меньшей прибыли, полученной на 1 рубль, вложенный в капитал организации.

Достаточность базового капитала по Базелю 3,5 для ПАО «Сбербанк» в период 2018–2019 гг. повысилась на 1,33 %. Данный фактор расценивается положительно, т. к. обеспечивает безопасность финансовой системы и помогает снизить вероятность будущих финансовых кризисов [7].

Чтобы выявить взаимосвязь и влияние депозитов физических лиц на результаты деятельности ПАО «Сбербанк», проведем корреляционно-регрессионный анализ [10].

Итак, за Y выступают депозиты физических лиц, а основными факторами выберем следующие финансовые результаты деятельности:

X1 – операционные расходы;

X2 – чистая процентная маржа.

Исходные данные представлены в таблице 2.

Таблица 2

Исходные данные для корреляционно-регрессионного анализа

Год	Y (объем банковских депозитов)	X1 (операционные расходы)	X2 (чистая процентная маржа)
2010	4689,5	318,7	5,5
2011	5413,9	334,8	5,3
2012	6288,0	397,5	6,1
2013	7745,8	466,4	4,4
2014	8127,9	598,7	5,6
2015	12043,7	623,4	5,9
2016	12449,6	677,6	6,1
2017	13420,3	672,8	6,0
2018	13495,1	657,6	5,25
2019	14209,6	724	5,38
2020	16641,0	759	5,47

Составлено автором

В представленной таблице мы видим показатели по объему банковских депозитов, поступивших от физических лиц, операционные расходы банка и показатели чистой процентной маржи за 10 лет работы коммерческой организации.

В таблице 3 проведем корреляционный анализ исходных показателей.

Из данной таблицы следует, что присутствует прямая взаимосвязь между объемом банковских депозитов от физических лиц и операционными расходами, т. к. показатель 0,957520315 п. п. близок к единице, можно утверждать, что существует сильная зависимость данных показателей.

Объем банковских депозитов по отношению к чистой процентной марже также имеет положительную корреляцию, однако показатель 0,158804364 п. п. далек от единицы, поэтому можно говорить о слабой зависимости этих показателей.

Операционные расходы по отношению к чистой процентной марже также имеют положительную корреляцию, но слабую зависимость, т. к. показатель корреляции составил 0,195566897 п. п.

Далее построим многофакторную регрессионную модель, в которой зависимая переменная Y – объем банковских депозитов.

Определим коэффициенты уравнения регрессии:

Определим коэффициенты уравнения регрессии:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot X1 + \beta_2 \cdot X2.$$

В соответствии с произведенными расчетами, которые были выполнены с помощью Microsoft Excel, полученная многофакторная модель будет иметь вид:

$$Y = -2234,4 + 24,71 \cdot X1 - 243,52 \cdot X2.$$

Это уравнение показывает зависимость объема банковских депозитов (Y) от показателей операционных расходов (X1) и показателей чистой процентной маржи (X2).

Таблица 3

Корреляционный анализ

	Y (объем банковских депозитов)	X1 (операционные расходы)	X2 (чистая процентная маржа)
Y (объем банковских депозитов)	1		
X1 (операционные расходы)	0,957520315	1	
X2 (чистая процентная маржа)	0,158804364	0,195566897	1

Составлено автором

Коэффициент детерминации $R^2 = 0,917687035$ свидетельствует о том, что 91,7 % вариации показателя объема банковских депозитов объясняется факторами, вошедшими в модель.

Скорректированный на потерю степеней свободы коэффициент множественной детерминации $AR^2 = 0,897108794$.

Критерий Фишера $F = 44,595$, модель в целом статистически значима, о чем свидетельствует показатель F-критерия, расчетное значение которого превышает критическое.

Уровень значимости модели $p < 0,0000$.

Можно сделать вывод, что представленная модель адекватна, т. к. уровень значимости модели меньше 0,00001 [8].

Коэффициенты уравнения регрессии можно интерпретировать следующим образом. В нашем случае объем банковских депозитов увеличивается на 24,71 ед. при увеличении операционных расходов на 1 ед. при неизменности показателя чистой процентной маржи; объем банковских депозитов уменьшается на 243,52 ед. при уменьшении показателей чистой процентной маржи на 1 ед. при неизменности показателя операционных расходов. Случайное отклонение для коэффициента при переменной X_1 составляет 2,65; при переменной X_2 – 851,3; для свободного члена – 0,477 [1].

Таким образом, влияние объема депозитов физических лиц на результаты деятельности банка является значительным, т. к. они остаются основным источником финансирования. В 2020 г. многие ключевые показатели ПАО «Сбербанк» улучшились, однако есть и результаты, которые показали снижение. В основном развитию и росту этих показателей препятствовало распространение коронавирусной инфекции COVID-19.

В соответствии с этим, для улучшения финансовых результатов ПАО «Сбербанк» рекомендуется следующее:

- перекрестное обучение и перепрофилирование сотрудников;
- пересмотр прогнозов по спросу;

- обеспечение инфраструктуры для удаленной работы;
- вовлечение клиентов в цифровые медиа;
- поддержка клиентов в постпандемической среде [3].

Литература

1. Белокуренько Н.С., Судыко М.В. Корреляционно-регрессионный анализ // Электронный научный журнал. – 2021. – № 5(43). – С. 117–118.
2. Зернова Л.Е. Принципы формирования депозитной политики коммерческого банка // Modern Science. – 2021. – № 1-1. – С. 53–57.
3. Тохман А.Г. Анализ факторов прибыльности коммерческих банков в РФ // МНСК-2020. Менеджмент: Материалы 58-й Международной научной студенческой конференции, Новосибирск, 10–13 апреля 2020 года. – Новосибирск: Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, 2020. – С. 29–30.
4. Харченко Е.В. Влияние пандемии на банковский сектор // Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции, Пенза, 20 апреля 2021 года. – Пенза: Наука и Просвещение, 2021. – С. 153–155.
5. Центр раскрытия корпоративной информации «Интерфакс». – URL: <https://www.e-disclosure.ru> (дата обращения: 03.04.2022).
6. Boiko A., Zwolińska-Ligaj M., Bozhenko V., Florczak E., Ovcharenko V. Readiness for implementing innovations in banking in advanced and emerging economies // Journal of International Studies 14(4). – 2021. – P. 236–250.
7. Kovalenko V., Kuznetsova L., Sergeeva E., (...), Mylashko O., Tej J. Cluster approach to banking supervision with reference to bank risk profile. – 2019. – Economic Annals – XXI. – 177(5–6). – P. 82–91.
8. Okuda H., Rungsomboon S. The effects of foreign bank entry on the Thai banking market: Empirical analysis from 1990 to 2002 // Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies. – 10(1). – 2019. – P. 101–126.
9. Ghosh S., Chatterjee G. Capital structure, ownership and crisis: how different are banks? // Journal of Financial Regulation and Compliance. – 26(2). – 2018. – P. 300–330.
10. Ghosh S. Financial misconduct in Indian banks: what matters and what doesn't? // Journal of Risk Finance. – 21(2). – 2020. – P. 57–76.

Информация об авторах

Шагеева Гульнара Рафаиловна, магистрант, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
E-mail: shagulnaraaa@gmail.com

G.R. SHAGEEVA,

Master student

Kazan (Volga Region) Federal University

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE FINANCIAL RESULTS OF THE BANK (ON THE EXAMPLE OF SBERBANK)

Abstract. The process of identifying factors affecting the financial results of the bank is necessary, because its results affect the adoption of strategically important decisions of the company. It is worth noting that the above factors are divided into two large groups: external and internal. External factors include the country's income and its economic level, inflation, economic policy, exchange rates around the world, laws, crisis phenomena. The main internal factors are the bank business administration potential, financial potential, the bank credit level, the bank technical level, corporate governance and much more. Many of these factors may affect the future financial results of the bank and its subsidiaries, both individually and collectively, and may cause these results to differ materially from the results expressed in the forward-looking statements. These factors include, but are not limited to market, economic, operational risk, liquidity risk and credit risk; inability to successfully execute business plans, including strategies related to investments in financial companies; competition; duration and severity of the COVID-19 pandemic and its impact on the company's business and financial condition.

Despite this, the main source of financing for all commercial banks remains the funds of individuals, which is why it is so important to track the level of its impact on the financial results of a credit institution.

This article makes such an analysis on the example of Sberbank PJSC, and also offers recommendations for improving the financial condition of the financial institution under study.

Keywords: bank, analysis, factors, Sberbank, funds of individuals, net profit, capital adequacy.

References

1. *Belokurenko N.S., Sudyko M.V.* Correlation and regression analysis // Electronic scientific journal. – 2021. – No. 5(43). – P. 117–118.
2. *Zernov L.E.* Principles of formation of the Deposit policy of commercial banks // Modern Science. – 2021. – No. 1-1. – P. 53–57.
3. *Tokhman A.G.* Analysis of profitability factors of commercial banks in the Russian Federation // MINSK-2020. Management: Materials of the 58th International Scientific Student Conference, Novosibirsk, April 10–13, 2020. – Novosibirsk: Novosibirsk National Research State University, 2020. – P. 29–30.
4. *Kharchenko E.V.* Effect of the pandemic on the banking sector // Modern scientific research: current issues, achievements and innovations: collection of papers of the 18th International scientific and practical conference, Penza, April 20, 2021. – Penza: Science and Education, 2021. – P. 153–155.
5. The Center for disclosure of corporate information “Interfax”. – URL: <https://www.e-disclosure.ru>.
6. *Boiko A., Zwolińska-Ligaj M., Bozhenko V., Florczak E., Ovcharenko V.* Readiness for implementing innovations in banking in advanced and emerging economies // Journal of International Studies 14(4). – 2021. – P. 236–250.
7. *Kovalenko V., Kuznetsova L., Sergeeva E., (...), Mylashko O., Tej J.* Cluster approach to banking supervision with reference to bank risk profile. – 2019. – Economic Annals – XXI. – 177(5–6). – P. 82–91.
8. *Okuda H., Rungsomboon S.* The effects of foreign bank entry on the Thai banking market: Empirical analysis from 1990 to 2002 // Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies. – 10(1). – 2019. – P. 101–126.
9. *Ghosh S., Chatterjee G.* Capital structure, ownership and crisis: how different are banks? // Journal of Financial Regulation and Compliance. – 26(2). – 2018. – P. 300–330.
10. *Ghosh S.* Financial misconduct in Indian banks: what matters and what doesn't? // Journal of Risk Finance. – 21(2). – 2020. – P. 57–76.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 336

А.А. АХМАДУЛЛИНА,

аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ФИНАНСОВЫЕ И НЕФИНАНСОВЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БАНКОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. Формирование конкурентоспособной среды в банковском секторе является одной из наиболее важных стратегических задач социального и экономического развития России и ее регионов: конкурентоспособный банковский сектор – это основа для финансового развития и эффективного управления во многих сферах экономики. Нельзя не отметить значительные темпы роста глобальной интеграции, в том числе за счет интенсивного внедрения информационных технологий в банковский сектор: стремительный рост потребностей потенциальных клиентов становится движущей силой в получении обратной реакции от банков путем их «гибкого» реагирования на изменение внешних условий и обеспечения себя конкурентными преимуществами. Достичь желаемого уровня конкурентоспособности в условиях цифровизации можно с помощью факторов, доминирующей составляющей которых является интеллектуальный капитал, благодаря которому можно внедрять определенные финансовые технологии, ноу-хау и прочие инновации. В условиях высокой конкуренции на рынке банковских услуг, банки субъектов РФ должны демонстрировать отсутствие «формального» подхода в предоставлении банковских продуктов. Такая вынужденная адаптация к условиям современной экономики – это своего рода знак, сигнализирующий о необходимости внутренних преобразований банков субъектов РФ, которые должны быть направлены на удовлетворение экономических и социальных нужд субъектов. Иными словами, наращивание конкурентных преимуществ банков субъектов РФ можно осуществлять путем проработки основных аспектов их деятельности, направленных на клиентоориентированность.

Ключевые слова: конкурентоспособность банков субъектов РФ, интеллектуальный капитал, достаточность капитала, деловая репутация, ликвидность, рентабельность, платежеспособность, стейкхолдеры, финансовые факторы, нефинансовые факторы.

Как известно, конкурентоспособность банков субъектов РФ определяется факторами, оказывающими непосредственное влияние на нее, от которых она полностью зависит. Факторы, имеющие возможность оказывать влияние, делятся на внутренние и внешние, в то время как зависящие факторы состоят из количественных и качественных [1, с. 15]. Как показывает анализ и ряд экспертных методических подходов к оценке конкурентоспособно-

сти коммерческих банков, конкурентоспособность банков субъектов РФ можно исследовать с точки зрения финансовых и нефинансовых факторов, которые определяют устойчивое положение банков в субъекте РФ. Таким образом, автором рассмотрена конкурентоспособность банков субъектов РФ на основе финансовых и нефинансовых факторов, проиллюстрированных на рис. 1.



Рис. 1. Факторы конкурентоспособности банков субъектов РФ

Источник: составлено автором

Более подробно рассмотрим каждый из представленных факторов.

Достаточность капитала – это показатель, который определяет устойчивость коммерческих банков и возможность полноценно функционировать с учетом возникновения рисков. Если банк испытывает недостаток капитала, то оказывается крайне неустойчивым к макроэкономическим условиям. И при незначительном ухудшении финансового состояния повышается риск банкротства. А в случае, когда капитал находится в избыточном состоянии, коммерческие банки оказываются неконкурентоспособными.

Ликвидность демонстрирует способность коммерческих банков своевременно и полно выполнить свои денежные и иные обязательства, исходящих из сделок с использованием финансовых инструментов.

Рентабельность представляет собой показатель, который отражает эффективность использования денежных средств и других ресурсов. Данный показатель позволяет коммерческим банкам расширить свою деятельность, увеличить объем услуг, создать резервы.

Показатель платежеспособности направлен на демонстрацию возможности коммерческими банками полностью в должные сроки отвечать по своим обязательствам. Данный показатель указывает на отсутствие у банка просроченных долгов как в настоящем времени, так и в перспективе.

Финансовые риски – это риски, связанные с возможными потерями для коммерческого банка при наступлении каких-либо определенных событий. К финансовым рискам относятся процентный, валютный, кредитный риски и риск ликвидности.

Деловая репутация банка определяется на основе взаимодействия с собственниками, персоналом, клиентами, представителями органов государственной власти и другими участниками экономических отношений. Данное понятие всегда связано с социальным значением.

Корпоративная культура определяется корпоративными ценностями, поведенческой нормой, разделяемой сотрудниками предприятий. Корпоративная культура может формироваться не только за счет имиджа банка, но также являться эффективным инструментом страте-

гического развития финансового бизнеса. Поэтому необходимо постоянно развивать корпоративную культуру коммерческого банка.

Стейкхолдер – это физическое либо юридическое лицо, заинтересованное в проекте и имеющее возможность повлиять на успешное решение кредитной организации.

Нефинансовые риски не представляют собой проведение каких-либо операций или предоставление банковских услуг. К нефинансовым рискам относятся правовой, репутационный, стратегический и технологический риски.

Интеллектуальный капитал представляет собой знания, информацию, опыт, организационные возможности, мотивацию персонала, каналы и технологию коммуникаций, что способно создавать добавленную стоимость и обеспечивать конкурентные преимущества коммерческой организации на рынке. При этом

интеллектуальный капитал состоит из трех основных элементов: человеческого капитала (знания, навыки, творческие способности), организационного капитала (техническое и программное обеспечение, патенты, культура организации) и потребительского капитала (связь с клиентами, информация о клиентах).

Предлагаем рассмотреть данное понятие более подробно. В экономической теории широко используется термин «интеллектуальный капитал», даже несмотря на то, что в практике нет единого определения. В зарубежной литературе можно встретить обширную вариативность его трактовок, позволяющих изучить данное понятие с точки зрения сущностного аспекта. Рассмотрим более подробно подходы к понятию определения «интеллектуальный капитал» (табл. 1).

Таблица 1

Подходы к понятию «интеллектуальный капитал»

Авторы	Элементы	Обоснование
Алберта С. и Бредли К.	Процесс	По мнению авторов, под интеллектуальным капиталом понимается возможность дать конкурентные преимущества физическим и юридическим лицам за счет процесса превращения знаний и активов в полезные ресурсы [2, с. 197]
Багов В.В., Селезнев Е.Н. и Ступаков В.С.	Творческие возможности	Авторы считают, что интеллектуальный капитал выступает для создания и реализации интеллектуального продукта творческой способностью [2, с. 198]
Брукинг Э.	Нематериальные активы	По мнению автора, совокупность нематериальных активов, которые могут быть использованы для создания стоимости и без которых организация не может существовать и развивать конкурентные преимущества, является интеллектуальным капиталом [3, с. 16]
Мануйленко В.В.	Звено	Интеллектуальный капитал выступает как ключевое звено при создании новых внутренних и внешних условий, в которых функционирует коммерческая организация [4, с. 34]
Голубкин В.Н.	Нематериальные активы	Интеллектуальный капитал представляет собой нематериальный актив, который не указывается в финансовых документах, но может быть проанализирован и может применяться в управлении организацией [5, с. 20]
Иноземцев В.Л.	«Коллективный мозг»	По мнению автора, интеллектуальный капитал определяется за счет знаний, интеллектуальной собственности, опыта, имиджа и СМИ [6, с. 309]
Козырев А.Н. и Макаров В.Л.	Нематериальные активы	Авторы считают, что интеллектуальный капитал не закреплен на законодательном уровне и шире понятий, чем нематериальные активы и интеллектуальная собственность [7, с. 576]
Леонтьев Б.Б.	Стоимость	Под интеллектуальным капиталом также понимаются накопленные базы знаний и полезные отношения с другими субъектами [8, с. 11]
Мельник Л.	Умственные способности	По мнению автора, интеллектуальный капитал представляет собой использованные в процессе интеллектуальной работы умственные способности людей [8, с. 11]

Продолжение табл. 1

Просвирина И.И.	Активы	По мнению автора, интеллектуальный капитал представляет собой актив, куда входит совокупность знаний сотрудников, а также результат осуществления этих знаний в других нематериальных активах [9, с. 101]
Руус Й., Пайк С. и Фернстрем Л.	Инструментарий	Авторы подразумевают под интеллектуальным капиталом инструментарий, определяющий его творческие возможности для создания инновационной продукции [9, с. 101]
Стюарт Т.	Интеллектуальный материал	В создании ценностей интеллектуального капитала участвуют знания, опыт, информация и интеллектуальная собственность [9, с. 101]
Титков В.	Знания	Интеллектуальный капитал выступает в виде знаний, имеющих потенциальную ценность, т. е. это идеи, а также люди-специалисты, которые их создают [10, с. 102].
Эдвинссон Л.	Человеческий капитал и структурный капитал	По мнению автора, интеллектуальный капитал – это способность трансформировать знания и нематериальные активы в факторы (ресурсы), которые создают богатство за счет особого эффекта от «умножения» человеческого капитала на структурный капитал [10, с. 102]

Источник: составлено автором

Таким образом, все авторы вышерассмотренных подходов к определению содержания интеллектуального капитала приходят к единому мнению: интеллектуальный капитал представляет собой знания, которыми владеют все сотрудники и, соответственно, организации. При этом отсутствие единства в формулировке данного понятия приводит к различным трактовкам его основных составляющих. Отсюда следует, что ключевым источником конкурентоспособности, эффективности и результативности банков региона будет являться интеллектуальный капитал, который, в свою очередь, включает в себя знания, опыт и информацию.

Важно отметить, что среди представленных факторов в условиях цифровой экономики и перехода к новому инновационному строению значительно повышается роль такого нефинансового фактора, как «интеллектуальный капитал». Главенствующая роль отводится именно способности создавать и использовать интеллектуальный капитал, поскольку основой инновационной экономики являются высокотехнологичные и роботизированные производства. Доля интеллектуального капитала в общей стоимости работающих в сфере высоких технологий постоянно возрастает. Для многих международных компаний уже с начала 2000-

х гг. их рыночная стоимость может превышать балансовую оценку активов в сотни, а иногда и тысячи раз [11].

В современной отечественной практике к интеллектуальным активам относятся как к наиболее важному и перспективному капиталу, который встречается пока еще только у достаточно крупных компаний сектора ИТ. Коммуникационные технологии и проекты диверсифицируют свою деятельность и нацеливаются на цифровые технологии, которые имеют поддержку со стороны крупных финансовых компаний, а также от государства. Стоит отметить, что в настоящее время компании и организации среднего и малого бизнеса в качестве основного приоритета стратегического развития редко рассматривают создание и управление интеллектуальным капиталом. С одной стороны, требуют кардинальной перестройки структуры активов и механизмы управления, а с другой, это связано с необходимостью значительных инвестиций в научные исследования и разработки. В соответствии с интенсивно развивающейся экономикой инноваций изменяется мышление менеджеров и руководителей.

Существуют концептуальные подходы, ориентированные на создание целостной

и прозрачной системы управления интеллектуальным капиталом. Интеллектуальное обеспечение должно стать основным средством совершенствования и увеличения интеллектуального капитала и бизнес-процессов. Для управления интеллектуальным капиталом современная экономика постоянно генерирует новые знания и интеллектуальные активы во всех аспектах деятельности компаний, таких как маркетинг, финансы, управление персоналом и др., чтобы способствовать повышению их конкурентоспособности в условиях экономики, а также в полной мере эффективно использовать преимущества своих основных компетенций.

В современной экономике показатель «интеллектуальный капитал» помогает банкам субъектов РФ стать главным «потенциалом стоимости» банка и извлекать экономические выгоды из составляющих его компонентов. При этом необходимо отметить, что основным генератором интеллектуального капитала выступает человеческий капитал. В современных организациях управленцы все больше ориентируются на использование нравственных устоев работников и их умственных способностей. В совокупности за счет мыслительной деятельности работников они формируют интеллектуальный капитал организации в виде технических, информационных, организационных и общественных достижений последней [14]. Следовательно, в конкурентной среде банки субъектов РФ должны чаще обращать свое внимание на эффективное управление интеллектуальным капиталом.

Таким образом, мы акцентируем внимание на доминирующей составляющей – интеллектуальном капитале, основополагающим элементом которого служит человеческий ресурс, доказывая его необходимость в обеспечении потенциала инновационного развития, устойчивости и надежности банков субъектов РФ, достигающихся с помощью усилий, приложенных персоналом банка путем внедрения определенных финансовых технологий, ноу-хау, разработки комплекса маркетинга и прочих инноваций.

Литература

1. Курманова Л.Р., Зарипова А.А., Нургалиева А.Р. Особенности управления конкурентоспособностью коммерческого банка // Научный диалог: экономика и менеджмент. Сборник научных трудов по материалам XXVI международной научной конференции. – 2019. – С. 15–17.
2. Ахмадуллина А.А., Галауединова А.А. Мотивация сотрудников кредитной организации на основе системы КРІ // Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам. Сборник научных статей. – 2017. – С. 197–200.
3. Ахмадуллина А.А., Дарякин А.А. Ключевые показатели эффективности деятельности российских банков // Высшая школа. – № 18. – Уфа: Инфинити, 2016. – С. 16–19.
4. Мануйленко В.В., Мищенко А.А. Оценка интеллектуального капитала – стратегического фактора развития инноваций коммерческих организаций // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. – 2017. – № 1 (181). – С. 34–43.
5. Ахмадуллина А.А., Дарякин А.А. Пути повышения показателей эффективности российских кредитных организаций // Высшая школа. – № 18. – Уфа: Инфинити, 2016. – С. 20–22.
6. Аюпов А.А., Ахмадуллина А.А., Абдуллаева А.С. Разработка алгоритма управления КРІ человеческого капитала в деятельности региональных коммерческих банков // Журнал прикладных исследований. – 2021. – Т. 4. – № 6. – С. 309–316.
7. Аюпов А.А., Ахмадуллина А.А., Валиахметов И.Р. Система управления КРІ человеческого капитала в деятельности региональных коммерческих банков в цифровой экономике // Индустриальная экономика. – 2021. – Т. 6. – № 5. – С. 576–582.
8. Бехтина О.Е. Система ключевых показателей эффективности (КРІ) как метод антикризисного управления // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2017. – № 4. – С. 10–16.
9. Блинов С.С. Интеллектуальный капитал: его идентификация и роль в экономике знаний // Корпоративные финансы. – 2016. – № 4. – С. 100–112.
10. Новосельцев О.В. Интеллектуальная собственность в имуществе предприятия: документальное оформление, оценка, учет. – М.: Патент, 2006. – 70 с.
11. Ajupov A.A., Ahmadullina A.A., Belyaev R.M. Assessment of the Level of Development of Digital Technologies in the Banking Sector // HELIX. – 2019. – Vol. 9. – Is. 4. – P. 5248–5251.

12. Daryakin A., Ajupov A., Ahmadullina A., Potapova E. Modeling and forecasting development trends for crowd-funding services in Russia // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – 2019. – Vol. 497. – Is. 1.

13. Daryakin A., Ahmadullina A., Zagidullina Z., Khasanova A. Trajectories of transformation of international financial architecture in the conditions of a new normality // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – 2019. – Vol. 497. – Is. 1.

14. Daryakin A.A., Ahmadullina A.A. Economic and mathematical modeling and forecasting of key performance indicators of Pjsc `Sberbank` // Astra Salvensis. – 2017. – Vol. V. – Is. 10. – P. 387–398.

15. Zakirova D.F., Zakirova E.F., Nailevich S.L., Ahmadullina A.A. Formation of method for assessing the impact of economic sanctions on the stability of the Russian banking system // International Journal on Emerging Technologies. – 2019. – Vol. 10. – Is. 2. – P. 129–132.

Информация об авторе

Ахмадуллина Алия Альбертовна, аспирант, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
E-mail: aliya-ahmadullina@mail.ru

A.A. AKHMADULLINA,
Postgraduate
Kazan (Volga region) Federal University

FINANCIAL AND NON-FINANCIAL FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVENESS OF BANKS IN THE CONSTITUENT ENTITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. The formation of a competitive environment in the banking sector is one of the most important strategic objectives of the social and economic development of Russia and its regions: a competitive banking sector is the basis for financial development and effective management in many areas of the economy. It is impossible not to note the significant growth rates of global integration, including due to the intensive introduction and development of information technologies in the banking sector: the rapid growth of the needs of potential customers becomes the driving force in receiving feedback from banks, by their “flexible” response to changing external conditions and providing themselves with competitive advantages. It is possible to achieve the desired level of competitiveness in the conditions of digitalization by using factors where the dominant component is intellectual capital, thanks to which it is possible to introduce certain financial technologies, know-how and other innovations. In conditions of high competition in the banking services market, the banks of the constituent entities of the Russian Federation should demonstrate the absence of “formal” approach in providing banking products. Such forced adaptation to the conditions of the modern economy is a kind of sign signaling the need for internal transformations of the banks of the subjects of the Russian Federation, which should be aimed at meeting the economic and social needs of the subjects. In other words, it is possible to increase the competitive advantages of the banks of the constituent entities of the Russian Federation by working out the main aspects of their activities aimed at customer orientation.

Keywords: competitiveness of banks of the subjects of the Russian Federation, intellectual capital, capital adequacy, business reputation, liquidity, profitability, solvency, stakeholders, financial factors, non-financial factors.

References

1. Kurmanova L.R., Zaripova A.A., Nurgaleeva A.R. Features of commercial bank competitiveness management // In the collection: Scientific Dialogue: Economics and Management. Collection of scientific papers based on the materials of the 26th International Scientific Conference. – 2019. – P. 15–17.

2. Akhmadullina A.A., Galauetdinova A.A. Motivation of employees of a credit institution based on the KPI system // In the collection: International Youth Symposium on Management, Economics and Finance: Collection of scientific articles. – 2017. – P. 197–200.

3. *Akhmadullina A.A., Daryakin A.A.* Key performance indicators of Russian banks // Higher School. – UFA: Publishing House “Infiniti”, 2016. – No. 18. – P. 16–19.

4. *Manuylenko V.V., Mishchenko A.A.* Evaluation of intellectual capital – a strategic factor in the development of innovations of commercial organizations // Accounting in publishing and printing. – 2017. – No. 1 (181). – P. 34–43.

5. *Akhmadullina A.A., Daryakin A.A.* Ways to improve the performance indicators of Russian credit institutions // Higher School. – UFA: Infiniti Publishing House, 2016. – No. 18. – P. 20–22.

6. *Ayupov A.A., Akhmadullina A.A., Abdullayeva A.S.* Development of an algorithm for managing the KPI of human capital in the activities of regional commercial banks // Journal of Applied Research. – 2021. – Vol. 4. – No. 6. – P. 309–316.

7. *Ayupov A.A., Akhmadullina A.A., Valiakhmetov I.R.* Human capital KPI management system in the activities of regional commercial banks in the digital economy // Industrial economy. – 2021. – Vol. 6. – No. 5. – P. 576–582.

8. *Bekhtina O.E.* System of key performance indicators (KPI) as a method of crisis management // Bulletin of the V.N. Tatishchev Volga State University. – 2017. – No. 4. – P. 10–16.

9. *Blinov S.S.* Intellectual capital: its identification and role in the knowledge economy // Corporate Finance. – 2016. – No. 4. – P. 100–112.

10. *Novoseltsev O.V.* Intellectual property in the property of the enterprise: documentation, evaluation, accounting. – M.: Patent, 2006. – 70 p.

11. *Ajupov A.A., Ahmadullina A.A., Belyaev R.M.* Assessment of the Level of Development of Digital Technologies in the Banking Sector // HELIX. – 2019. – Vol. 9. – Is. 4. – P. 5248–5251.

12. *Daryakin A., Ajupov A., Ahmadullina A., Potapova E.* Modeling and forecasting development trends for crowd-funding services in Russia // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – 2019. – Vol. 497. – Is. 1.

13. *Daryakin A., Ahmadullina A., Zagidullina Z., Khasanova A.* Trajectories of transformation of international financial architecture in the conditions of a new normality // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – 2019. – Vol. 497. – Is. 1.

14. *Daryakin A.A., Ahmadullina A.A.* Economic and mathematical modeling and forecasting of key performance indicators of Pjsc “Sberbank” // Astra Salvensis. – 2017. – Vol. V. – Is. 10. – P. 387–398.

15. *Zakirova D.F., Zakirova E.F., Nailevich S.L., Ahmadullina A.A.* Formation of method for assessing the impact of economic sanctions on the stability of the Russian banking system // International Journal on Emerging Technologies. – 2019. – Vol. 10. – Is. 2. – P. 129–132.

УДК 332.14

С.И. ГРУДИНА,
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Е.Н. КУЛИК,
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

ТРУД И КАПИТАЛ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

Аннотация. В современных научных исследованиях все большее внимание уделяется трансформационным процессам базовых экономических категорий «труд» и «капитал» в призме балансировки материальной и нематериальной составляющих. Исследование посвящено анализу изменений развития рынка нематериальных ресурсов, способных выступить драйверами социально-экономического развития. Рынок нематериальных ресурсов – понятие, введенное в экономический оборот относительно недавно, но привлекшее значительное внимание исследователей. Целью статьи является симультанное рассмотрение трендов развития категорий «труд» и «капитал» с акцентом на нефинансовые активы, их определяющие. Авторами использованы математические, статистические методы исследования, методы моделирования и прогнозирования социально-экономических явлений, анализируется тенденция роста доли неформальной занятости на рынке труда, динамика инвестиций в нефинансовые активы. В соответствии с целью исследования предложены алгоритм и логика исследования, адекватные требованиям анализа рынков нематериальных ресурсов. Особое внимание уделяется показателям социально-экономического развития регионов Российской Федерации, формируются выводы, соответствующие цели исследования, выявляются показательные регионы: Республика Татарстан, Нижегородская область, Пермский край. В статье приводится авторская идентификация показателей оценки нематериальных ресурсов, что определяет научную и практическую значимость проведенного исследования.

Ключевые слова: труд, капитал, нефинансовые активы, нематериальный капитал, рынок труда, регион, социально-экономическое развитие, социально-экономическая система.

Проанализируем особенности развития рынка труда и капитала в современных условиях турбулентности, когда хозяйствующие субъекты вынуждены симультанно адаптироваться под изменяющиеся условия внешней среды и нарастающие риски энтропии социально-экономических систем [1].

Уточним, что труд и капитал как экономические категории рассматриваются авторами в качестве ресурсов, выступающих драйверами нематериального производства, но способных быть конвертированными в материальный капитал [2].

В анализируемый период 2000–2020 гг. наблюдается значительный рост доли неформального сектора в общей занятости. Примечательна волатильность исследуемого показателя относительно роста валового внутреннего продукта.

Рис. 1 аккумулятивно отражает колебания и рост доли неформального сектора в общей занятости в Российской Федерации. Выявленная тенденция роста неформального сектора справедливо может быть отмечена в регионах и федеральных округах с развитым нематериальным капиталом, отраженным в форме нефинансовых активов в статистических показателях.

В период с 2017 по 2020 г. наблюдается рост спроса на интеллектуальный труд, сопряженный с инновационной, научно-исследовательской деятельностью [4]. Регионы неоднородны по развитию инфраструктурных возможностей воспроизводства нематериального капитала, в связи с чем основные выводы и заключения в исследовании выполнены на основании научной экстраполяции наиболее проявленных трендов в периоды обострения развития «но-

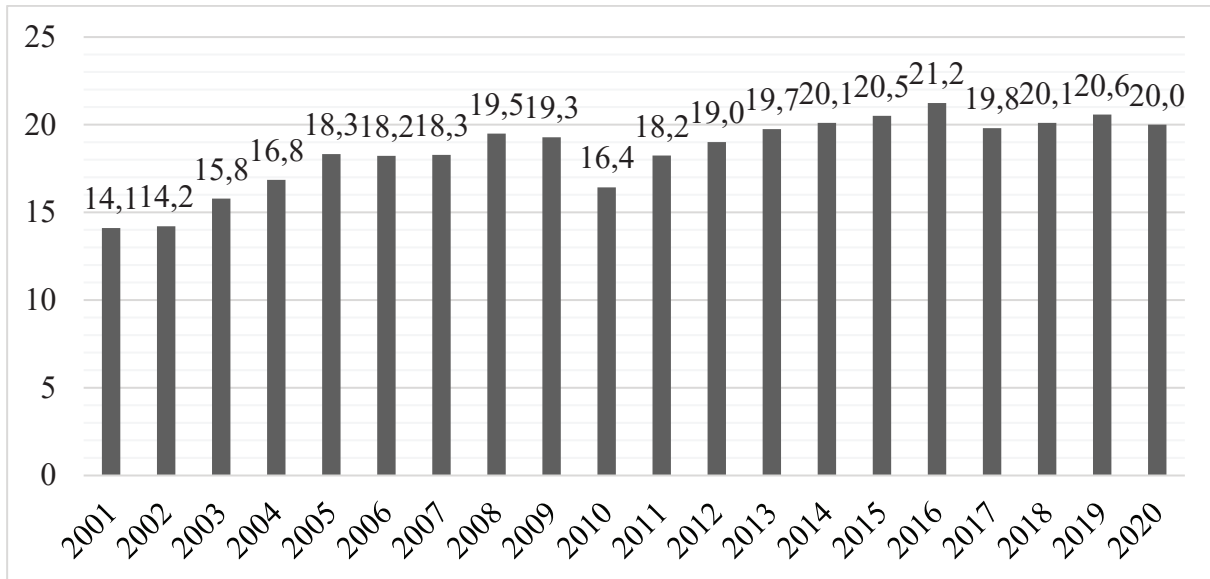


Рис. 1. Доля неформального сектора в общей занятости [3]

вых форм занятости», провоцируемой спросом на интеллектуальные продукты, ресурсы, капитализации [5]. Спрос в обозначенные области исследования провоцирует активность финансовых потоков, увеличивая суммарно инвестиции в нефинансовые активы (рис. 2).

Динамика роста нефинансовых активов в 2017–2021 гг. коррелирует с развитием новых форм занятости и формированием качественных форм труда и его конвертационной капитализации.

Особый рост, что усилено условиями пандемии коронавируса Ковид-19, приобретает дистанционный труд. Особенностью дистанционного труда является сложность в его нормировании и контроле на всех стадиях производственного процесса [11]. Работодатель вынужден ориентироваться на результат труда. Работник включен в конкурентные отношения не только по территориальному признаку, но и по пространственному благодаря возможностям

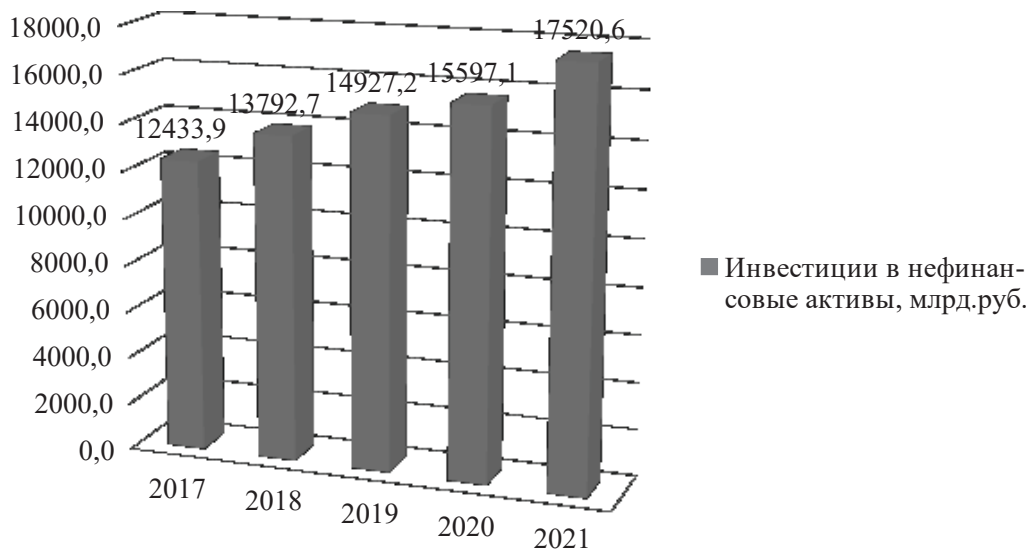


Рис. 2. Инвестиции в нефинансовые активы, 2017–2021 гг. [6]

стям развития сети Интернет и технической оснащенности рабочих мест [7].

Идентификацию показателей оценки нематериальных ресурсов региона, провоцирующую капитализацию знаний и технологий как ключевых факторов региональных конкурентных преимуществ, созданных новыми качественными характеристиками труда, авторами предложено выполнить по следующим критериям: «инновационность труда», «информационность и коммуникационность труда», «научность труда». Наряду с выделенными критериями в исследовании применяется индекс человеческого капитала в качестве индикатора развития нематериальных ресурсов в социально-экономической системе региона [8]. Рис. 3 иллюстрирует данные, полученные в результате агрегирования исследуемых показателей социально-экономического развития регионов.

Рис. 3 отражает лидирующую позицию Республики Татарстан в области создания инфраструктурных, социально-экономических условий для воспроизводства нематериального капитала территории, создания благоприятных условий формирования новых, адаптив-

ных к турбулентным условиям форм труда, занятости, капитализации нематериальных ресурсов [10].

На основании анализа статистических данных 2001–2020 гг. можно сделать вывод о существенной качественной трансформации осуществления трудовой деятельности в Российской Федерации, о чем свидетельствует также развитие «самозанятых», как перспективном направлении капитализации уникальных знаний и навыков с минимальными инфраструктурными издержками.

Таким образом, можно сделать вывод об актуальности всестороннего научного рассмотрения проблемы развития неформальной занятости как следствия трансформации форм капитализации факторов «труд» и «капитал» с учетом региональных особенностей, выявление которых может послужить формированию эффективной стратегии развития социально-экономических систем на примере наиболее показательных регионов, в настоящем исследовании к таким регионам можно отнести Республику Татарстан, а также Нижегородскую область и Пермский край.

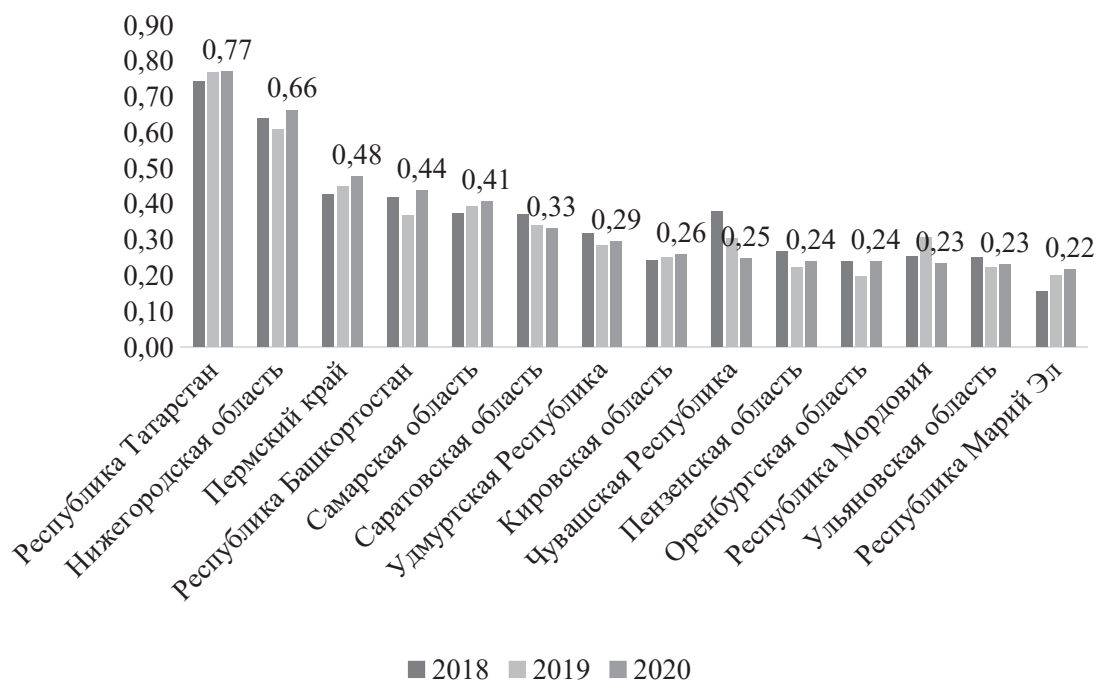


Рис. 3. Агрегированный индекс развития нефинансовых ресурсов региона [9]

Литература

1. Фахрутдинова Е.В., Грудина С.И., Иванов С.Е. Признаки развития региональных социально-экономических систем // Экономические науки. – 2021. – № 205. – С. 376–379.
2. Фахрутдинова Е.В., Грудина С.И. Нематериальный капитал как основа преобразования региона // Экономические науки. – 2021. – № 205. – С. 376–379.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries/ (дата обращения: 12.04.2022).
4. Грудина С.И. Нематериальный капитал в региональной социально-экономической системе // Казанский экономический вестник. – 2021. – № 1 (51). – С. 42–47.
5. Grudina S., Podgornaya A. Methodological aspects of investment risk management in the region // International Journal of Engineering Research and Technology. – 2020. – Vol. 13. – № 12. – Pp. 4417–44209.
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science/> (дата обращения: 12.04.2022).
7. Grudina S.I., Datsyk A.A., Podgornaya A.I. Influence of modern technologies on the enterprise management structure (Experience of Russia) // Journal of Social Sciences Research. – 2018. – Vol. 2018. – Sp. Is. 5. – Pp. 137–141.
8. Podgornaya A., Grudina S., Avdonina S. Anticrisis Potential of Innovative Enterprises (Russia and Germany Case Study) // The Proceedings of 6th World Conference on educational Sciences (Malta, 2 June 2015). – Vol. 191. – Pp. 275–279.
9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/10705/> (дата обращения: 12.04.2022).
10. Grudina S.I., Avdonina S.G., Podgornaya A.I. Modern trends in enterprise reengineering management // 16th International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences Proceedings. – 2016. – Part II. – Pp. 556–562.
11. Grudina S., Datsyk A., Podgornaya A., Avdonina S. New technologies and their impact on the development of the labor market // Astra Salvensis – review of history and culture. Review edited by ASTRA Năsăud Department, Salva Circle and “Vasile Moga” Department from Sebeș. – 2017. – Pp. 385–390.

Информация об авторах

Грудина Светлана Игоревна, кандидат экономических наук, доцент кафедры общего менеджмента, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: switki@yandex.ru

Кулик Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры общего менеджмента, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: 576301@rambler.ru

S.I. GRUDINA,

*PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University*

E.N. KULIK,

*PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University*

LABOR AND CAPITAL: FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF REGIONAL MARKETS OF INTANGIBLE RESOURCES

Abstract. In modern scientific research, increasing attention is paid to the transformational processes of the basic economic categories “labor” and “capital” in the prism of balancing material and intangible components. The study is devoted to the analysis of changes in the development of the intangible resources market that can act as drivers of socio-economic development. The intangible resources market is a concept relatively recently introduced into economic circulation, but attracted significant attention of researchers. The purpose of the article is a simulated consideration of trends in the development of labor and capital categories with an emphasis on

non-financial assets that determine them. The authors used mathematical, statistical research methods, methods of modeling and forecasting socio-economic phenomena, analyze the trend of growth in the share of informal employment in the labor market, the dynamics of investments in non-financial assets. In accordance with the purpose of the study, the methodological toolkit was based on an index method for aggregating and ordering statistical information, adequate to the analysis of intangible resource markets. Special attention is paid to the indicators of socio-economic development of the regions of the Russian Federation, conclusions are formed, the corresponding goals of the study, indicative regions are identified: the Republic of Tatarstan, Nizhny Novgorod Region, Perm Territory. The article provides the author's identification of indicators for assessing intangible resources, which determines the scientific and practical significance of the study.

Keywords: labor, capital, non-financial assets, intangible capital, labor market, region, socio-economic development, socio-economic system.

References

1. *Fakhrutdinova E.V., Grudina S.I., Ivanov S.E.* Signs of the development of regional socio-economic systems // Economic sciences. – 2021. – No. 205. – P. 376–379.
2. *Fakhrutdinova E.V., Grudina S.I.* Intangible capital as the basis for the transformation of the region // Economic sciences. – 2021. – No. 205. – P. 376–379.
3. Official website of the Federal State Statistics Service. https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries/ (date accessed: 12.04.2022).
4. *Grudina S.I.* Intangible capital in the regional socio-economic system // Kazan Economic Bulletin. – 2021. – No. 1 (51). – P. 42–47.
5. *Grudina S., Podgornaya A.* Methodological aspects of investment risk management in the region // International Journal of Engineering Research and Technology. – Vol. 13. – No. 12. – 2020. – P. 4417–44209.
6. Official website of the Federal State Statistics Service. <https://rosstat.gov.ru/statistics/science/> (date accessed: 12.04.2022).
7. *Grudina S.I., Datsyk A.A., Podgornaya A.I.* Influence of modern technologies on the enterprise management structure (Experience of Russia) // Journal of Social Sciences Research. – 2018. – Vol. 2018. – Is. Special Issue 5. – P. 137–141.
8. *Podgornaya A., Grudina S., Avdonina S.* Anticrisis Potential of Innovative Enterprises (Russia and Germany Case Study) // The Proceedings of 6th World Conference on educational Sciences. (Malta 2 June 2015). – Vol. 191. – P. 275–279.
9. Official website of the Federal State Statistics Service. <https://rosstat.gov.ru/folder/10705/> (date accessed: 12.04.2022).
10. *Grudina S.I., Avdonina S.G., Podgornaya A.I.* Modern trends in enterprise reengineering management // 16th International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences Proceedings. – 2016. – Part II. – P. 556–562.
11. *Grudina S., Datsyk A., Podgornaya A., Avdonina S.* New technologies and their impact on the development of the labor market // Astra Salvensis – review of history and culture. Review edited by ASTRA Năsăud Department, Salva Circle and “Vasile Moga” Department from Sebeș. – 2017. – P. 385–390.

ВОПРОСЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

УДК 338.48

Е.Н. ГАРИПОВА,

*кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

Л.Г. НАБИЕВА,

*кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

Д.Ш. ШАКИРОВА,

*б. с., старший преподаватель
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

В.В. БРОНСКАЯ,

*кандидат технических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

А.В. БОЛЬШОВ,

*кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

Е.Н. КУЛИК,

*кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

А.С. АБДУЛЛАЕВА,

*б. с., ассистент
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

Д.Р. ГИНИЯТУЛЛИНА,

*кандидат педагогических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

А.Ю. ЕРМОЛЕНКО,

*б. с., ассистент
Казанский (Приволжский) федеральный университет*

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ФОРМИРОВАНИЯ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ

Аннотация. Базовой составляющей продуктивной учебы студентов является высокий уровень академической мотивации, включающей в себя многообразие процессов, методов, инструментария и различных средств стимулирования познавательной активности и успешного освоения учебного материала по преподаваемым дисциплинам. Проблема академической мотивации студентов высших учебных заведе-

ний в настоящее время приобретает все более масштабный характер. Большое количество исследований в мировом научном сообществе, связанных с данным направлением, появилось именно в последние годы. К сожалению, эта проблема не обошла вниманием и российскую действительность. В настоящее время многие преподаватели высших учебных заведений фиксируют существенное снижение академической мотивации студентов в ходе их учебы в вузе в бакалавриате от первого курса к четвертому. Подобное снижение отмечается вне зависимости от профиля и специальности обучения. Настоящее исследование коллектива ученых Казанского (Приволжского) федерального университета посвящено анализу особенностей формирования академической мотивации студентов. В статье представлены результаты опроса и интервьюирования студентов и преподавателей университета по вопросам динамики академической мотивации, а также дана обобщающая характеристика полученных результатов. Выводы, сделанные по итогам исследования, послужили основой для формирования рекомендаций для профессорско-преподавательского состава, а также всех заинтересованных в повышении академической мотивации студентов лиц по применению определенных методов работы с целью сохранения высокого уровня академической мотивации.

Ключевые слова: академическая мотивация студентов, методы преподавания, исследование мотивации, мотивационный процесс, анализ мотивационного процесса студентов.

Результаты, которых человек достигает в жизни, лишь на 20–30 % зависят от его интеллекта, а на 70–80 % – от мотивов, которые у этого человека есть и побуждают его определенным образом вести себя.

В.Н. Мясищев

Проблема снижения академической мотивации у существенной части студентов от момента их поступления в вуз к моменту его окончания достаточно распространена. На текущий момент практически невозможно отыскать высшее учебное заведение, не сталкивавшееся в той или иной мере с этим обстоятельством. Сложно не отметить при этом значительную роль преподавателя, а именно тех методов и приемов, которые он использует в преподавательском учебном процессе, поскольку именно они напрямую влияют на степень принятия учебного материала студентами, понимание излагаемых подходов и, как следствие, поддержание или снижение интереса к учебе в дальнейшем.

Если говорить о мотивации студентов, то она представляет собой процессы, методы и средства их побуждения к познавательной деятельности, активному освоению содержания образования. В качестве мотивов могут выступать в связке эмоции и стремления, интересы и потребности, идеалы и установки [1]. Очень часто даже сами студенты не могут в полной мере объяснить, по каким причинам они выбирают те или иные образовательные направления. В число мотивов при этом могут входить даже такие параметры, как за компанию с другом/подругой, настоятельные рекомендации и пожелания родителей и других близких род-

ственников. Каждая группа студентов имеет собственную академическую мотивацию, параметры которой могут существенно отличаться в зависимости от направления, выбранного студентами, уже поступившими на курс, а также от периода обучения.

Особенности мотивации студентов к учебной деятельности можно отнести к наиболее острым проблемам, когда встает вопрос не просто о посещении студентами какого-либо предмета, а их заинтересованности и вовлеченности в учебный план дисциплины. Не стоит забывать, что психологической характеристикой любой деятельности, в том числе и обучения, является мотивация студентов к учебе. Основой успешной учебной деятельности любого студента является высокий уровень мотивации к данному виду деятельности [2].

Впервые слово «мотивация» употребил А. Шопенгауэр в статье «Четыре принципа достаточной причины» (1900–1910 гг.). После этого данный термин прочно вошел в психологическую науку для объяснения причин поведения человека и животных [3].

Система внешней мотивации (а именно она является объектом нашего пристального внимания) связана с инструментальной деятельностью и внешней системой контроля. Когда мы хотим понять, почему и как человек чего-то достигает, почему он так или иначе относится

к учению, мы должны выделить личностные и ситуационные предпосылки его поведения [4].

В системе высшего образования вопросы, связанные с мотивацией студентов, поднимаются достаточно часто, с проведением соответствующих исследований. В том числе были опубликованы и такие результаты: «Мы попросили студентов указать основную цель обучения и разделили их ответы на три основные категории: “средства для достижения цели”, “личностное развитие” и “внешнее вдохновение”:

1. Студенты, отнесенные к категории “целестремленные”, хотели чего-то добиться благодаря полученной степени (лучшей работы, более высокой зарплаты). Это была самая распространенная категория: для поступления на многие рабочие места требуется степень (126 студентов).

2. Стремление к “личностному развитию” (46 студентов): те, кто интересовался самим предметом или хотел использовать свою степень для реализации собственного потенциала (внутренний мотив).

3. Наименьшая часть, классифицированная как “студенты с внешним вдохновением” (8 ответов), просто последовала совету своих друзей или партнеров учиться» [5].

Американские авторы А. Альхадаби и А.Ч. Карпински провели социологическое исследование успеваемости студентов в вузах, из которого был сделан вывод о том, что главными факторами академической реализации в вузе являются личностные составляющие, такие как самоорганизация, эффективное планирование собственного времени и нацеленность на результат и упорство. Результат обучения студентов зависит от их целей и их собственной мотивации. Молодые люди с более высоким уровнем самоорганизации, как правило, используют более продуктивные стратегии обучения, правильно используют свое время, получают больше удовольствия от образовательного процесса. Роль преподавателей в данном случае сводится к созданию правильной психологической атмосферы для студентов, которая порой бывает важнее непосредственных задач по преподаванию материала и способствует правильному настрою обучающихся [6].

Понимание индивидуальных параметров мотивации, которые могут влиять на обучение, и осуществление соответствующих вмешательств в учебные программы могут улучшить как мотивацию учащихся к обучению, так и показатели их удержания в университете. Была найдена взаимосвязь между показателями уверенности обучающихся в себе и успеваемостью по конкретным предметам. Необходимо раннее выявление учащихся с низкой степенью уверенности в себе [7].

Британские авторы А. Окада и К. Шихи исследуют вопрос повышения мотивации к обучению в условиях пандемии. Авторы доказывают, что, несмотря на цифровые формы образовательного процесса, преподаватели должны иметь возможность строить дистанционный процесс, используя развлекательную составляющую. Внедрение дистанционных технологий не должно окончательно роботизировать процесс, тем более самоорганизация студентов в условиях развития онлайн-технологий падает. По мнению исследователей, фактор развлечения создает возможность для студентов испытать положительные чувства в процессе обучения, такие как хорошее настроение, энтузиазм, интерес, удовлетворение и удовольствие, которые имеют отношение к «оптимальному» обучению [8].

В современных зарубежных исследованиях учебной мотивации наиболее популярными являются две теории: теория самодетерминации (hierarchical self-determination theory) и теория достиженческих целевых ориентаций (achievement goal orientation theory). Они задают ландшафт исследований мотивации к обучению, являются основой для разработки инструментария, измеряющего учебную мотивацию, и при этом фокусируются на разных аспектах данного концепта [9].

Интервьюирование преподавателей Казанского федерального университета позволило очертить потенциальную проблему: в начале обучения студенты высоко мотивированы и демонстрируют активный отклик на усилия преподавателей, однако ближе к концу обучения студент теряет академическую мотивацию. Данное обстоятельство может являться следствием радикальных изменений в мотиваци-

онном процессе, в результате чего возникает потребность в адаптации преподавательских методов и приемов к изменившейся мотивационной среде студентов старших курсов.

Развитие положительной учебной мотивации студентов является одним из условий благоприятного личностного развития и эффективной профессиональной подготовки.

Конечной целью проводимого исследования являлось выявление актуальных методов и приемов преподавания для повышения академической мотивации студентов. Не последняя роль при этом отводилась вопросам онлайн-обучения и геймификации образования. Анализируя мировой опыт в онлайн-обучении, можно отметить, в частности, опыт Д. Баззили, который доказал, что отношение студентов к онлайн-обучению связано с их уровнем внешней мотивации, в то время как мотивационные стратегии контроля над собственным обучением и обучением во взаимодействии способствуют предпочтению занятий в формате непосредственного взаимодействия с преподавателем [10].

Для достижения поставленной цели был определен круг задач, в число которых вошли:

- 1) исследование специфики формирования академической мотивации студентов;
- 2) выявление действенных инструментов повышения академической успеваемости и разработка инструментария повышения успеваемости с применением системы КРІ;
- 3) внедрение инструментария повышения академической успеваемости;
- 4) анализ полученных результатов и разработка методических рекомендаций по оптимизации учебного процесса.

На первом этапе проводимого исследования было опрошено 300 студентов, обучающихся в различных институтах Казанского федерального университета:

- Институт управления, экономики и финансов;
- Институт филологии и межкультурной коммуникации;
- Институт международных отношений;
- Институт вычислительной математики и информационных технологий.

Студентам 1–4-го курсов указанных структурных подразделений КФУ было предложено

пройти анкетирование по следующим направлениям:

- желание овладеть профессией;
- качество преподавания;
- удовлетворенность результатами своего обучения;
- соответствие результатов обучения в университете ожиданиям;
- качество организации образовательного процесса;
- интерес к изучаемым дисциплинам;
- совокупный уровень академической мотивации.

Рассмотрим полученные результаты.

Главным мотивом выбора вуза (рис. 1) на всех курсах преобладает желание овладеть той профессией, по которой осуществляется подготовка в вузе: 29,7 % опрошенных студентов первого курса отметили данный мотив в качестве основного. Студенты четвертого курса также обозначили данный мотив как основной – 21,1 % опрошенных.

По степени удовлетворенности результатами своего обучения в вузе (рис. 2) мы видим явную динамику снижения степени удовлетворенности с 28,1 % на 1-м курсе до 4,3 % на 4-м курсе и, в свою очередь, повышения степени неудовлетворенности с 3,9 % на 1-м курсе до 18,6 % на 4-м курсе.

Что касается соответствия результатов обучения в университете ожиданиям студентов (рис. 3), то также прослеживается снижающаяся динамика соответствия с 30,5 % на 1-м курсе до 5,7 % на 4-м курсе и повышающаяся динамика несоответствия с 7,8 % на 1-м курсе до 27,1 % на 4-м курсе.

Анализ результатов исследования мнений студентов о существующей системе оценки знаний (рис. 4) демонстрирует следующее. Как ясную и доступную систему оценки знаний в университете охарактеризовали чуть более 10 % студентов 1-го курса и около 15 % студентов 4-го курса, вопреки ожиданиям, что по мере увеличения срока обучения, система оценки знаний должна обретать более ясные для студентов очертания. Однако этого не происходит.

Мотивы выбора вуза



Рис. 1. Результаты исследования мотивов при выборе вуза у студентов КФУ

Степень удовлетворенности результатами своего обучения в вузе

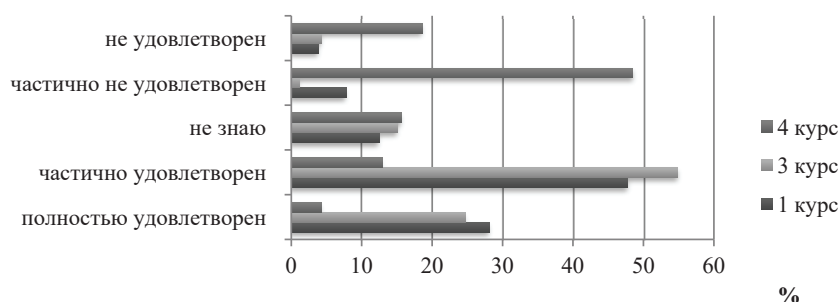


Рис. 2. Результаты исследования степени удовлетворенности результатами обучения студентов КФУ

Соответствие результатов обучения в университете ожиданиям студентов

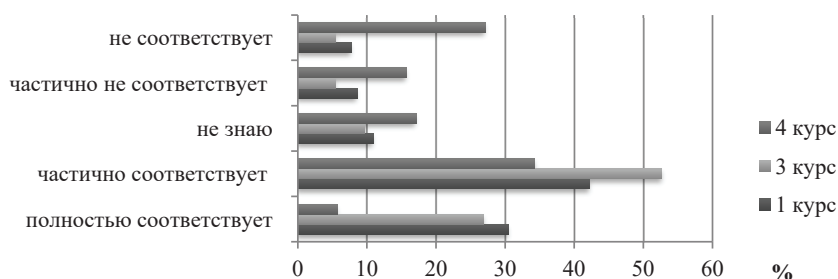


Рис. 3. Результаты исследования степени соответствия результатов обучения в университете ожиданиям студентов КФУ

Существующая система оценки знаний достаточно объективна и справедлива, доступна и ясна для понимания

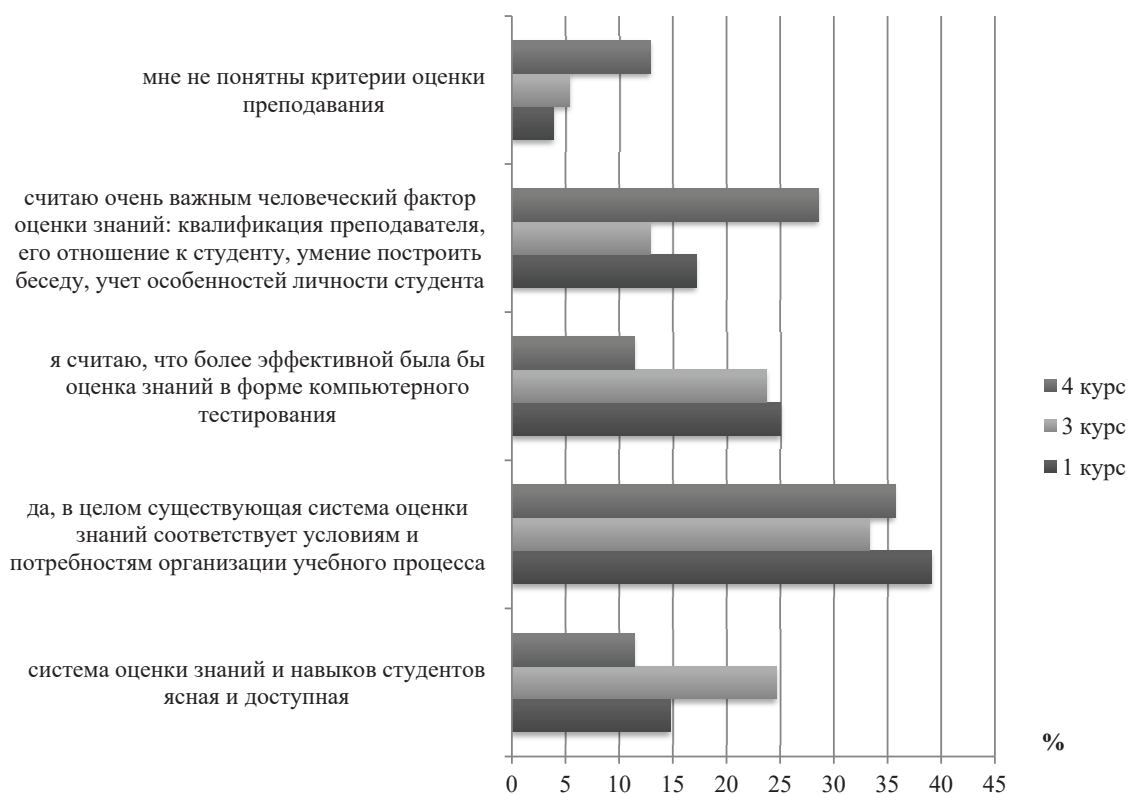


Рис. 4. Результаты оценки студентами КФУ системы оценки знаний

Кроме того, к 4-му курсу обучения отмечается рост значимости человеческого фактора оценки знаний. С точки зрения использования компьютерного тестирования как инструмента оценки знаний наблюдается обратная тенденция – с 25 % на 1-м курсе к 13 % на 4-м, что свидетельствует о низкой степени удовлетворенности студентов от использования данного инструмента. Вопросам применения средств электронного обучения и контроля уделяется большое внимание не только преподавателями Казанского федерального университета, но и в целом в преподавательском сообществе большинства стран мира. Отмечается, что использование современных средств электронного обучения в целом способствует развитию мотивации учащихся [11].

Среди вопросов, на которые отвечали студенты, были и посвященные оценке качества организации образовательного процесса (рис. 5).

Как видно из рис. 5, оценка качества организации образовательного процесса как отличная в К(П)ФУ снижается с 18,8 % на 1-м курсе до 10,0 % на 4-м курсе; оценка качества организации образовательного процесса в К(П)ФУ как низкая увеличивается с 1,6 % на 1-м курсе до 12,9 % на 4-м курсе.

Также были получены другие результаты анкетирования студентов в разрезе курсов обучения. Студенты отвечали на два вопроса: «Что является причиной низкой успеваемости студента?» (рис. 6) и «Какие методы поощрения студентов за результаты учебы самые лучшие?» (рис. 7).

Приведем несколько ответов студентов:

1. «Что является причиной низкой успеваемости студента?»

Студенты 1-го курса указали, что причиной низкой успеваемости студентов являются:

– несистематическая работа в семестре (больше всего ответов) – 55 %;

Качество организации образовательного процесса в К(П)ФУ

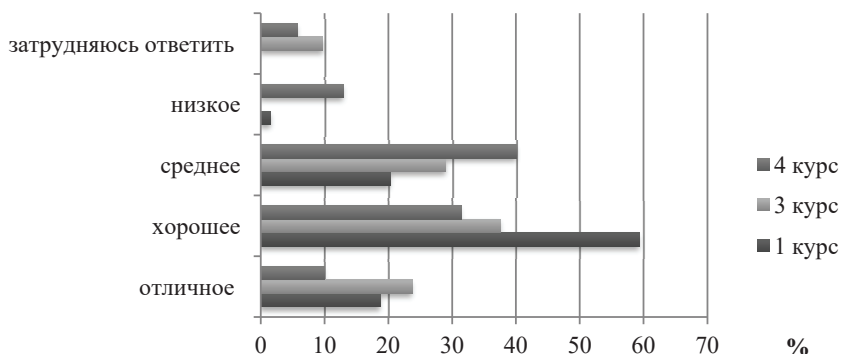


Рис. 5. Результаты оценки студентами КФУ качества организации образовательного процесса

- завышенные требования преподавателей – 25 %;
- неэффективность аудиторных занятий – 20 %.

Студенты 3-го курса обозначили, что причиной низкой успеваемости студентов, являются:

- несистематическая работа в семестре (больше всего ответов) – 50 %;
- завышенные требования преподавателей – 35 %;
- неэффективность аудиторных занятий – 15 %.

Студенты 4-го курса указали, что причиной низкой успеваемости студентов, являются:

- несистематическая работа в семестре (больше всего ответов) – 50 %;

- неэффективность аудиторных занятий – 35 %.
- завышенные требования преподавателей – 15 %.

Преобладающее большинство студентов 1, 3 и 4-го курсов считают, что причиной их низкой успеваемости является несистематическая работа в семестре.

На втором месте у студентов 1-го и 3-го курсов – завышенные требования преподавателей. Неэффективность аудиторных занятий повышается с 20,5 % на 1-м курсе до 32,9 % на 4-м курсе.

Что является, по вашему мнению, главными причинами низкой успеваемости студентов?

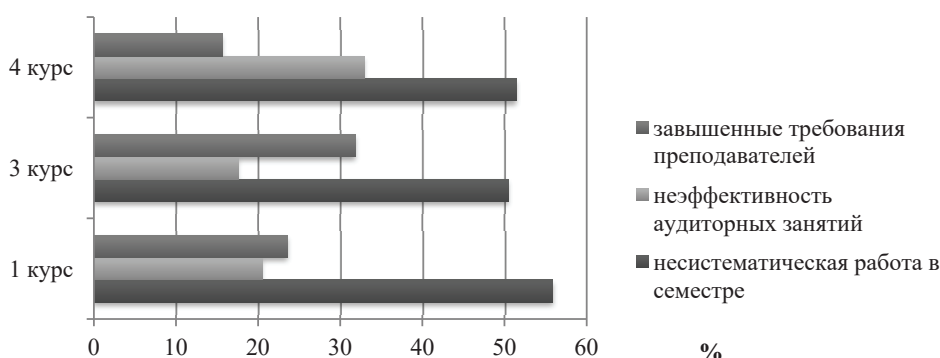


Рис. 6. Результаты оценки студентами КФУ причин низкой успеваемости

2. «Какие методы поощрения студентов за результаты учебы самые лучшие?»

Наибольшее количество ответов у студентов 1, 3 и 4-го курсов – аттестация по успешно изучаемым предметам «автоматом».

И далее наибольшее количество ответов:

- предоставление выходных дней (1-й курс);
- повышение стипендии (3-й курс);
- аттестация по успешно изучаемым предметам «автоматом» (4-й курс).

Таким образом, студенты 4-го курса считают, что лучший метод поощрения студентов за результаты учебы – аттестация по успешно изучаемым предметам «автоматом». А значит, только на 4-м курсе студенты осознают ценность знаний.

При оценке уровня собственной мотивации к учебе (рис. 8) были получены следующие ответы:

Студенты 1-го курса указали очень высокий уровень мотивации, 3-го курса – средний уровень, 4-го курса – очень низкий. Также сту-

денты были опрошены о причинах посещения ими занятий. Были получены следующие ответы: обязанность сдать экзамен (преобладают у студентов 4-го курса, затем 1-го и 3-го), важность для будущей профессии (3-й курс), интерес к дисциплине (1-й курс).

Что касается анализа причин посещения студентами учебных курсов (рис. 9), то была обнаружена следующая динамика: в основном студенты посещают курсы из-за обязанности сдать зачет/экзамен (44,5 % на 1-м курсе и уже 60 % на 4-м курсе). Осознание важности занятий для будущей профессии снижается с 30,5 % на 1-м курсе до 21,4 % на 4-м курсе. И только 20,3 % студентов на 1-м курсе и 7,1 % студентов на 4-м курсе испытывают интерес к изучаемым дисциплинам.

Небезынтересными являются полученные результаты оценки студентами целесообразности некоторых учебных дисциплин (рис. 10).

Какие методы поощрения студентов за результаты учебы самые лучшие?

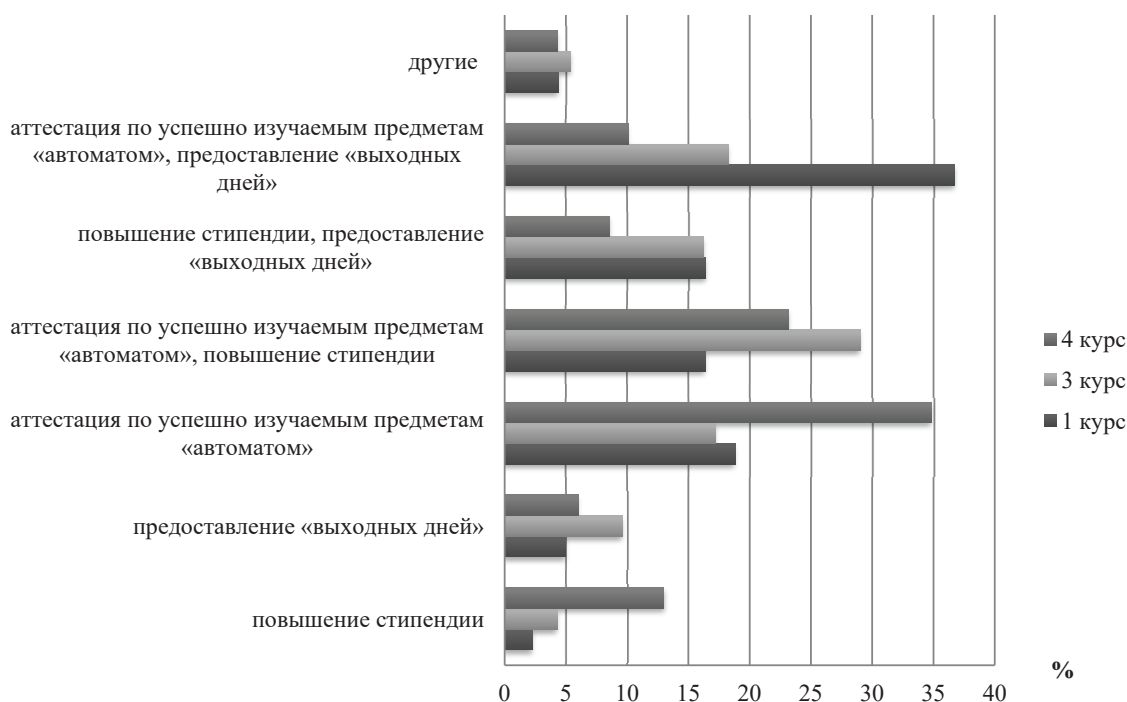


Рис. 7. Результаты оценки студентами КФУ методов поощрения за результаты учебы

Оценка уровня собственной мотивации к учебе

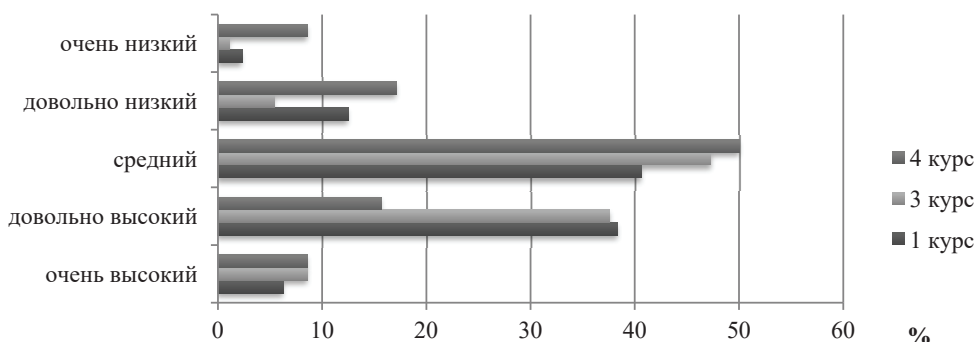


Рис. 8. Результаты оценки студентами КФУ уровня собственной мотивации к учебе

Причины посещения курсов/дисциплин

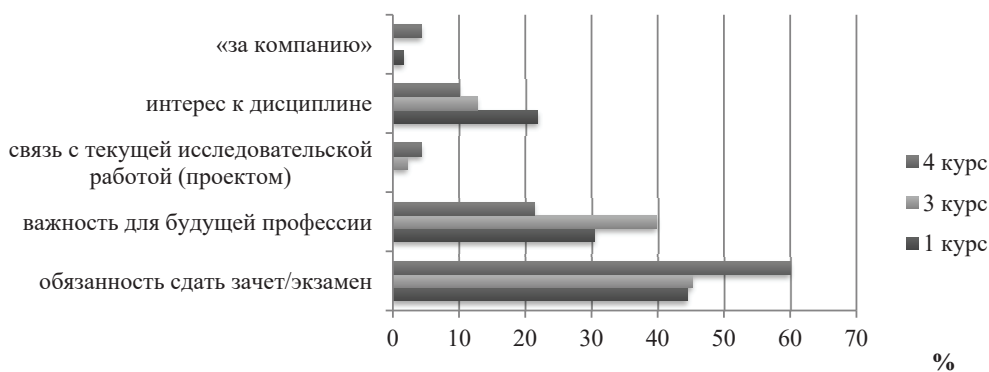


Рис. 9. Результаты исследования причин посещения учебных курсов/дисциплин студентами КФУ

Некоторые учебные дисциплины, изучаемые в вузе

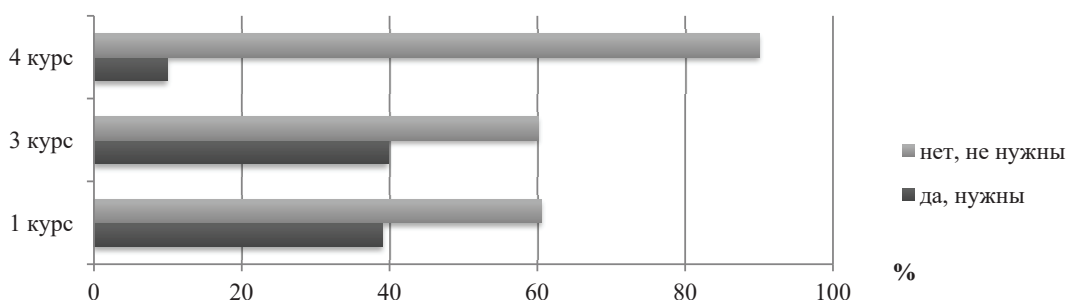


Рис. 10. Результаты оценки студентами КФУ целесообразности учебных дисциплин

Согласно рис. 10 можно сделать вывод о том, что более 80 % студентов 4-го курса считают ненужными отдельные учебные дисциплины, что может свидетельствовать о низкой степени актуализации учебных дисциплин либо о необходимости акцентирования преподавателями важности освоения той или иной дисциплины и ее необходимости в дальнейшей практической деятельности.

Студентам также были предложены вопросы рекомендательного характера (рис. 11).

Исходя из полученных результатов, можно отметить следующее: на 1-м курсе студенты отмечают необходимость в большем количестве лекционных занятий (порядка 20 % опрошенных), тогда как на 4-м курсе акцент смещается в сторону практических и лабораторных занятий (более 25 % опрошенных) и увеличения продолжительности практики (24 % опрошенных).

На вопрос о соответствии КФУ представлению об идеале высшего образования (рис. 12) ответы распределились следующим образом. Более 60 % опрошенных студентов 4-го курса отметили несоответствие своих идеалов о высшем образовании учебе в КФУ, тогда как

на 1-м курсе несоответствие обозначил только 21 % опрошенных.

Обратный показатель – соответствие представлению об идеале высшего образования учебы в КФУ – также существенно меняется от курса к курсу: почти 40 % на 1-м курсе против менее чем 10 % от числа опрошенных на 4-м. Данное обстоятельство свидетельствует о тревожной тенденции разочарования в учебном процессе.

Подводя итоги, отметим следующие важнейшие результаты исследования:

1. Главным мотивом выбора вуза у студентов всех курсов становится желание овладеть той профессией, по которой осуществляется подготовка в вузе (показатель 29,7 % на 1-м курсе, который немного снижается на 4-м курсе и составляет 21,1 %).

2. Особый интерес вызывает такой мотив, как «высокое качество преподавания, о котором я узнал от родственников/друзей» (если на 1-м курсе он составляет 11,7 %, на 3-м курсе – 7,5 %, то уже на 4-м курсе – всего 1,4 %, что наводит на определенные выводы).

3. По степени удовлетворенности результатами своего обучения в вузе мы видим явную

Если бы у Вас была такая возможность, то Вы бы:

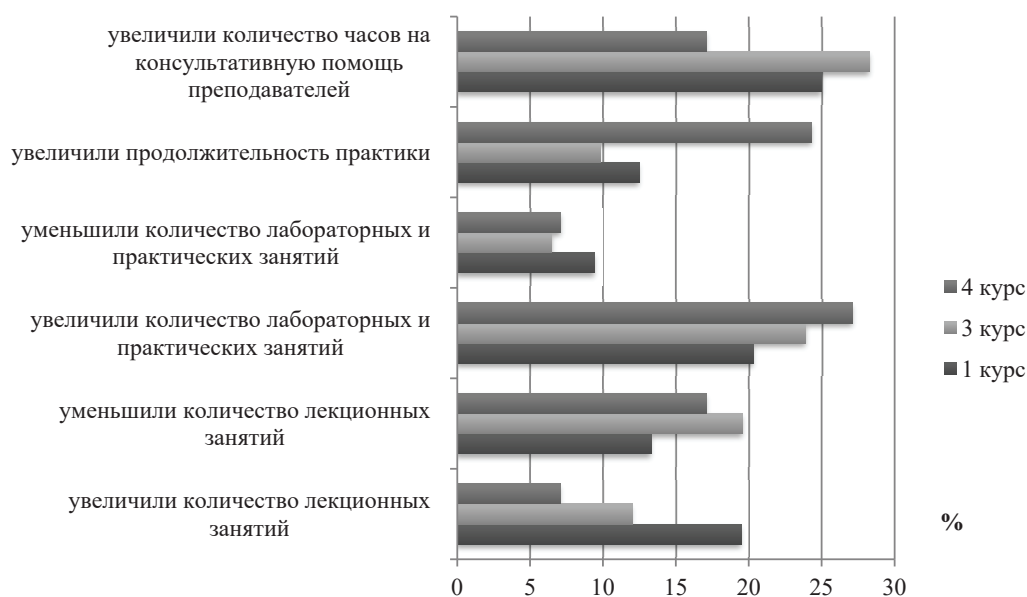


Рис. 11. Рекомендации студентов КФУ по выстраиванию занятий в вузе

Соответствует ли К(П)ФУ Вашему представлению об идеале высшего образования

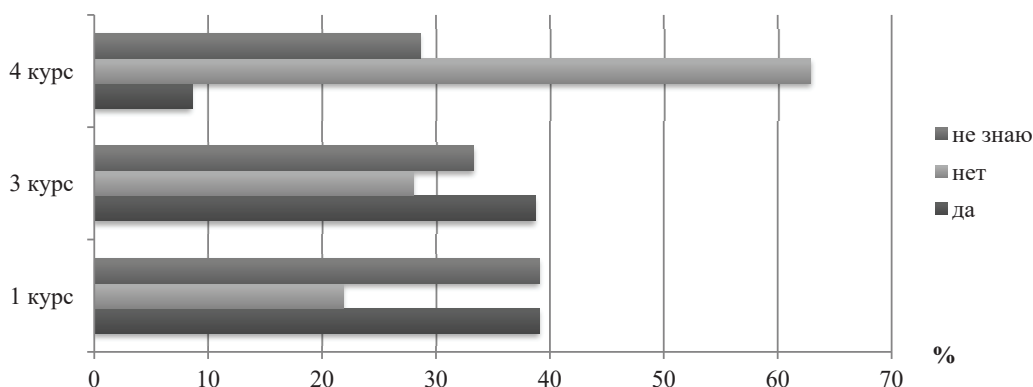


Рис. 12. Соответствие стандартов обучения в КФУ представлениям студентов о высшем образовании

динамику снижения степени удовлетворенности с 28,1 % на 1-м курсе до 4,3 % на 4-м курсе и, в свою очередь, повышения степени неудовлетворенности с 3,9 % на 1-м курсе до 18,6 % на 4-м курсе.

4. Что касается соответствия результатов обучения в университете ожиданиям студентов, то также прослеживается снижающаяся динамика соответствия с 30,5 % на 1-м курсе до 5,7 % на 4-м курсе и повышающаяся динамика несоответствия с 7,8 % на 1-м курсе до 27,1 % на 4-м курсе.

5. Оценка качества организации образовательного процесса в К(П)ФУ как отличного снижается с 18,8 % на 1-м курсе до 10,0 % на 4-м курсе; оценка качества организации образовательного процесса в К(П)ФУ как низкого увеличивается с 1,6 % на 1-м курсе до 12,9 % на 4-м курсе.

6. Одной из главных причин низкой успеваемости студенты считают неэффективность аудиторных занятий, которая повышается с 20,5 % на 1-м курсе до 32,9 % на 4-м курсе.

7. Что касается причин посещения студентами курсов, то выявили следующую динамику: в основном учащиеся вуза посещают курсы из-за обязанности сдать зачет/экзамен (44,5 % на 1-м курсе и уже 60 % на 4-м курсе). Осознание важности занятий для будущей профессии снижается с 30,5 % на 1-м курсе до 21,4 % на 4-м курсе. И только 20,3 % студентов 1-го курса и

7,1 % студентов 4-го курса испытывают интерес к изучаемым дисциплинам.

8. Таким образом, по результатам нашего исследования, высокий уровень академической мотивации к учебе снижается с 38,3 % на 1-м курсе до 15,7 % на 4-м курсе.

Представленные результаты свидетельствуют, что гипотеза о снижении академической мотивации студентов КФУ по мере их учебы в вузе подтверждается. Это говорит о необходимости адаптации инструментов преподавания в университете не только к потребностям социума, но и к определенным ожиданиям студентов.

Литература

1. Стародубцева В.К. Мотивация студентов к обучению // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=15617> (дата обращения: 17.02.2022).

2. Королева О.А. Особенности мотивации студентов к обучению // Человек, экономика, общество: грани взаимодействия: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции (28 декабря 2019 г.). – Белгород: Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2019. – URL: <https://apni.ru/article/217-osobennosti-motivatsii-studentov-k-obucheniyu> (дата обращения: 17.02.2022).

3. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. – СПб.: Питер, 2004. – С. 87.

4. Тэн Юй. Мотивация учебной деятельности // СПЖ. – 2008. – № 30. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-uchebnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 18.02.2022).
5. Dobrovská D., Hřebačková M. Encouraging mature age students to study English, INTED2020 Proceedings. – 2020. – Pp. 510–515.
6. Alhadabi A., Karpinski A.C. Grit, self-efficacy, achievement orientation goals, and academic performance in University students // International Journal of Adolescence and Youth. – 2020. – Vol. 25. – Is. 1. – Pp. 519–535.
7. Edgar S., Carr S.E., Connaughton J. et al. Motivating Students to Learn: Is Believing in Yourself the Key to Transition and Succeeding in the First Year of an Undergraduate Health Professions Program? // BMC Med Education. – 2019. – 19, 111. – URL: <https://doi.org/10.1186/s12909-019-1539-5/>
8. Okada A., Sheehy K. Factors and Recommendations to Support Students' Enjoyment of Online Learning With Fun: A Mixed Method Study During COVID-19 // Frontiers in Education. – 2020. – Vol. 5. – № 584351.
9. Maloshonok N.G., Semenova T.V., Terentiev E.A. Educational motivation of students of Russian universities: the possibility of theoretical understanding // Educational Issues. – 2015. – 3. – Pp. 92–121.
10. Bassili J.N. Motivation and Cognitive Strategies in the Choice to Attend Lectures or Watch Them Online // Journal of Distance Education. – 2008. – Vol. 22. – № 3. – Pp. 129–148.
11. Masalimova A.R., Kotryakhov N.V., Sizova Zh.M., Kurbanov R.A. Development of University Students Motivation with the Help of E-learning // Elementary education online. – 2019. – Vol. 18. – № 3. – Pp. 1030–1042.

Информация об авторах

Гарипова Екатерина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: garipova_e_n@list.ru

Набиева Лариса Георгиевна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: Larisa-nabieva@yandex.ru

Шакирова Динара Шамилевна, старший преподаватель, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: Shakirovakafedra@mail.ru

Бронская Вероника Владимировна, кандидат технических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: VVBronskaya@kpfu.ru

Большов Алексей Васильевич, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: bigman_59@mail.ru

Кулик Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: 576301@rambler.ru

Абдуллаева Алия Сердаровна, ассистент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: 9874221100@mail.ru

Гиниятуллина Диана Равилевна, кандидат педагогических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: dianar.g2014@yandex.ru

Ермоленко Алена Юрьевна, ассистент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: alenaermolenko1995@mail.ru

E.N. GARIPOVA,

*PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University*

L.G. NABIEVA,

*PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University*

D.SH. SHAKIROVA,

*Senior Lecturer
Kazan (Volga region) Federal University*

V.V. BRONSKAYA,

*Ph.D. in Technology, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University*

A.V. BOL'SHOV,

*PhD in Economics, Associate Professor,
Kazan (Volga region) Federal University*

E.N. KULIK,

*PhD in Economics, Associate Professor,
Kazan (Volga region) Federal University*

A.S. ABDULLAEVA,

*Senior Lecturer
Kazan (Volga region) Federal University*

D.R. GINIYATULLINA,

*PhD in Pedagogy, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University*

A.YU. ERMOLENKO,

*Senior Lecturer
Kazan (Volga region) Federal University*

RESEARCH OF THE PECULIARITIES OF THE FORMATION OF ACADEMIC MOTIVATION OF STUDENTS

Abstract. The peculiarities of students' motivation for learning activities can be attributed to the most acute problems when the question arises not just about students attending any subject, but their interest and involvement in the curriculum of the discipline. Do not forget that the psychological characteristic of any activity, including training, is motivation. The basis of a student's successful educational activity is a high level of academic motivation, which is the processes, methods, tools and means of inducing them to cognitive activity, active mastering of material in the study disciplines. The research of the team of authors of the Kazan Federal University is devoted to the analysis of the features of the formation of academic motivation of students. Currently, many teachers of higher educational institutions record a significant decrease in the academic motivation of students in the course of their studies at the university from the first year to the fourth. The article presents the results of a survey and interviewing of students and teachers on the dynamics of academic motivation, as well as a generalized description of the results obtained. The conclusions drawn from the results of the study served as the basis for the formation of recommendations for the teaching staff on the use of certain methods of work in order to maintain a high level of academic motivation for students of Kazan Federal University.

Keywords: academic motivation of students, teaching methods, study of motivation, motivational process, analysis of students' motivational process.

References

1. *Starodubtseva V.K.* Motivation of students to learning // Modern problems of science and education. – 2014. – No. 6. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=15617> (date accessed: 17.02.2022).
2. *Koroleva O.A.* Peculiarities of student motivation for learning // Man, economy, society: the facets of interaction: a collection of scientific papers based on the materials of the International Scientific and Practical Conference on December 28, 2019. – Belgorod : LLC Agency for Advanced Scientific Research (APNI), 2019. – URL: <https://apni.ru/article/217-osobennosti-motivatsii-studentov-k-obucheniyu> (date accessed: 17.02.2022).
3. *Ilyin E.P.* Motivation and motives. – St. Petersburg: Peter, 2004. – P. 87.
4. *Teng Yu.* Motivation of educational activity // Siberian Journal of Psychology. – 2008. – No. 30. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-uchebnoy-deyatelnosti> (date accessed: 18.02.2022).
5. *Dobrovská D., Hřebačková M.* Encouraging mature age students to study English. – INTED2020 Proceedings, 2020. – P. 510–515.
6. *Alhadabi A., Karpinski A.C.* Grit, self-efficacy, achievement orientation goals, and academic performance in University students // International Journal of Adolescence and Youth. – 2020. – Vol. 25. – Is. 1. – P. 519–535.
7. *Edgar S., Carr S.E., Connaughton J. et al.* Motivating Students to Learn: Is Believing in Yourself the Key to Transition and Succeeding in the First Year of an Undergraduate Health Professions Program? // BMC Med Education 19, 111. – 2019. – URL: <https://doi.org/10.1186/s12909-019-1539-5/>.
8. *Okada A., Sheehy K.* Factors and Recommendations to Support Students' Enjoyment of Online Learning With Fun: A Mixed Method Study During COVID-19 // Frontiers in Education. – 2020. – Vol. 5. – No. 584351.
9. *Maloshonok N.G., Semenova T.V., Terentiev E.A.* // Educational motivation of students of Russian universities: the possibility of theoretical understanding. Educational Issues. – No. 3. – 2015. – P. 92–121.
10. *Bassili J.N.* Motivation and Cognitive Strategies in the Choice to Attend Lectures or Watch Them Online // Journal of Distance Education. – 2008. – Vol. 22. – No. 3. – P. 129–148.
11. *Masalimova A.R., Kotryakhov N.V., Sizova Zh.M. and Kurbanov R.A.* Development of University Students Motivation with the Help of E-learning. Elementary education online. – Vol. 18. – No. 3. – 2019. – P. 1030–1042.

УДК 331.1, 331.44

Л.Б. ЛАРИОНОВА,

студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

А.А. ШУГАЕПОВА,

кандидат экономических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ИССЛЕДОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КОНТРАКТА В УПРАВЛЕНИИ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ (СРАВНЕНИЕ ОПЫТА РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЙ)

Аннотация. Данная статья посвящена изучению вопросов управления трудовыми ресурсами с точки зрения психологического контракта. В работе рассмотрены теоретические основы выдвигаемого вопроса, в частности, дано определение трудовых ресурсов и психологического контракта как формы трудовых отношений, выделена его классификация, описаны два типа – транзакционный и реляционный. Основой практического исследования вопроса стал опрос, который базировался на разработке опросника и шкалы оценки уровня психологического контракта, удовлетворенности сотрудников работой, желания уволиться и ощущения организационной поддержки. Также в опросник были добавлены общие вопросы: пол, тип организации, стаж работы и т. д. – для выявления особенностей взаимодействия сотрудников с вышеупомянутыми факторами. В ходе исследования также была рассмотрена не только взаимосвязь между рассматриваемыми факторами, но и был проведен анализ их корреляции исходя из типа психологического контракта (транзакционный и реляционный). Представленный подход апробировался на представителях организаций российских и зарубежных компаний. Подводя итоги проведенного исследования, отметим, что выявлены оба типа психологического контракта, определены степени их взаимодействия с предположительными факторами влияния, а также сделаны выводы по этому поводу.

Ключевые слова: система взаимных ожиданий, управление трудовыми ресурсами, трудовые отношения, психологический контракт, контракт между сотрудником и работодателем, опрос, анкетирование, российская практика, зарубежный опыт.

Исследовательские вопросы, касающиеся управления трудовыми ресурсами, остаются актуальными и сегодня. Изучением подобных проблем занимаются различные российские и зарубежные ученые, в том числе исследованием мотивации сотрудников, взаимоотношений в трудовом коллективе и пр. [4; 5; 6; 7; 8; 9; 10]. В современной литературе психологический контракт рассматривается как один из способов управления трудовыми ресурсами компании. Рассмотрим подробнее содержание данного понятия и особенность его применения в управлении трудовыми ресурсами предприятия.

В теории менеджмента выделяют четыре основных фактора производства [3]: земля, капитал, труд, предпринимательство. Сегодня одним из главных факторов производства является труд. Он определяется как «целесо-

образная деятельность людей по созданию материальных и духовных благ, необходимых для удовлетворения потребностей отдельного человека, предприятий, людей или общества в целом» [1]. На макроэкономическом уровне понятие «труд» можно заменить на понятие «трудовые ресурсы», которое включает в себя население страны трудоспособного возраста, т. е. тех, кто имеет физический и интеллектуальный потенциал для производства товаров и услуг [2].

В менеджменте и экономике понятие психологического контракта обычно воспринимается как неписанные ожидания работника от работодателя [7]. Можно сказать, что это какие-то обязанности работодателя и поощрения, на выполнение которых сотрудник надеется взамен добросовестно исполненной им работы. Ученные выделяют два типа психологического

контракта, присущие работнику, – транзакционный (Т) и реляционный (Р) [4]. Первый тип базируется на экономических и внешних факторах. Такие сотрудники ожидают какую-либо материальную выгоду от своей работы [8]. Второй тип базируется на том, что работник воспринимает организацию как нечто большее, чем просто способ заработка [5]. Однако однажды наступает ситуация, когда происходит несоответствие ожиданий и реальности, что приводит к нарушению психологического контракта. Первым логичным последствием данной ситуации будет резкий рост неудовлетворения сотрудника [10]. Соответственно с ростом недовольства будет появляться желание уволиться с данного места работы [9]. Также вполне реальным результатом можем быть снижение ощущения организационной поддержки – оценки заботы организации о благополучии сотрудников и степени, в которой она ценит заслуги сотрудника [6].

Для выявления особенностей нарушения психологического контракта, присущих разным представителям отечественных и зарубежных компаний, нами было проведено исследование. Основа исследования – разработанная нами анкета, базирующаяся на методе опроса и представленных в экономической литературе шкалах С. Робинсона, Д. Руссо, Т. Юджа, А. Айзенберга, П. Подсакова и др. Она включает 16 вопросов, сгруппированных по блокам: базовые вопросы для описания выборки, вопросы для выявления нарушения психологического контракта в управлении трудовыми ресурсами организации, типа психологического контракта у респондентов, а также оценки различных факторов – желания уволиться, организационной поддержки и др. Итоги опросов были сведены в эконометрические модели, они представлены ниже.

Выборка исследования представлена следующими характеристиками. Суммарно в исследовании приняли участие 100 человек: половина – сотрудники российских компаний, другая половина – зарубежных. Разделение по полу опрашиваемых – один к одному, т. е. пятьдесят женщин и столько же мужчин. Наиболее зависимыми факторами, представленными в нашем исследовании, у российских респондентов яв-

ляются: нарушение психологического контракта с тремя факторами – удовлетворенностью работой, желанием уволиться и организационной поддержкой; организационная поддержка и желание уволиться. Среднюю зависимость имеют: пол и малые организации; малые организации с тремя факторами – нарушением психологического контракта, удовлетворением работой и ощущением организационной поддержки; удовлетворение работой с тремя факторами – желанием уволиться, организационной поддержкой и типом психологического контракта; ощущение организационной поддержки и тип психологического контракта.

В случае иностранных респондентов наблюдается сильная зависимость у следующих факторов: нарушение психологического контракта с тремя факторами – удовлетворенностью работой, желанием уволиться и организационной поддержкой; удовлетворенность работой с желанием уволиться и ощущением организационной поддержки. Средний уровень зависимости присутствует у следующих факторов: пол с малыми и средними организациями; желание уволиться с организационной поддержкой; организационная поддержка и тип психологического контракта. Общие итоги исследования выведем в табл. 1.

Таким образом, практически идентичны показатели среднего опыта работы, относительно большая разница в разделении организаций респондентов по типу, а также их отрасли. Показатели удовлетворения работой и ощущения организационной поддержки выше у иностранных респондентов, тогда как показатели частоты нарушения психологического контракта, а также желания уволиться у них ниже.

Теперь проанализируем, что люди с разным типом психологического контракта испытывают при его нарушении. Чтобы сделать это, нужно вывести уравнение линейной регрессии. Для более наглядной картины построим графики – сравнения полученных уравнений. Сравним, как основные три переменные (удовлетворение работой, желание уволиться, ощущение организационной поддержки) у представителей разных типов психологического контракта меняется в зависимости от нарушения психологического контракта (рис. 1 – А, Б, В).

Таблица 1

Итоги исследования психологического контракта в России и за рубежом

	Россия*	Зарубежные страны*
Средний опыт работы	14 лет	13,5 лет
Доля работников по типу предприятий (М – малый, С – средний, Б – крупный)	М – 40 % С – 12 % Б – 48 %	М – 58 % С – 22 % Б – 20 %
Наиболее популярная отрасль компаний	Торговля и управление (24 %)	Образование (28 %) Общественное питание (26 %)
Частота нарушения психологического контракта	55,8 %	36,8 %
Удовлетворенность работой	3,37	3,82
Желание уволиться	2,96	2,91
Ощущение организационной поддержки	3,43	3,6
Тип психологического контракта	Т – 56 % Р – 44 %	Т – 84 % Р – 16 %

* максимальное (лучшее) значение – 100 % или 5 ед.

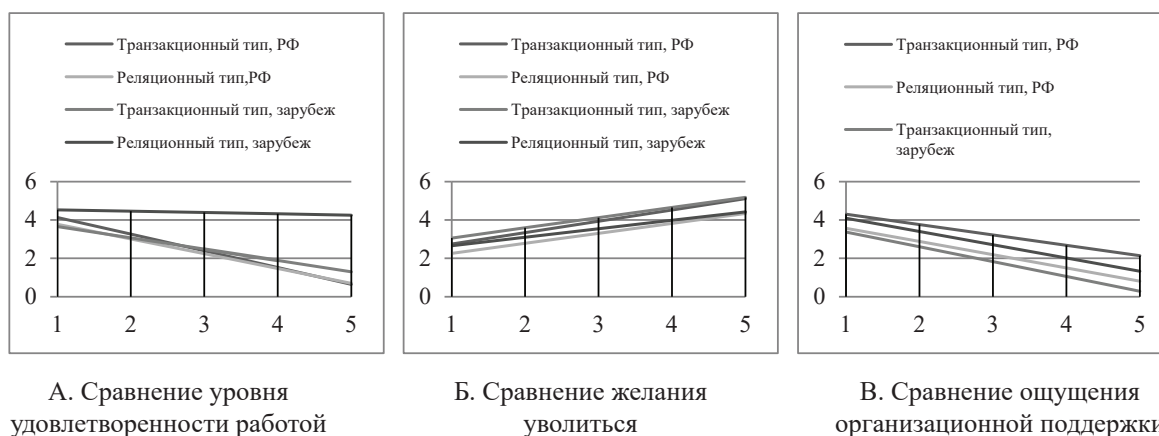


Рис. 1. Изменение факторов у разных типов психологического контракта

Из рис. 1 (часть А) видно, что в российской практике люди с транзакционным типом психологического контракта изначально имеют более высокий уровень удовлетворенности работой. Однако после среднего значения нарушения психологического контракта этот уровень снижается быстрее у представителей реляционного типа. Что касается зарубежной практики, то изначально у представителей транзакционного типа более низкий показатель, чем у респондентов с реляционным типом, однако у последних показатель практически не меняется с возрастанием степени нарушения психологического контракта. Из графика на рис. 1 (часть Б) видно, что желание уволиться изначально

выше у представителей транзакционного типа, а увеличение данного желания происходит практически идентично у представителей двух разных типов психологического контракта с увеличением степени его нарушения. Данное утверждение применимо к представителям как российских компаний, так и зарубежных. Графики на рис. 1 (часть В) весьма похожи для респондентов из России и зарубежья, однако в России представители транзакционного типа ощущают поддержку от организации сильнее, чем представители реляционного. У иностранных респондентов ситуация обстоит иначе: представители реляционного типа ощущают поддержку от организации сильнее.

Исходя из нашего исследования, можно сделать следующие выводы:

1. В малых компаниях России реже нарушается психологический контракт, а удовлетворение работой и ощущение организационной поддержки выше, что делает процесс управления трудовыми ресурсами менее трудоемким.

2. В обеих группах респондентов (Россия и зарубежные компании) присутствует отрицательная зависимость между удовлетворенностью работой и желанием уволиться, а также положительная с удовлетворенностью работой и организационной поддержкой, что позволяет говорить о важности последнего фактора в управлении трудовыми ресурсами организации.

3. В России люди с транзакционным типом психологического контракта чаще удовлетворены работой, тогда как в иностранных компаниях это свойственно людям с реляционным типом. Также в обоих случаях сотрудники с реляционным типом чаще имеют более высокий уровень ощущения организационной поддержки, что подчеркивает важность учета типа психологического контракта в управлении кадрами.

4. Люди с транзакционным типом психологического контракта из обеих групп изначально имеют более высокое желание уволиться, чем люди с реляционным типом. Увеличение данного желания происходит у обоих типов равномерно.

5. Иностранные представители реляционного типа имеют высокий уровень удовлетворенности работой, который практически не изменяется. Российские респонденты с транзакционным типом более удовлетворены работой, чем представители с реляционным, однако уровень их удовлетворения падает быстрее, чем у респондентов с транзакционным типом.

6. Аналогично ситуация обстоит и с ощущением организационной поддержки: иностранные респонденты с реляционным типом психологического контракта ощущают организационную поддержку сильнее, чем иностранцы с транзакционным типом. В российской практике все происходит наоборот – наибольшую организационную поддержку ощущают респонденты с транзакционным типом психо-

логического контракта. Данные особенности мы обсуждали в прошлом исследовании, где подчеркнули особенности менталитета и специфику управления трудовыми ресурсами.

Итоги исследования психологического контракта в организации могут быть применимы в управлении ее трудовыми ресурсами: при обозначении типа психологического контракта руководитель кадрового отдела изначально может предполагать, как поведет себя представитель того или иного типа психологического контракта, также это даст более точное понимание того, какой тип мотивации (материальный или нематериальный) будет лучше работать для определенного сотрудника. Кроме того, выявление преобладающего типа психологического контракта позволит организации грамотно выстроить систему управления кадрами, подобрать подходящие инструменты взаимодействия с сотрудниками.

Литература

1. *Азрилиян А.Н.* Большой экономический словарь. – М.: Институт новой экономики, 1997. – URL: <https://rus-big-economic-dict.slovaronline.com/16452-ТРУД> (дата обращения: 02.05.2022).
2. *Егорова М.С.* Трудовые ресурсы предприятия: оценка потребности и эффективности использования // Молодой ученый. – 2015. – № 9 (89). – С. 586–589.
3. *Пелихов Н.В., Кушиников Е.И.* К вопросу о факторах производства в современной экономике // Креативная экономика. – 2018. – № 11. – С. 1759–1770.
4. *Alcover C., Martinez-Inigo D., Chambel M.J.* Perceptions of employment relations and permanence in the organization: Mediating effects of affective commitment in relations of psychological contract and intention to quit // Psychological Reports. – 2012. – № 110. – Pp. 839–853.
5. *De Cuyper N., De Witte H.* The impact of job insecurity and contract type on attitudes, well-being, and behavioral reports: A psychological contract perspective // Journal of Occupational and Organizational Psychology. – 2006. – № 79. – Pp. 395–409.
6. *Eisenberger R., Huntington R., Hutchison S., Sowa D.* Perceived organizational support // Journal of Applied Psychology. – 1986. – № 71. – Pp. 500–507.
7. *Guest D.E., Conway N.* Communicating the psychological contract: an employee perspective // Human Resource Management Journal, – 2002. – № 12 (2). – Pp. 22–39.

8. *Rousseau D.M.* New hire perceptions of their own and their employer's obligations: A study of psychological contracts // *Journal of Organizational Behavior*. – 1990. – № 11. – Pp. 389–400.
9. *Suazo M.M.* The mediating role of psychological contract violation on relations between psychological contract breach and work-related attitudes and behavior // *Journal of Managerial Psychology*. – 2009. – № 24. – Pp. 136–160.
10. *Zhao H., Wayne S.J., Glibkowski B.C., Bravo J.* The impact of psychological contract breach on work-related outcomes: A meta-analysis // *Personnel Psychology*. – 2007. – № 60. – Pp. 647–680.

Информация об авторах

Ларионова Лилия Булатовна, студент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
E-mail: serazetdinova.lily@yandex.ru

Шугаева Алия Аюповна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
E-mail: a.shugaeva@mail.ru

L.B. LARIONOVA,
student

Kazan (Volga region) Federal University

A.A. SHUGAЕPOVA,
PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University

RESEARCH OF A PSYCHOLOGICAL CONTRACT IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (COMPARING THE EXPERIENCE OF RUSSIAN AND FOREIGN COMPANIES)

Abstract. This article is devoted to the study of human resource management issues from the point of view of a psychological contract. The paper considers the theoretical foundations of the proposed issue, in particular, the definition of labor resources and psychological contract as a form of labor relations is given, its classification is highlighted, two types are described: transactional and relational. The basis of the practical study of the issue was a survey, which was based on the development of a questionnaire and a scale for assessing the level of psychological contract, employee satisfaction with work, desire to quit and a sense of organizational support. Also, general questions were added to the questionnaire: gender, type of organization, work experience, etc. to identify the features of their interaction with the above-mentioned factors. The study also examined not only the relationship between the factors under consideration, but also analyzed their correlation based on the type of psychological contract (transactional and relational). The presented approach was tested on representatives of organizations of Russian and foreign companies. Summing up the results of the study, we note that both types of psychological contract have been identified, the degrees of their interaction with the alleged factors of influence have been determined, and conclusions have been drawn about this.

Keywords: system of mutual expectations, human resources management, labor relations, psychological contract, contract between employee and employer, survey, questionnaire, Russian practice, foreign experience.

References

1. *Azriliyan A.N.* Big Economic Dictionary. – M.: Institute of New Economics. – 1997. – URL: <https://rus-big-economic-dict.slovaronline.com/16452-TPYД> (date accessed: 02.05.2022).
2. *Egorova M.S.* Labor resources of the enterprise: assessment of needs and efficiency of use // *Young scientist*. – 2015. – No. 9(89). – P. 586–589.
3. *Pelikhov N.V., Kushnikov E.I.* On the issue of production factors in the modern economy // *Creative Economy*. – 2018. – No. 11. – P. 1759–1770.

4. *Alcover C., Martinez-Inigo D., Chambel M.J.* Perceptions of employment relations and permanence in the organization: Mediating effects of affective commitment in relations of psychological contract and intention to quit // *Psychological Reports*. – 2012. – No. 110. – P. 839–853.

5. *De Cuyper N., De Witte H.* The impact of job insecurity and contract type on attitudes, well-being, and behavioral reports: A psychological contract perspective // *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. – 2006. – No. 79. – P. 395–409.

6. *Eisenberger R., Huntington R., Hutchison S., Sowa D.* Perceived organizational support // *Journal of Applied Psychology*. – 1986. – No. 71. – P. 500–507.

7. *Guest D.E., Conway N.* Communicating the psychological contract: an employee perspective // *Human Resource Management Journal*. – 2002. – No. 12 (2). – P. 22–39.

8. *Rousseau D.M.* New hire perceptions of their own and their employer's obligations: A study of psychological contracts // *Journal of Organizational Behavior*. – 1990. – No. 11. – P. 389–400.

9. *Suazo M.M.* The mediating role of psychological contract violation on relations between psychological contract breach and work-related attitudes and behaviors // *Journal of Managerial Psychology*. – 2009. – No. 24. – P. 136–160.

10. *Zhao H., Wayne S.J., Glibkowski B.C., Bravo J.* The impact of psychological contract breach on work-related outcomes: A meta-analysis // *Personnel Psychology*. – 2007. – No. 60. – P. 647–680.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 338.27

Ю.Н. БОЖКОВ,

кандидат экономических наук, доцент

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова

Е.А. ЩЕТИНИНА,

кандидат экономических наук, доцент

*Санкт-Петербургский государственный технологический институт
(технический университет)*

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ И ПРОБЛЕМА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ЭКОСИСТЕМ

Исследование выполнено в рамках государственного задания Минобрнауки России (FZWN–2020-0016).

Аннотация. Исходная предпосылка статьи состоит в том, что цели устойчивого развития экономики и общества не могут быть достигнуты без инноваций во всех сферах деятельности. Учитывая актуальность этой проблематики, статья охватывает круг вопросов, связанных с новыми технологиями инновационного маркетинга, уточнением его сущности и содержания, а также применением к проектированию социально-экономических объектов. Методологическая посылка состоит в том, что, во-первых, следует рассматривать их как экосистемы, включая в анализ и проектирование соответствующие параметры. Во-вторых, инновационный маркетинг должен быть адекватен цифровой, «умной» экономике, ориентированной на сбалансированное, коэволюционное развитие человека, общества и природы. Многомерная социо-эколого-экономическая оценка объекта в предлагаемой авторами разработке основана на технологии форсайтинга как метода коллективного формирования будущего – прогнозного образа того или иного объекта, как производственного, так и инфраструктурного. Интеграция разносторонних критериальных оценок в процессе форсайтинга позволяет получить приближенный к реальности проект, адекватный требованиям Концепции устойчивости, оценить его с точки зрения потребителей и заодно создать его маркетинговое подкрепление. Форсайт-площадка может рассматриваться как PR-инструмент компаний, способствующий их продвижению, в том числе в виртуальных сетях и бизнес-сообществе, формированию имиджа предприятий и территорий.

Ключевые слова: инновационный маркетинг, цифровизация, теория перспектив, теория компромиссов, экосистема, форсайтинг.

Введение. В 2020 г. из-за пандемии коронавируса 9 из 10 компаний сократили бюджет маркетинга, имело место падение продаж. Но настоящая необходимость модификации маркетинга и его инструментов связана не только с этими факторами. В парадигме устойчивости развития, а также цифровизации экономики объективная потребность в инновационном маркетинге (ИМ) значительно возрастает, поскольку требуются быстрые изме-

нения бизнес-моделей, новые методы анализа и прогнозирования экономического поведения, способов удовлетворения потребностей, сбыта и продвижения, учет новых аспектов спроса. Так, digital-маркетинг не только дает аналитические платформы и идентифицирует стратегии продвижения с использованием цифровых устройств, но и выступает синонимом наиболее прогрессивных маркетинговых инструментов.

Вопрос о том, что подразумевать под инновационным маркетингом (ИМ), достаточно дискусионен. Предлагаются различные дефиниции этой категории, иногда под ней понимают маркетинг инноваций, что, на наш взгляд, некорректно. Нам ближе точка зрения, в частности, Е. Третьяковой, что ИМ есть концепция управления бизнесом [10], ориентированная на приоритет инвестрешений, носящих инновационный характер, охватывая все этапы жизненного цикла товара, стадии проектирования, производства, продвижения и сбыта. Его задачи заключаются: а) в модернизации продукта и технологий его получения; б) модернизации способов воздействия на потребителя и прочие заинтересованные группы; в) взаимодействии с экономическими и общественными акторами с целью удовлетворения потребности в устойчивом и безопасном развитии. Мы считаем, что ИМ – это интеграция всех существующих концепций и подходов к управлению рынком и поведению бизнес-организаций, но в принципиально новом формате, гораздо более многомерном, имеющим превентивный характер и оперирующий образом будущего.

В современных условиях ИМ раздвигает формат традиционного маркетинга, решающего задачи ассортиментной, ценовой и сбытовой политики и только отчасти касающегося новаций в свойствах товара и формах влияния на рынок. ИМ имеет дело с фундаментальными идеями и исследованиями, просеивая их через сито потребительских и общественно значимых нужд, порой еще не проявленных, и связан с воображаемым продуктом или объектом. Требования к ИМ – опережающий тип мышления, нестандартность подхода к решению задач, а также их масштаб: в частности, сегодня он нацелен на преодоление страхов людей, вызванных снижением безопасности, растущим неравенством, в том числе цифровым, прочими последствиями цифровизации, ухудшающейся экологией. Кроме того, методология ИМ основывается на учете межотраслевых связей, нахождении точек соприкосновения в научно-технических разработках, сетевом взаимодействии [8].

В этой связи актуализируется задача методического обеспечения более широкого при-

менения инструментария ИМ для преодоления неустойчивости развития экономики и общества – социальной, экологической и, как следствие, экономической [2]. Это означает, что нельзя руководствоваться только коммерческими и унифицированными критериями при выборе управленческих решений и формировании современных производственно-сбытовых систем, а также коммуникаций. И здесь одна из главных проблем ИМ – инерционность экономических и других систем, которая с трудом преодолевается современным инновационным менеджментом с его устоявшимся методологическим инструментарием.

Методология. В литературе выделяют два типа инновационного маркетинга:

1. Стратегический ИМ – анализ и прогноз поведения людей в новой системе и по отношению к инновациям и новым товарам, валидные исследования долгосрочной конъюнктуры и психофизиологических изменений; формирование аудитории потенциальных клиентов и партнеров, лидогенерация, выявление слабо осознаваемых, но жизненно важных и приоритетных в XXI в. потребностей.

2. Оперативный ИМ – конкретизация форм стратегического маркетинга инноваций, бизнес-процессов, связанных с конкурентоспособностью инновации, цифровое взаимодействие, тестирование, продвижение и адаптация нового продукта, объекта или проекта, маркетинг жизненного цикла инновации, ее коммерциализация и трансферт [9].

Полагаем, что для проектов по реализации Концепции устойчивости развития в большей мере подходит стратегический ИМ. Его инструментарий базируется на цифровых технологиях, теории нечетких множеств, big data, нейролингвистике, кибернетических приемах, моделировании, экосистемности, форсайтинге (табл. 1).

Обратим внимание на экосистемность как принцип современного маркетинга и менеджмента для производственных и других – смежных – предприятий, отвечающий требованиям концепции устойчивости [13, 14, 15]. Экосистема промышленного маркетинга строится вокруг «ядра», которым выступает «конкретный производитель с внутренней

Инструментарий инновационного маркетинга

Функционал	Инструменты и технологии	Сущность инструмента
Анализ и исследования	Бенчмаркинг, CRM, интернет-сканирование, Яндекс-Аналитика, Googl. Метрика, People Clout Loyalty	Эталонное сравнение, оперирование «большими числами», Term-множествами
Планирование и стратегирование	Интегрирование, коворкинг, экосистемность, форсайтинг, Open Loyalty	Цифровое взаимодействие в сфере партнерства, совместное проектирование будущего продукта или объекта
Экспериментирование	Искусственный интеллект, маркетинговое киберпространство	Многомерное моделирование и тестинг (4D-технологии и пр.)
Продвижение	Нейромаркетинг, таргетинг и ретаргетинг, SEO, Clarus Commerce, CrowdTwist, лидогенерации	Нарративность, использование экологических архетипов, контент-анализ, перформанс-маркетинг

цифровой средой, и предоставляющий своим партнерам – субъектам экосистемы – ценностные предложения основной и дополнительной продукции, а также сервисных и информационных услуг» [16]. Все участники экосистемы обладают «цифровым следом», объективно и точно учитывающим масштабность, активность и перспективность деятельности, а также «востребованность предложения конкретного партнера в рамках интегрированного ценностного предложения всей экосистемы» [17].

Остановимся более подробно на рассмотрении технологии форсайта и его связи с экосистемным маркетингом. По часто встречающейся трактовке [5, 12], форсайтинг – взгляд в будущее, процесс проектирования будущих объектов, к которым можно отнести как товары, так и системы, и структуры, основывающийся на совокупности методов экспертных оценок стратегических направлений социально-экономического и инновационного развития, технологических прорывов, способных воздействовать на объект в перспективе. Агентство стратегических инициатив (АСИ) и партнерство «Конструкторы сообществ практики» выделяют форсайт как один из способов мышления о будущем [11].

Следует отметить, что в сравнении с традиционным прогнозированием форсайт – более комплексный, многомерный подход [6]. В частности, А.П. Гарнов и И.В. Горохова отмечают то, что «важно, с каким настроением каждый участник приходит на «игру» и в каком направлении продолжает думать после игры» [3].

Один из основных принципов форсайта можно сформулировать следующим образом: наступление «желательного» варианта будущего во многом зависит от действий, предпринимаемых сегодня, поэтому выбор вариантов сопровождается разработкой мер, обеспечивающих оптимальную траекторию инновационного развития [7]. Также форсайт-проекты могут быть ориентированы и на укрепление неформальных взаимосвязей между участниками, создание так называемого ноосферного поля.

Для форсайтинга, как правило, мобилизуется значительное число экспертов. В рамках отечественного опыта при подготовке проекта «Атлас новых профессий 2.0» участвовало порядка 4 тыс. экспертов из разных стран мира [7].

Требование к форсайтингу: систематический, итерационный характер, тщательная спланированность и организация, по повторяющейся схеме.

Результат. Нами была предпринята попытка применения форсайтинга как инновационного инструмента маркетинга для проектирования в Белгородской области в Яковлевском городском округе (ГО) утилизационного предприятия как ядра экосистемы, в частности, с акцентом на его логистическую подсистему. Модель будущего объекта была составлена с учетом форсайт-сессии, которая охватывала в качестве экспертов представителей различных сообществ: промышленные предприятия, жителей округа, властные органы, экологические службы, социологов. Исходный проект: плани-

руется построить к 2023 г. автоматизированный мусоросортировочный завод, рассчитанный на три фракции и объем свыше 250 тыс. тонн ТБО в год. Вокруг проектируется рекреационная зона: парк и 4 сквера, а также инфраструктура для отдыха. Инвесторов необходимо найти в 2022 г. Часть вложений может быть покрыта за счет государственных субсидий. Поэтому для привлечения вкладчиков требуется тщательное и всестороннее обоснование проекта с одновременным презентированием на основе маркетинга.

Экосистемный маркетинг для данного объекта будет состоять в следующем:

1. Определение миссии и целей объекта, вытекающих из Концепции устойчивого развития (КУР).

2. Использование в качестве факторов конкурентоспособности позитивного потребительского опыта и лояльности организаций-потребителей.

3. Показатели социо-эколого-экономической эффективности.

4. Применение инновационных маркетингово-информационных инструментов, цифровых маркеров субъектов и объектов экосистемы для фиксации, передачи и анализа потребительского опыта.

5. Экологические архетипы включаются в контекст обсуждения и затем – в контент продвижения.

Методология оценки рассматриваемого проекта нашла отражение в табл. 2 и базировалась:

а) на бенчмаркинге («идеал» – Губкинский МПЗ «Флагман»);

б) сравнении с нормативными значениями или уже достигнутыми на других подобных объектах (например, число дополнительных рабочих мест);

в) суждении экспертов (на основании шкал).

Разница между значениями «да» и «нет» составляет долю тех, кто затруднился с отве-

Таблица 2

**Результаты форсайт-сессии
(% утвердительных и отрицательных ответов)**

Ответы участников форсайт-сессии на вопросы, эксплицирующие оценочные критерии	Участники сессии (по группам из 20 чел.)									
	Бизнес		Жители ГО		Социологи		Экологи		Власти	
	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет
Миссия соответствует КУР	68	23	71	12	73	18	55	27	89	2
Цель проекта отражает баланс интересов общества, природы и бизнеса	79	8	61	14	72	22	76	11	77	20
Высокая степень комплексности решения проблем	80	16	76	10	80	5	77	8	72	12
Высокая инновационность	66	21	72	6	78	17	69	10	84	9
Существенное число дополнительных рабочих мест	85	2	75	12	90	3	66	-	79	1
Повышает качество жизни в ГО, ее комфортность	71	5	63	16	60	11	54	13	75	-
Безопасность объекта отвечает нормам	81	-	68	4	72	5	51	22	83	2
Улучшение внешнего вида и имиджа ГО	93	2	77	6	79	10	68	14	84	-
Существенный рост налогов в местный бюджет	82	7	73	10	84	6	76	8	92	3
Перспективы технологических инноваций	65	10	70	7	73	-	65	11	73	10
Возможность расширения проектируемой экосистемы	89	2	75	8	45	23	59	20	79	4

том. Высокая доля таких ответов (более 20 %) говорит о недостаточности представленной информации. В нашем примере это вопросы о влиянии на качество жизни – в среднем 29 % – и перспективах технологических инноваций – в среднем 21 %.

Далее предполагается работа с теми ответами и оценками, которые имеют уровень ниже 75 % утвердительных: расширение круга релевантных данных, сбор предложений и корректировок по проекту, их повторное обсуждение.

Заключение. Итак, инновационный маркетинг (ИМ) представляет собой концепцию маркетинга, направленную на устойчивое развитие социально-экономических систем, основанную, с одной стороны, на экосистемном и междисциплинарном подходах, с другой – на желании предприятия непрерывно улучшать свои товары, услуги и методы привлечения клиентов, сообщества. Главное – ИМ формирует новые потребности, в частности коммуникативные, когнитивные, потребности в причастности к общему будущему. Поэтому крайне важно, чтобы они лежали в русле концепции устойчивого и ответственного развития. Еще одно направление ИМ – «интеграция социально и экологически ориентированных маркетинговых активностей в цикл жизни человека. Цель ее заключается в создании управляемой стратегии контактов или коммуникаций с помощью персонализированных обращений и ретаргетинга, чтобы поддержать будущих и настоящих клиентов на их пути к осуществлению покупки и полноценно воспользоваться ею» [8].

В качестве примера применения форсайтинга как инструмента инновационного маркетинга приведена многокритериальная оценка проекта объекта. Она была получена в результате первичной форсайт-сессии, включающей 100 экспертов. В ней, помимо экономических, учтены критерии как социального, так и экологического характера. Однако можно сделать вывод, что одной сессии недостаточно для точности планирования будущего объекта, удовлетворяющего самые различные потребности и соответствующего новой технологической социальной среде.

Отметим также, что при использовании инструментария форсайтинга мы расширяем сферу маркетинга – от традиционного формата до социального и территориального, а также партнерского [1, 4], в силу чего маркетинговое управление окажется более эффективным. Важно и то, что форсайт-площадка является собой инструмент пиара компаний, их продвижения, в том числе в виртуальных сетях и бизнес-сообществе, создания имиджа предприятий и территории. Формируются горизонтальные сети, дающие возможность проявления и инициации коллективного разума, живого общения бизнеса, науки и общественности по приоритетным направлениям развития регионов, макрорегионов, страны в целом. А этому, в свою очередь, способствуют цифровые технологии.

Таким образом, методологическую базу форсайтинга необходимо развивать и обеспечивать ее инструментарное наполнение соответственно возникающим вызовам, социально-экологическим запросам и техническим прорывам.

Литература

1. Акулич М. Маркетинг перфоманс и партнерский (аффилированный, CPA) маркетинг. – URL: <https://litportal.ru/avtory/margarita-akulich/read/page/3/kniga-marketing-perfomans-i-partnerskiy-affilirovannyy-cpa-marketing-793805.html> (дата обращения: 12.02.2022).
2. Бендерская О.Б. Устойчивое развитие экономических систем: традиционное и современное значения термина // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. – 2016. – № 4. – С. 225–228.
3. Гарнов А.П., Горохова И.В. Форсайт: сотрудничество государства и бизнеса в создании конкурентоспособных инноваций и стратегий. – URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17897587> (дата обращения: 2.02.2022).
4. Жданов С. Методология форсайтов. – URL: <https://www.slideshare.net/SergeyBerlinSky/ss-46141593> (дата обращения: 2.02.2022).
5. Корнева Ж.В., Граб И.С., Исмаилова Т.Ю., Ракутина И.С. Возможности использования форсайт-сессий в разработке стратегии развития города «Липецк-2035» // Управленческие науки. – 2017. – № 2. – С. 32–43.
6. Лукиа П. Стратегическая форсайт-сессия в области образования. – URL: <http://metaver.net/2011/edu2030/> (дата обращения: 1.02.2022).

7. Раков С. Что такое форсайт? – URL: http://igfgos.blogspot.ru/p/blog-page_29.html (дата обращения: 21.02.2022).
8. Роздольская И.В., Осадчая С.М., Лихонин К.В. Инновационные маркетинговые коммуникации: учебное пособие. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2015. – 248 с.
9. Твердохлебова М.Д. Интернет-маркетинг: учебник. – М.: КноРус, 2020. – 192 с.
10. Третьякова Е.А. Специфика современного инновационного маркетинга // Хроноэкономика. – 2018. – № 3 (15). – С. 84–89.
11. Что такое форсайт и как им пользоваться // РБК. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/5eb542c89a79470ed74f2d21> (дата обращения: 3.02.22).
12. Чуланова О.Л. Форсайт-сессии как инновационный инструмент стратегического управления и работы проектных команд // Материалы Афанасьевских чтений. – 2018. – С. 28–29.
13. Benitez G.B., Ayala N.F., Frank A.G. Industry 4.0 innovation ecosystems: An evolutionary perspective on value cocreation // International Journal of Production Economics. – 2020. – Vol. 228.
14. Zahra S.A., Nambisan S. Entrepreneurship and strategic thinking in business ecosystems // Business Horizons. – 2012. – Vol. 55. – № 3. – Pp. 219–229.
15. Zhang X., Ding L., Chen X. Interaction of open innovation and business ecosystem // International Journal of u- and e-Service, Science and Technology. – 2014. – Vol. 7. – № 1. – Pp. 51–64.
16. Sidorenko A.S., Schekachkina N.R., Maksaev A.A., Belkina E.N., Khachirov E.N. Research of competitive advantages of coastal regions in the context of formation of favorable image of territory // Espacios. – 2020. – Vol. 47. – Is. 07. – P. 10.
17. Shirokova G., Tsukanova T. Impact of the domestic institutional environment on the degree of internationalization of SMEs in transition economies // International Journal of Entrepreneurship and Innovation. – 2013. – Vol. 14. – Is. 3. – Pp. 193–204.

Информация об авторах

Божков Юрий Николаевич, кандидат экономических наук, доцент, Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова.

E-mail: bun_belgo@mail.ru

Щетинина Елена Александровна, кандидат экономических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет).

E-mail: schetinina@inbox.ru

YU.N. BOZHKOVA,

PhD in Economics, Associate Professor

Belgorod State Technological University n. a. V.G. Shukhov

E.A. SHCHETININA,

PhD in Economics, Associate Professor

St. Petersburg State Technological Institute (Technical University)

INNOVATIVE MARKETING AND THE PROBLEM OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SOCIO-INDUSTRIAL ECOSYSTEMS

Abstract. The basic premise of the article is that the goals of sustainable development of the economy and society cannot be achieved without innovation in all spheres of activity. Considering the relevance of this issue, the article covers a range of issues related to new technologies of innovative marketing, clarification of its essence and content, as well as application to the design of socio-economic objects. The methodological premise is that, firstly, they should be considered as ecosystems, including the appropriate parameters in the analysis and design. Secondly, innovative marketing should be adequate to a digital, “smart” economy focused on the balanced, co-evolutionary development of man, society and nature. The multidimensional socio-ecological-economic assessment of an object in the development proposed by the authors is based on the technology of foresight as a method of collective formation of the future – forecast – image of an object, both industrial and infrastructural. The integration of versatile criteria assessments in the foresight process allows us to get a project that is close to reality, adequate to the requirements of the Sustainability Concept, evaluate it from the point of view of consumers and at the same time create its marketing reinforcement. The foresight platform can be considered as a PR tool for

companies that contributes to their promotion, including in virtual networks and the business community, and the formation of the image of enterprises and territories.

Keywords: innovative marketing, digitalization, perspective theory, compromise theory, ecosystem, foresight.

References

1. *Akulich M.* Marketing performance and partner (affiliated, CPA) marketing. – URL: <https://litportal.ru/avtory/margarita-akulich/read/page/3/kniga-marketing-performans-i-partnerskiy-affilirovanny-cpa-marketing-793805.html> (date accessed: 12.02.2022).

2. *Benderskaya O.B.* Sustainable development of economic systems: traditional and modern meanings of the term // Bulletin of the Belgorod State Technological University n. a. V.G. Shukhov. – 2016. – No. 4. – P. 225–228.

3. *Garnov A.P., Gorohova I.V.* Foresight: cooperation between the state and business in creating competitive innovations and strategies. – URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17897587> (date accessed: 02.02.2022).

4. *Zhdanov S.* Foresight methodology. – URL: <https://www.slideshare.net/SergeyBerlinSky/ss-46141593> (date accessed: 02.02.2022).

5. *Korneva Zh.V., Grab I.S., Ismailova T.Yu., Rakitina I.S.* Possibilities of using foresight sessions in the development of the city development strategy “Lipetsk – 2035” // Management Sciences. – 2017. – No. 2. – P. 32–43.

6. *Luksha P.* Strategic foresight session in the field of education. – URL: <http://metaver.net/2011/edu2030/> (date accessed: 01.02.2022).

7. *Rakov S.* What is foresight? – URL: http://igfgos.blogspot.ru/p/blog-page_29.html (date accessed: 21.02.2022).

8. *Rozdolskaya I.V., Osadchaya S.M., Lichonin K.V.* Innovative marketing communications: Study guide. – Belgorod: Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, 2015. – 248 p.

9. *Tverdokhlebova M.D.* Internet Marketing: Textbook. – M.: KnoRus, 2020. – 192 p.

10. *Tretyakova E.A.* Specificity of modern innovative marketing // Chronoeconomics. – 2018. – No. 3 (15). – P. 84–89.

11. What is foresight and how to use it // RBC. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/5eb542c89a79470ed74f2d21> (date accessed: 03.02.22).

12. *Chulanova O.L.* Foresight sessions as an innovative tool for strategic management and work of project teams // Materials of the Afanasiev Readings. – Economics and business. – 2018. – P. 28–29.

13. *Benitez G.B., Ayala N.F., Frank A.G.* Industry 4.0 innovation ecosystems: An evolutionary perspective on value co-creation // International Journal of Production Economics. – Vol. 228. – 2020.

14. *Zahra S.A., Nambisan S.* Entrepreneurship and strategic thinking in business ecosystems // Business Horizons. – 2012. – Vol. 55. – No. 3. – P. 219–229.

15. *Zhang X., Ding L., Chen X.* Interaction of open innovation and business ecosystem // International Journal of u- and e-Service, Science and Technology. – 2014. – Vol. 7. – No. 1. – P. 51–64.

16. *Sidorenko A.S., Schekachkina N.R., Maksaev A.A., Belkina E.N., Khachirov E.N.* Research of competitive advantages of coastal regions in the context of formation of favorable image of territory // Espacios. – 2020. – Vol. 47. – Issue 07. – P. 10.

17. *Shirokova G., Tsukanova T.* Impact of the domestic institutional environment on the degree of internationalization of SMEs in transition economies // International Journal of Entrepreneurship and Innovation. – 2013. – Vol. 14. – Is. 3. – P. 193–204.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 336.62

Э.И. ГИБАДУЛЛИН,

аспирант

Финансовый университет при Правительстве РФ

ПОНЯТИЕ ЦИФРОВОЙ ПРЕМИИ И АНАЛИЗ РЫНКОВ

Аннотация. Значительные структурные изменения в глобальной экономике в XXI в. в первую очередь обусловлены трансформацией в технологическом укладе современного общества. На данный момент около половины компаний по всему миру так или иначе приступили к процессу цифровой трансформации своей деятельности. Однако что это значит, какие цели, а самое главное, последствия несет цифровизация для общества и экономики? Какие компании или экономические агенты должны участвовать в данном процессе? Необходима ли обществу на данном этапе цифровая трансформация и что каждый из участников данного процесса вкладывает в это понятие? Все эти вопросы являются краеугольными для понимания текущих изменений в мировой экономике.

В данной работе рассмотрены различные подходы к определению понятий «цифровизация» и «цифровая трансформация» и предложено толкование данных терминов посредством анализа влияния цифровизации на финансовые, операционные и стоимостные показатели компании, проанализированы различные аспекты и факторы цифровой трансформации компании, ее содержание и признаки, рассмотрены различные риски, возникающие в процессе цифровой трансформации, а также проанализированы результаты цифровизации и их влияние на деятельность компаний.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая премия, цифровая экономика, цифровая трансформация, цифровая зрелость.

Введение

Цифровизация и цифровая трансформация жизнедеятельности человека все активнее проникает в бизнес-среду. Так, помимо лидеров ИТ-отрасли к процессу цифровой трансформации все активнее подключаются компании из более консервативных отраслей.

Согласно анализу Э.И. Гибадуллина, уже сейчас около 28 % мировой экономики приходится на ИТ-компании, которые способствуют цифровизации всей экономики. Более того, автор утверждает, что около половины представителей мировой экономики так или иначе начали и развивают процесс цифровой трансформации своего бизнеса [1].

Вслед за развитием бизнес-среды, развивается и научная литература, а также понятийный аппарат данного научного направления. В то же время в научной литературе принято подходить к определению термина «цифровизация»

с технологической точки зрения, не учитывая экономическое влияние процесса трансформации на операционную деятельность бизнеса.

Исходя из всего вышесказанного, в данной работе автор решает актуальный вопрос определения термина «цифровизация», структурирует имеющуюся научную литературу по данной тематике, а также выдвигает свое определение терминов «цифровизация» и «цифровая премия», необходимое для анализа влияния процесса цифровизации на финансовые показатели трансформирующейся компании и на цену ее акций.

Подходы к раскрытию понятия цифровой премии

Хотя вопрос о цифровой трансформации приобрел особую популярность только в последние десять лет, значимость и неизбежность цифровизации обсуждались еще в 1990-х гг.

Тем не менее академических исследований, посвященных цифровизации бизнес-процессов на предприятиях, по-прежнему довольно мало и основная их часть сосредоточена на концепции цифровизации как таковой, а не на анализе конкретных зависимостей и эффектов, во всяком случае, на уровне ниже странового. Помимо этого, рассуждая о российской бизнес-стратегии, нельзя не отметить, что в ней по-прежнему редко уделяется внимание цифровой зрелости компании. Современный уровень цифровизации российского бизнеса не высок, поэтому исследований на данных российских компаний практически нет, за исключением широко распространенных опросов генеральных директоров высшего уровня об их практике цифровизации. Несмотря на это, имеется ряд работ, которые имеют непосредственное отношение к теме данного исследования.

В профессиональной среде само понятие «цифровая трансформация», а также некоторые родственные понятия, такие как «цифровая зрелость» и «цифровизация», появились относительно недавно. В научной литературе, в международных справочниках или в правительственных документах еще не появилось общепринятого определения.

При попытке сформулировать определение ситуации, в которой компания с более высоким уровнем цифровизации обладает более высокой стоимостью за счет большей эффективности своей деятельности можно столкнуться с проблемой нехватки научной проработанности данного вопроса.

В иностранной литературе нет ни одного сформулированного термина, который отражал бы суть зависимости стоимости компании от уровня цифровизации. Данная проблема в большей степени связана с низким уровнем проработанности данного вопроса со стороны научного сообщества.

Наиболее релевантные научные исследования по анализу зависимости финансовых показателей компании и ее капитализации от уровня цифровизации начали появляться только в 2019–2021 гг., когда вышли работы М. Соммарберга и С. Маккинена [2], С. Рибейро-Наваретте [3] и Э. Гибадуллина [4].

В связи с тем, что сама тематика находится на стадии зарождения, терминологический аппарат полностью еще не сформирован. Наиболее приближенное определение, связывающее уровень цифровизации и стоимость компании, дали в своей работе М. Соммарберг и С.Ю. Маккинен [2], которые определили цифровизацию как процесс повышения стоимости компании за счет использования цифровых технологий. Как видно из определения, ученые наиболее близко подошли к определению цифровизации через связь между уровнем цифровизации и стоимостью бизнеса. Ученые закладывают в свое определение фундаментальную мысль, которая заключается в том, что компания использует новые цифровые продукты для повышения эффективности своей деятельности (за счет автоматизации процессов, снижения числа человеческих ошибок, снижения себестоимости и повышения производительности) и повышения собственной капитализации, т. е. конечной целью цифровизации бизнес-процессов является повышение стоимости бизнеса.

Более стандартное определение цифровизации через технологическую составляющую дали К. Матцлер [6] и Ф. Вендрелл-Хереро [7]. Согласно их определению, цифровизация – это использование цифровых возможностей или комбинация различных технологий для разработки принципиально новых продуктов, предоставления новых цифровых услуг и улучшения бизнес-модели. Данное определение хорошо описывает суть цифровизации, однако, как и многие другие определения данного понятия, не указывает на цель цифровизации бизнеса.

Аналогичная логика в определении цифровой трансформации у Л. Гуо и Л. Ксу [8]. Согласно их определению, цифровая трансформация является целенаправленным действием компании в области улучшения отношений с клиентами, операционных процессов или бизнес-моделей с помощью цифровых технологий.

Исходя из анализа подходов (подробнее см. табл. 1) к определению «цифровизация» со стороны крупных институциональных организаций, также можно прийти к выводу, что на данный момент нет четко сформулированного определения цифровизации.

Приведенные в таблице примеры определенных показывают, что понятие «цифровизация» весьма многогранно и поддается очень широкому толкованию. В нем формируется некое обобщение весьма большого спектра явлений, а смысл во многом зависит от контекста, в котором это понятие используется. Так, на предприятии цифровизация затрагивает процессы производства, сопровождения и управления; в экономике она открывает новые способы взаимодействия между участниками; а в обществе приводит к появлению новых форматов взаимодействия для выполнения различных задач. Даже внутри этих групп понимание цифровой трансформации может сильно различаться, включая отраслевую специфику. Нечеткость содержания понятия усиливается тем, что оно описывает относительно новые, во многом неизученные и весьма быстро развивающиеся явления. Цифровизация рассматривается большинством исследователей как процесс изменения (трансформации) сложившихся социально-экономических институтов в результате внедрения цифровых технологий. Тем не менее развитие самих цифровых технологий происходит настолько быстро и временами так непрогнозируемо, что предугадать послед-

ствия их распространения становится крайне сложно, а часто практически невозможно даже в общих чертах. И эта неопределенность очень быстро возрастает, если мы пытаемся удлинить горизонт прогнозирования или планирования на среднесрочную и даже долгосрочную перспективу. Концепция цифровизации сама по себе не дает конкретных инструкций с четко определенным маршрутом от определенной начальной точки до определенного конечного состояния, а скорее является руководством к действию.

Исходя из анализа научной литературы, на данный момент нет хорошо структурированного определения премии к ценам акций, которая выражается в более высокой капитализации компаний с более высоким уровнем цифровизации.

Несмотря на отмеченные особенности, теоретическая и аналитическая проработка рассматриваемого понятия идет параллельно как в академической, так и в деловой среде. В научной литературе, различных аналитических докладах и периодических изданиях тематика цифровизации рассматривается многопланово. Наряду с анализом содержания цифровой трансформации, авторы пытаются прогно-

Таблица 1

Примеры подходов к определению цифровизации [9]

Определение	Источник
Проявление качественных, революционных изменений, заключающихся не только в отдельных цифровых преобразованиях, но и в принципиальном изменении структуры экономики, в переносе центров создания добавленной стоимости в сферу выстраивания цифровых ресурсов и сквозных цифровых процессов	World Bank
Использование данных и цифровых технологий для создания новых или изменения существующих видов деятельности; цифровая трансформация – совокупность экономических и социальных эффектов в результате цифровизации	OECD
Применение инновационных разработок на основе информационных и телекоммуникационных технологий для решения различных задач. Непрерывный процесс мультимодального внедрения цифровых технологий, которые коренным образом меняют процессы создания, планирования, проектирования, развертывания и эксплуатации сервисов государственного и частного сектора, делая их персонализированными, безбумажными, безналичными, устраняя требования физического присутствия, на основе консенсуса сторон	ITU
Направления радикального влияния цифровых продуктов и услуг на традиционные секторы экономики	UNCTAD
Значительные изменения во всех секторах экономики и общества в результате внедрения цифровых технологий во все аспекты человеческой жизни	European Commission

зировать ее эффекты и долгосрочные последствия. Большинство исследований сводится к нескольким ключевым вопросам:

1. Что такое цифровая трансформация, каковы ее границы?

2. Каковы ключевые характеристики цифровой трансформации?

3. Какие факторы способствуют цифровой трансформации?

4. На что направлена цифровая трансформация, каковы ее последствия?

Как показывает практика ведущих стран, под цифровизацией подразумевается секторальный принцип содействия по внедрению новых технологий. В этом случае реализуемые проекты могут быть основаны как на принципе реализации одной группы многообещающих технологий в нескольких отраслях, для которых это наиболее актуально, так и, напротив, обеспечивать цифровое преобразование конкретной отрасли за счет форсированного внедрения большого количества технологически разнообразных решений, необходимых в данном секторе экономики или социальной сферы.

Ярким примером первого подхода является программа искусственного интеллекта (ИИ) в Сингапуре, которая включает в себя пять отраслевых проектов: интеллектуальное планирование грузоперевозок, бесперебойное оказание государственных услуг, диагностика и прогнозирование хронических заболеваний на ранней стадии, индивидуализация образовательных траекторий и оптимизация миграционных процедур.

Ярким примером второго подхода являются многочисленные программы, запущенные в секторе здравоохранения в 2020 г. в ответ на пандемию COVID-19. Например, США осуществили программу стоимостью 200 млн долл. на поддержку телемедицинских услуг, Европейский союз выделил 55,2 млн евро для оказания поддержки инновационным проектам по борьбе с последствиями пандемии, Министерство здравоохранения Германии направило 3 млрд евро на реализацию высокотехнологичных решений, дистанционное обслуживание пациентов, медицинскую робототехнику, повышение безопасности ИТ-систем.

Процесс цифровизации оказывает влияние на множество секторов и организаций – от наиболее продвинутых в плане цифровизации (таких, как финансовые услуги) до более осторожного сектора реальной экономики. В качестве примера первого случая можно привести пакет мер Европейского союза по поддержке финтех-компаний и устранению регулятивных барьеров для криптоактивов.

Если же говорить о втором случае, то это проекты цифровизации в сельском хозяйстве (такие, как программа Agro 4.0 по внедрению технологий на агропредприятиях Бразилии) или промышленности (программа Англии стоимостью 170 млн евро по модернизации процессов производства и цепочек поставок).

В отечественной научной литературе вопросы цифровой трансформации и анализа тенденций цифрового и технологического влияния на финансовые рынки и финансовые системы наиболее широко охвачены К.В. Криничанским и Б.Б. Рубцовым [10].

Цифровизация – это не только внедрение цифровых технологий, но и преобразование множества горизонтальных и вертикальных бизнес-процессов, оптимизация операционных процедур, изменение устоявшихся моделей и форматов взаимодействия между участниками цепочек создания добавленной стоимости. Новые технологические решения требуют комплементарных инвестиций в совершенствование организационных практик, развитие компетенций сотрудников, культуры работы с данными и цифровыми решениями.

Цифровизация способствует решению системных проблем в отраслях, реорганизации труда и автоматизации рутинных задач. Так, в электроэнергетике сокращается количество аварий на объектах инфраструктуры, в строительстве – уровень травматизма на стройплощадке. Благодаря цифровым продуктам улучшается координация внутри и между организациями, сокращаются транзакционные издержки. Например, платформенные решения в логистике снижают роль посредников, одновременно расширяя возможности для коммуникации с конечными потребителями. В электроэнергетике потребители становятся

просьюмерами, т. е. самостоятельно генерируют электроэнергию и получают возможность продавать ее излишки.

С учетом приведенных выше соображений в данном исследовании предлагается следующее определение цифровизации. Цифровизация – это качественные изменения в бизнес-процессах или способах осуществления экономической деятельности в результате внедрения цифровых технологий в целях повышения эффективности основной деятельности экономического агента.

Основные элементы цифровизации

На данный момент в научной литературе принято включать в перечень цифровых технологий: большие данные (Big Data), аналитику данных, социальные сети, облачные вычисления и смарт-устройства, а также многие другие элементы цифровой экономики. Традиционные фирмы, исходя из текущих тенденций развития глобальной экономики, постепенно начинают трансформировать свой бизнес по нескольким причинам. Согласно исследованию Б. Денинга с коллегами [10], основным посылом цифровой трансформации является глубокое изменение способов ведения бизнеса, повышение его эффективности и клиентоориентированности.

Для цифровой трансформации водоразделом служат две основные концепции. С одной стороны, согласно исследованиям Й. Йо [12] и К. Шваба [13], компании признают потенциал новых технологий, которые способны переопределить операционные процессы и бизнес-модели. Однако, согласно исследованию Г. Вестермана [14], не просто внедрение новой технологии является движущей силой технологического прогресса, а внимательный и разумный выбор передовых систем, которые помогают переопределить функции и расширить границы фирмы. С другой стороны, согласно исследованию М. Фитзджеральда [15], фирмы ощущают давление со стороны как клиентов, так и конкурентов. Для клиентов все большее значение приобретают социальные сети и онлайн-услуги. Если компания не сможет удовлетворить потребности клиентов, она может столкнуться с серьезными ограничениями для успешного будущего. Кроме того, М. Фитзге-

ральд [15] утверждает, что новое цифровое сравнение заставляет компании либо идти в ногу с новыми методами и процессами, либо столкнуться с конкурентным устареванием. Кроме того, организации начинают понимать силу источников данных, которые являются основой для продвинутой аналитики данных.

Анализ данных

Аналитика меняет то, как компании могут преобразовывать понимание в действия. Новые технологии позволяют компаниям думать наперед, т. е. использовать собранную информацию для улучшения прогнозирования. Знать, что произошло и по каким причинам, уже недостаточно. Организациям необходимо быть в курсе того, что происходит в данный момент и что может произойти в ближайшем будущем. Эти сведения превосходят традиционные показатели и метрики, поскольку они позволяют организациям своевременно и адекватно реагировать, когда это необходимо. Данные выводы базируются на работе С. Лавеллы и его коллег [16]. Традиционные инструменты поддержки принятия решений и бизнес-аналитика вытесняются техническими инновациями и достижениями в области аналитики больших данных. Согласно исследованию Т. Давенпорта [17], под аналитикой больших данных понимается «концентрация на очень больших, неструктурированных и быстро меняющихся данных». Сложные алгоритмы, искусственный интеллект и возможности когнитивных вычислений, которые улучшают цифровые услуги и продукты, зависят от аналитики больших данных. Точнее говоря, цифровизация проявляется в двух ключевых областях. Первая, согласно Р. Заммуто [18], – это увеличение вычислительной мощности и больших данных, которые служат основой для компьютерного моделирования, прогнозирования и искусственного интеллекта. Одним словом, внедрение инновационных цифровых решений, которые позволяют компаниям работать в цифровой экосистеме. Вторая, согласно исследованиям П. Вилла и С. Воернера [19], – это более глубокое понимание человеческого мышления и суждений. У организаций есть желание больше знать о клиентах и поведении клиентов в целом. Усилия по цифрови-

зации обычно вращаются вокруг интеграции этих двух направлений.

Для того чтобы оценить влияние передовой аналитики, С. Лавелл и его коллеги [16] провели глобальный опрос в сотрудничестве с Институтом ценности бизнеса IBM. Согласно их выводам, широкое использование информации и ее интерпретация с помощью аналитики повышают эффективность работы компании. Компании с высокими показателями используют в среднем в пять раз больше аналитики, чем компании с низкими показателями. Организации хотят получать больше информации в более быстром темпе и стараются усовершенствовать свои аналитические подходы. Управление данными с сильной способностью их собирать, хранить, агрегировать и анализировать разделяет организации и выступает в качестве дифференцирующего фактора. Принятие управленческих решений теперь не только дополняется, но и базируется на решениях, основанных на данных. Оптимальные решения для различных сценариев рассчитываются компьютерами с помощью симуляций, математической оптимизации и моделирования выбора. С. Лавелл и его коллеги [16] обнаружили, что ведущие компании чаще и больше полагаются на бизнес-информацию и аналитику. Другими словами, существует четкая тенденция полагаться на аналитику, а не на интуицию. Однако общая проблема, с которой сталкиваются компании, заключается в поиске адекватного способа анализа огромного количества данных. Согласно исследованию, основная проблема заключается в отсутствии понимания того, как использовать аналитику. Это подтверждает выводы исследований С. Лавеллы и его коллег [16], Г. Кане и его коллег [20] о том, что барьеры для внедрения аналитики в основном управленческие.

Другим аспектом является объем доступных сегодня данных, который постоянно растет. Компании активно собирают и добывают данные из множества внутренних и внешних источников. Кроме того, стоимость обработки и хранения данных, даже в огромных масштабах, ничтожно мала. Эти эффекты, согласно исследованиям К. Лоебекка и А. Пикота [21], позволяют компаниям внедрять машинное

считывание и, с помощью соответствующего программного обеспечения, интерпретацию данных для повышения эффективности принятия решений. С огромным количеством данных и более сложными техническими достижениями в области анализа данных организации все больше полагаются на принятие управленческих решений на основе данных. Кроме того, К. Лоебекк и А. Пикот [22] утверждают, что цифровизация все еще снижает предельные затраты и приводит к положительному эффекту масштаба, что благоприятствует более централизованному подходу к производству.

В итоге, согласно работам К. Лоебекка и А. Пикота [23], целью цифровизации является оптимизация бизнес-процессов, повышение эффективности и качества продукции, а также качества услуг с использованием передовых систем ИКТ. Аналитика больших данных и изобилие данных позволяют фирмам предсказывать настоящее и улучшать прогнозы на будущее на основе информации, хранящейся в данных. Фирмы, продающие товары широкому кругу клиентов, например розничные торговцы, используют аналитику больших данных для анализа поведения покупателей. С одной стороны, это позволяет фирмам напрямую ориентироваться на определенных покупателей с помощью персонализированной рекламы. С другой стороны, выяснение того, что покупатели обычно покупают вместе или если намечается какое-то особое событие, позволяет компаниям соответствующим образом корректировать свои запасы. Например, Walmart, американская компания розничной торговли, использует данные как о погоде, так и о складских запасах для прогнозирования будущих продаж. Анализируя историю покупателей в компьютерной сети Walmart, согласно исследованию К. Хайса [22], компания начинает предсказывать продажи до того, как они произойдут. Оба способа использования анализа поведения покупателей в итоге увеличивают продажи и уменьшают количество казусов, вызванных просчетами.

Более того, аналитика больших данных не обязательно должна останавливаться на стороне клиента. Процессы, охватывающие всю цепочку поставок, могут храниться и анализироваться с помощью компьютерных моделей.

Конечная цель фирм, согласно исследованию К. Хайса [22], двояка: повысить эффективность на всех уровнях за счет оптимизации и более бережливых операций и использовать данные для прогнозирования и управления бизнесом.

Компьютерная симуляция

Усовершенствованные компьютерные модели позволяют проводить имитационное моделирование и выполнять сценарии «что-если». Компании используют приборные панели, которые отображают данные о деловых операциях в режиме реального времени. Таким образом, пользователи могут действовать на ранней стадии и решать проблемы, когда показатели производительности указывают на возможность их возникновения. Для производственных компаний с несколькими этапами производства это помогает избежать ситуаций, когда могут пострадать более поздние этапы производственной линии. Полный потенциал использования данных раскрывается, когда они используются для моделирования и прогнозирования. Алгоритмы и использование искусственного интеллекта позволяют выявлять закономерности в данных. Полученные результаты, согласно исследованию Р. Заммута [18], затем проецируются для прогнозирования поведения покупателей, отношений с поставщиками, поведения конкурентов и отрасли в целом. Анализ «что-если» позволяет фирмам отделить реальные цифры и заменить их альтернативными действиями для наблюдения за изменениями. Это позволяет фирмам обнаружить новые возможности, такие как альтернативные действия, уменьшить неопределенность и продвинуться в новых направлениях. Например, производитель может провести имитационное моделирование того, что произойдет с доступностью поставщиков, если он решит изменить определенные детали или материалы в процессе сборки. Одним словом, согласно исследованию Р. Заммута [18], симуляции дополняют процесс принятия организационных и управленческих решений.

Облачные вычисления

Еще одной темой, которая является частью цифровой трансформации, являются облачные

вычисления. П. Каллеверт [23] утверждает, что использование внешних вычислительных мощностей открывает беспрецедентные возможности для организаций, которые в значительной степени полагаются на вышеупомянутые вычислительные мощности. Характеристики облачных вычислений следующие. Во-первых, поскольку облако – это в первую очередь интернет-провайдер, на услуги которого организации могут подписаться, оно сразу же масштабируется для отдельной компании. Если компания хочет хранить значительно больший объем данных, она может просто увеличить объем хранилища, предоставляемого облаком, с минимальной временной задержкой. Дополнительные мощности находятся наготове, если компании потребуется больше хранилища. Во-вторых, благодаря высокой степени абстракции облачные услуги оплачиваются по факту. Это повышает экономическую эффективность для организаций, поскольку они платят только за используемые услуги. Если организация хочет проводить меньше аналитики, она может быстро разгрузить неиспользуемые мощности. В-третьих, в случае, если организация хочет использовать дополнительные аналитические возможности, ее собственная инфраструктура, представляющая собой физическое оборудование, больше не ограничивает вычислительную мощность, к которой организация имеет доступ. Это означает, что компании становятся более гибкими в отношении облачных услуг. Более конкретно, согласно исследованию П. Каллеверта [23], непредвиденные события больше не ограничивают возможности организаций, поскольку они могут легко увеличить или уменьшить использование облака.

Цифровые платформы

Согласно исследованию А. Тивана и его коллег [24], цифровые платформы являются прекрасным примером того, как сделать новые рынки доступными для компаний и нацелить их на избирательных клиентов с помощью анализа данных. Например, Danske Bank, датский банк, несколько лет назад обновил свое присутствие в Интернете с помощью платформы электронного банкинга, что привело к установлению выгодных отношений с клиентами. В

результате, согласно работе П. Вилла и С. Ворнера [19], почти двое из трех клиентов используют онлайн-сервис для банковских операций. Для розничных торговцев управляемые алгоритмами рекомендации сопутствующих товаров привлекают внимание покупателей к новым продуктам. Технически говоря, список рекомендаций составляется на основе ранее собранных данных, полученных в результате цифровых следов покупателей, и в итоге выстраивается в виде моделей выбора покупателей. Согласно работе Г. Острихер-Сингера и его коллег [25], чем больше компания знает о покупателе (на основе его истории поиска и прошлых покупок), тем точнее и корректнее будет список рекомендуемых продуктов. Однако исследователи также утверждают, что продвижение компанией своей продукции может принести пользу и ее конкурентам из-за перетока спроса в цифровой сети. Сложно предугадать эффекты сетевой структуры для отдельной компании.

Еще одним интересным моментом является руководство рекомендательной сети, когда речь идет о продуктах, приобретаемых клиентами вместе. Компании могут понять, что есть продукт, предлагаемый конкурентом, который часто покупают вместе с их собственным продуктом, и таким образом рекомендации раскрывают характеристики спроса. Это может помочь компаниям, согласно исследованию Г. Острихер-Сингера и его коллег [25], усовершенствовать свои продукты или разработать совершенно новые. В количественном выражении исследование, проведенное Глобальным институтом McKinsey, оценивает, что к 2025 г. в США онлайн-платформы могут добавить к ВВП около 500 млрд долл.

Более того, появляются новые разработки, такие как краудсорсинг. Например, General Electric, американский энергетический гигант, запустил проект по устойчивому развитию, в котором сторонним людям предлагалось предложить решение поставленной задачи. В результате этого проекта General Electric приобрела небольшую фирму и таким образом нестандартно пополнила свой бизнес. По сути, краудсорсинг – это способ, с помощью которого компании спрашивают у клиентов, что им

следует добавить или улучшить в существующих продуктах. Компании получают выгоду от излияния идей и креативности, однако часто предложения оказываются неосуществимыми или нереализуемыми.

Заключение

Вышеупомянутые особенности и преимущества рисуют весьма оптимистичную картину цифрового будущего. Тем не менее существуют препятствия, которые необходимо обойти организациям, и подводные камни, на которые следует обратить внимание. Использование цифровых технологий – это только одна часть перехода к цифровым технологиям. Если компания не знает, как интерпретировать данные или что конкретно она ищет, данные и аналитика не окажут существенного влияния. Согласно работе А. Барадвайа [26], особенно физические отрасли требуют сложной цифровой бизнес-стратегии для адаптации. Г. Кане и его коллеги [20] утверждают, что наибольшая разница между цифровыми зрелыми и менее зрелыми компаниями обусловлена стратегией, культурой и видением компанией более цифрового будущего. По сути, компании, которые готовы использовать цифровую трансформацию и соответствующим образом корректировать бизнес, являются одними из лидеров в своей отрасли. Систематическая интеграция вычислительной мощности и понимания человеческих суждений, или человеческого разума, согласно исследованию П. Шоемакера и П. Тетлока [27], приводит к существенным конкурентным преимуществам. Большинство компаний хотят использовать цифровые технологии, но только некоторые из них знают, как использовать их в своих интересах.

Г. Кане и его коллеги [20] утверждают, что организационная культура компании имеет решающее значение для внедрения цифровых технологий. Это также является одним из факторов, почему малые предприятия потенциально получают больше прибыли от цифровых инноваций, поскольку они менее ограничены и имеют более компактную организационную структуру. Кроме того, небольшие и быстрорастущие предприятия могут строить свою инфраструктуру с учетом передовых ИКТ,

в то время как устоявшиеся компании вынуждены иметь дело с устаревшими системами и дублирующей ИТ-инфраструктурой. Централизованные и стандартизированные системы повышают гибкость процессов в рамках всей компании. Основная платформа, используемая во всей организации, обрабатывает интегрированные данные и повышает эффективность. Затем для отдельных подразделений могут быть созданы локальные вариации стандартной платформы. Если фирме не удастся стандартизировать цифровые процессы, согласно исследованию Г. Вестермана и Д. Боннета [13], результатом может стать беспорядок в данных, что влечет за собой более высокие долгосрочные затраты.

По мнению Г. Вестермана [14], истинная ценность технологических инноваций заключается не в анализе данных и более совершенных алгоритмах, а в ведении бизнеса по-другому. По своей сути цифровизация позволяет компаниям лучше понимать внутренние процессы и клиентов. Согласно исследованию К. Шваба [13], несмотря на необходимость заниматься цифровизацией или цифровой трансформацией, не все компании приняли цифровизацию как часть новой корпоративной стратегии. В глобальном опросе руководителей и менеджеров, проведенном в 2015 г. Массачусетским технологическим институтом, подавляющее большинство (почти девять из десяти) респондентов согласились с утверждением, что цифровые инновации и цифровые преобразования будут формировать их отрасли в умеренной или большой степени. Однако 56 % респондентов заявили, что их компания не готова должным образом к возможным цифровым потрясениям.

Таким образом, можно прийти к выводу, что цифровая трансформация запускает значительные структурные изменения внутри самой компании, которые способны повысить эффективность бизнеса и увеличить его капитализацию. В тоже время не все цифровые новации приводят к предполагаемым целям. Значительные бюджеты на разработку и R&D зачастую не приводят к созданию новых цифровых продуктов, которые позволят создать новый рынок или улучшить текущие позиции компании. Все

это создает значительные предпосылки к гипотезе о том, что более зрелые в цифровом плане компании достигают больших успехов и большей маржинальности своего бизнеса, что способствует значительному росту их акций в сравнении с менее цифровизированными конкурентами.

Данная гипотеза создает значительную потребность в эмпирическом анализе влияния «цифровой премии» на цену акций компаний различных отраслей на основе подходов, предложенных К.В. Криничанским, О.В. Луняковым и М.Ю. Маковецким в своей работе по анализу методологических подходов к измерению финансового развития [28].

Литература

1. *Гибадуллин Э.И.* Теоретические основы влияния цифровизации бизнеса на цену акций компании // Казанский экономический вестник. – 2021. – № 5 (55). – С. 77–84.
2. *Sommarberg M., Mäkinen S.J.* A method for anticipating the disruptive nature of digitalization in the machine-building industry // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2019. – Vol. 146. – Pp. 808–819.
3. *Ribeiro-Navarrete S.* The effect of digitalization on business performance: An applied study of KIBS // *Journal of Business Research*. – 2019. – Vol. 126. – Pp. 319–326.
4. *Гибадуллин Э.И.* «Цифровая премия» – эмпирическая корректировка цен на акции ИТ бизнеса // *Цифровизация финансовых рынков: новые компетенции* / ред. коллегия: К.В. Криничанский, А.И. Лымарь, У.Е. Тюкина и др. – М.: КноРус, 2021. – 128 с.
5. *Цифровизация финансовых рынков: новые компетенции* / под ред. К.В. Криничанского, Б.Б. Рубцова. – М.: РУСАЙНС, 2021. – 128 с.
6. *Matzler K., Bailom F., von den Eichen S.F., Anschöber M.* Digital Disruption // *Wie Sie Ihr Unternehmen auf das digitale Zeitalter vorbereiten*, Vahlen. – München, 2016.
7. *Vendrell-Herrero F., Bustinza O.F., Parry G., Georgantzis N.* Servitization, Digitization and Supply Chain Interdependency // *Industrial Marketing Management*. – 2017. – Vol. 60. – Pp. 69–81.
8. *Guo L., Xu L.* The Effects of Digital Transformation on Firm Performance: Evidence from China's Manufacturing Sector // *Sustainability*. – 2021. – Vol. 13. – Pp. 12844.

9. Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты: докл. к XXII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества (Москва, 13–30 апр. 2021 г.) / Г.И. Абдрахманова, К.Б. Быховский, Н.Н. Веселитская, К.О. Вишневецкий, Л.М. Гохберг и др.; рук. авт. кол. П.Б. Рудник; науч. ред. Л.М. Гохберг, П.Б. Рудник, К.О. Вишневецкий, Т.С. Зинина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. – 239 с.
10. *Криничанский К.В., Рубцов Б.Б.* Финансовые рынки: цифровая трансформация. – М.: РУСАЙНС, 2021. – 184 с.
11. *Dehning B., Richardson V.J., Zmud, R.W.* The Value Relevance of Announcements of Transformational Information Technology Investments // *MIS Quarterly*. – 2003. – Vol. 27(4). – Pp. 637–656.
12. *Yoo Y., Henfridsson O., Lyytinen K.* The new organizing logic of digital innovation: An agenda for information systems research // *Inf. Syst. Res.* – 2010. – Vol. 21. – Pp. 724–735.
13. *Schwab K.* The Fourth Industrial Revolution // *Crown Business*. – 2017.
14. *Westerman G., Calm ejane C., Bonnet D., Ferraris P., McAfee A.* Digital transformation: A roadmap for billion-dollar organisations // MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting. – 2011. – Pp. 5–62.
15. *Fitzgerald M., Kruschwitz N., Bonnet D., Welche M.* Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative // *MIT Sloan Management Review*. – 2013. – Vol. 55. – Pp. 1–12.
16. *LaValle S., Lesser E., Shockley R., Hopkins M.S., Kruschwitz N.* Big Data, Analytics and the Path From Insights to Value // *MIT Sloan Management Review*. – 2011. – Vol. 52. – Pp. 21–31.
17. *Davenport T.H.* Big data at work // Harvard University Press. – 2014. – Pp. 10–85.
18. *Zammuto R.F., Griffith T.L., Majchrzak A., Dougherty D.J., Faraj S.* Information technology and the changing fabric of organization // *Organization Science*. – 2007. – Vol. 18. – Pp. 749–762.
19. *Weill P., Woerner S.L.* Thriving in an increasingly digital ecosystem // *MIT Sloan Management Review*. – 2015. – Vol. 56. – Pp. 27–34.
20. *Kane G.C., Palmer D., Phillips A.N., Kiron D.* Is your business ready for a digital future // *MIT Sloan Management Review*. – 2015. – Vol. 56. – Pp. 37–44.
21. *Loebbecke C., Picot A.* Reflections on societal and business model transformation arising from digitization and big data analytics: A research agenda // *Journal of Strategic Information Systems*. – 2015. – Vol. 24. – Pp. 149–157.
22. *Hays C.L.* What wal-mart knows about customers' habits // *The New York Times*. – 2004.
23. *Callewaert P., Robinson P.A., Blatman P.* Cloud computing Forecasting change // *Deloitte*. – 2009.
24. *Tiwana A., Konsynski B., Bush A. A.* Platform Evolution: Coevolution of Platform Architecture, Governance, and Environmental Dynamics // *Information Systems Research*. – 2010. – Vol. 21(4). – Pp. 675–687.
25. *Oestreicher-Singer G., Sundararajan A., Kane G.C.* The power of product recommendation networks // *MIT Sloan Management Review*. – 2017. – Vol. 59. – Pp. 7–10.
26. *Bharadwaj A., El-Sawy O., Pavlou P.A., Venkatraman N.* Digital Business Strategy: Toward A Next Generation Of Insights // *Management Information Systems Quarterly*. – 2013. – Vol. 37(2). – Pp. 471–482.
27. *Schoemaker P.J., Tetlock P.E.* Building a more intelligent enterprise // *MIT Sloan Management Review*. – 2017. – Vol. 58. – Pp. 28–37.
28. *Krinichansky K.V., Lunyakov O.V., Makovetsky M.Y.* Methodological Approaches to Measuring Financial Development. In “Strategies and Trends in Organizational and Project Management” / ed. by P.V. Trifonov, M.V. Charaeva. – Springer International Publishing, 2022. – Pp. 552–557.

Информация об авторе

Гибадуллин Эскандер Ильгизарович, аспирант, Финансовый университет при Правительстве РФ.
E-mail: 555eskander555@gmail.com

E.I. GIBADULLIN,

Postgraduate

Financial University under the Government of the Russian Federation

CONCEPTUAL CLARIFICATION OF THE DEFINITION OF A DIGITAL PREMIUM

Abstract. Significant structural changes in the global economy in the 21st century are primarily driven by a transformation in the technological order of modern society. At the moment, about half of the companies around the world have, in one way or another, embarked on the process of digital transformation of their operations. However, what does this mean, what are the objectives and, most importantly, the consequences of the digitalization of society and the economy? Which companies or economic agents should participate in this process? Is digital transformation necessary for society at this stage, and what does each of the participants in this process mean by it? All these questions are cornerstones for understanding the current changes in the global economy.

This paper considers different approaches to the definition of digitalization and digital transformation and proposes an interpretation of this term by analyzing the impact of digitalization on the financial, operational and cost performance of the company, analyzing the various aspects and factors of digital transformation of the company, its content and attributes, examining the various risks arising in the digital transformation process, and analyzing the results of digitalization and their impact on the companies.

Keywords: digitalization, digital premium, digital economy, digital transformation, digital maturity.

References

1. *Gibadullin E.I.* Theoretical Foundations of Influence of Business Digitalization on Company Stock Price // *Kazan Economic Bulletin*. – No. 5 (55). – P. 77–84.
2. *Sommarberg M., Mäkinen S.J.* A method for anticipating the disruptive nature of digitalization in the machine-building industry // *Technological Forecasting and Social Change*, 2019. – Vol. 146. – P. 808–819.
3. *Ribeiro-Navarrete S.* The effect of digitalization on business performance: An applied study of KIBS // *Journal of Business Research*, 2019. – Vol. 126. – P. 319–326.
4. *Gibadullin E.I.* Digital Premium – Empirical price adjustment of IT business shares // *Digitalization of financial markets: new competencies*. Editorial board: K.V. Krinichanskiy. – Moscow, 2021. – 128 p.
5. *Matzler K., Bailom F., von den Eichen S.F., Anschöber M.* Digital Disruption // *Wie Sie Ihr Unternehmen auf das digitale Zeitalter vorbereiten*, Vahlen. – München, 2016.
6. *Vendrell-Herrero F., Bustinza O.F., Parry G., Georgantzis N.* Servitization, Digitization and Supply Chain Interdependency // *Industrial Marketing Management*, 2017. – Vol. 60. – P. 69–81.
7. *Guo L., Xu L.* The Effects of Digital Transformation on Firm Performance: Evidence from China's Manufacturing Sector // *Sustainability*, 2021. – Vol. 13. – P. 12844.
8. *Digital Transformation of Industries: Starting Conditions and Priorities: Paper to XXII April International Scientific Conference on Economic and Social Development, Moscow, 13–30 Apr. 2021 / G.I. Abdrakhmanova, K.B. Bykhovskiy, N.N. Veselitskaya, K.O. Vishnevskiy, L.M. Gokhberg et al.; supervised by the author collective. P.B. Rudnik; scientific editor L.M. Gokhberg, P.B. Rudnik, K.O. Vishnevsky, T.S. Zinina; National Research University "Higher School of Economics". – Moscow: Higher School of Economics, 2021. – 239 p.*
9. *Krinichanskiy K.V., Rubtsov B.B.* Financial Markets: Digital Transformation. – Moscow: RUSAINS, 2021. – P. 184.
10. *Dehning B., Richardson V.J., Zmud R.W.* The Value Relevance of Announcements of Transformational Information Technology Investments. // *MIS Quarterly*. – Vol. 27(4). – 2003. – P. 637–656.
11. *Yoo Y., Henfridsson O., Lyytinen K.* The new organizing logic of digital innovation: An agenda for information systems research // *Inf. Syst. Res.* 2010. – Vol. 21. – P. 724–735.
12. *Schwab K.* The Fourth Industrial Revolution // *Crown Business*, 2017.
13. *Westerman G., Calmèjane C., Bonnet D., Ferraris P., McAfee A.* Digital transformation: A roadmap for billion-dollar organizations // MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting, 2011. – P. 5–62.
14. *Fitzgerald M., Kruschwitz N., Bonnet D., Welche M.* Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative // *MIT Sloan Management Review*, 2013. – Vol. 55. – P. 1–12.

15. *LaValle S., Lesser E., Shockley R., Hopkins M.S., Kruschwitz N.* Big Data, Analytics and the Path From Insights to Value // MIT Sloan Management Review, 2011. – Vol. 52. – P. 21–31.
16. *Davenport T.H.* Big data at work // Harvard University Press, 2014. – P. 10–85.
17. *Zammuto R.F., Griffith T.L., Majchrzak A., Dougherty D.J., Faraj S.* Information technology and the changing fabric of organization // Organization Science, 2007. – Vol. 18. – P. 749–762.
18. *Weill P., Woerner S.L.* Thriving in an increasingly digital ecosystem // MIT Sloan Management Review, 2015. – Vol. 56. – P. 27–34.
19. *Kane G.C., Palmer D., Phillips A.N., Kiron D.* Is your business ready for a digital future // MIT Sloan Management Review, 2015. – Vol. 56. – P. 37–44.
20. *Loebbecke C., Picot A.* Reflections on societal and business model transformation arising from digitization and big data analytics: A research agenda // Journal of Strategic Information Systems, 2015. – Vol. 24. – P. 149–157.
21. *Hays C.L.* What walmart knows about customers' habits // The New York Times, 2004.
22. *Callewaert P., Robinson P.A., Blatman P.* Cloud computing Forecasting change // Deloitte, 2009.
23. *Tiwana A., Konsynski B., Bush A.A.* Platform Evolution: Coevolution of Platform Architecture, Governance, and Environmental Dynamics. –// Information Systems Research, 2010. – Vol. 21(4). – P. 675–687.
24. *Oestreicher-Singer G., Sundararajan A., Kane, G.C.* The power of product recommendation networks // MIT Sloan Management Review, 2017. – Vol. 59. – P. 7–10.
25. *Bharadwaj A., El-Sawy O., Pavlou P.A., Venkatraman N.* Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. // Management Information Systems Quarterly, 2013. – Vol. 37(2). – P. 471–482.
26. *Schoemaker P.J., Tetlock P.E.* Building a more intelligent enterprise // MIT Sloan Management Review, 2017. – Vol. 58. – P. 28–37.
27. *Krinichansky K.V., Lunyakov O.V., Makovetsky M.Y.* Methodological Approaches to Measuring Financial Development // In “Strategies and Trends in Organizational and Project Management” / ed. by P.V. Trifonov, M.V. Charaeva. –Springer International Publishing, 2022. – P. 552–557.

ТРЕБОВАНИЯ К ПУБЛИКАЦИИ В ЖУРНАЛЕ «КАЗАНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК»

1. Файл назвать как «Фамилия 1_Фамилия 2 (на русс.)_название статьи (3–5 слов, на русс.)_дд_мм_гг (дата, например 27_03_2017)».
2. Аннотация – не менее 150 слов (вместе с предложениями).
3. Ключевые слова – не менее 5 слов.
4. Объем статьи, включая таблицы и рисунки, не должен превышать 1 авт. л., т. е. 40 тыс. знаков (с пробелами).
5. Весь текст, рисунки и таблицы набираются шрифтом Times New Roman – 14; межстрочный интервал – 1,5; все поля – 2 см.
6. Рисунки, диаграммы и таблицы создаются с использованием черно-белой гаммы и должны быть редактируемы. Все рисунки и таблицы должны иметь название и ссылки в тексте (см. образец).
7. Список литературы – не менее 10 источников, в том числе с выходными данными из базы Scopus, WoS (не менее 5 источников).
8. Выходные данные источников оформляются по образцу. На каждый источник из списка литературы (References) должна быть ссылка в тексте в прямых скобках.
9. Текст должен быть структурирован (введение, методология, результат, заключение) по образцу.
10. Рукопись не должна быть опубликована ранее, быть оригинальной, представлять научный интерес и соответствовать тематике журнала. Ссылки на неопубликованные материалы в тексте не допускаются.
11. Все материалы должны носить открытый характер. Наличие ограничительного грифа служит основанием для отклонения материала от открытой публикации.
12. К рукописи необходимо приложить следующие сведения о авторе(ах): фамилия, имя, отчество; ученая степень, ученое звание; место работы, должность; телефоны для связи с автором. Автор должен сообщить редакции также свой электронный адрес, по которому ему направляется файл статьи для предложений и исправлений (в соответствии с Законом об авторском праве).
13. Рукописи, не соответствующие указанным требованиям, редакцией не рассматриваются.
14. В редакцию высылаются один тщательно вычитанный и подписанный автором (соавторами) экземпляр статьи, справка об авторе/ах (анкета), рецензия внешняя, аннотация на русском и английском языках, ключевые слова на русском и английском языках (по образцу) и электронный вариант всех документов на электронном носителе либо по электронной почте kpfu116@mail.ru

Электронная версия журнала «Казанский экономический вестник»

<http://www.ej.kpfu.ru>

Адрес редакции: 420012, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Бутлерова, д. 4.

Телефон редакции: 291-13-26.