

КАЗАНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК

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. Кафанджиев, доктор философских наук, профессор, Софийский университет «Св. Климент Охридски»;

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

И.А. Киршин, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

И.К. Kochar, 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».

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. 12,3. Тираж 500 экз.
Подписано в печать 28.10.2019. Заказ № 103/12.
© Институт управления, экономики и финансов
КФУ, 2019

Отпечатано в типографии
Издательства Казанского университета
420008, г. Казань, ул. Профессора Нужина, 1/37
тел. (843) 233-73-59, 233-73-28

№ 5 (43)

2019

ISSN 2305-4212

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

Редактор:

Н.И. Андронова

Компьютерная верстка:

А.И. Галиуллина

Основан в 2005 году

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. Safiullin (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. Kinosyan (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, Wroclaw Economic University, Wroclaw, 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. Peterbarg (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. Safiullin (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

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

N. Safiullin (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)

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

Format 60x84/8. Circulation 500 copies. Signed for printing 28.10.2019. Order № 103/12. © Institute of Economics and Finance KFU, 2019
Printed at the publishing house of the Kazan University 420008, Kazan, 1/37 Professor Nuzhin Str. Tel. (843) 233-73-59, 233-73-28

№ 5 (43)

2019

ISSN 2305-4212

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

Editor:
N.I. Andronova

Computer lead out:
A.I. Galiullina

Founded in 2005

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

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ	
<i>А.Л. Куленцан, Н.А. Марчук.</i> Анализ и прогнозирование объемов производства основных видов продукции рыболовства.....	5
<i>Д.Л. Курбангалиева.</i> Исследование монетизации репутации на примере платформы в глобальном информационном пространстве.....	11
 МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА	
<i>Х. Хайянь.</i> Китайско-российское взаимовыгодное экономическое и торговое сотрудничество.....	18
<i>И.А. Юнусов.</i> ЕАЭС как объективная необходимость в условиях нестабильного мирового хозяйства.....	24
 РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	
<i>А.А. Абдукаева, Э.М. Бикташева, М.В. Савушкин, Г.Р. Муртазина.</i> Методические подходы к оценке рисков и перспектив устойчивого развития финансово-кредитной системы региона (на примере Республики Татарстан)	29
<i>А.Р. Кадыров.</i> Проблемы оценки влияния обеспеченности объектами спортивной инфраструктуры на развитие массового спорта и экономику регионов Приволжского федерального округа.....	37
 ФИНАНСЫ И КРЕДИТ	
<i>И.О. Малахов, Р.Ш. Тимерханов.</i> Межбанковская конкуренция региональных банков и их роль в развитии реального сектора экономики	43

<i>Р.И. Хадиуллин.</i> Анализ расходов бюджетов бюджетной системы РФ на охрану окружающей среды	48
---	----

БУХГАЛТЕРСКИЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ

<i>Э.М. Казыханова, Е.Ю. Ветошкина.</i> Современная отчетность для целей бизнеса	56
---	----

ВОПРОСЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

<i>А.К. Амерханова, Л.Н. Сафиуллин.</i> Интеллектуальная собственность и ее роль в социально-экономическом развитии общества	65
<i>С.А. Золотов.</i> Теоретические основы мотивирования работников гибким режимом рабочего времени	69
<i>Ч.И. Ильдарханова, О.Н. Калачикова.</i> Концептуализация понятия «генеративное поведение мужчин»: методологические возможности гендерного подхода	77

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<i>Э.М. Ахметшин.</i> Тенденции и факторы цифровой трансформации университетов	85
--	----

МАРКЕТИНГ И ОБЩЕСТВО

<i>Н.В. Каленская, Х.М. Салихов.</i> Влияние маркетинга территории на инвестиционную привлекательность региона.....	92
<i>О.В. Мартынова, Н.Г. Антонченко.</i> Разработка политики позиционирования бренда на основе потребительских предпочтений.....	99

CONTENTS

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY

<i>A.L. Kulentsan, N.A. Marchuk.</i> Analysis and forecasting of production volumes of the main types of fishery products	5
<i>D.L. Kurbangalieva.</i> Reputation as the instrument of monetization on the example of a platform in the global information space.....	11

WORLD ECONOMY

<i>H. Haiyan.</i> Chinese-Russian mutually beneficial economic and trade cooperation	18
<i>I.A. Yunusov.</i> The EAEU as an objective necessity in an unstable world economy	24

REGIONAL ECONOMY

<i>A.A. Abdukayeva, E.M. Biktasheva, M.V. Savushkin, G.R. Murtazina.</i> Methodological approaches to the assessment of risks and prospects of sustainable development of financial and credit system of the region (on the example of the Republic of Tatarstan).....	29
<i>A.R. Kadyrov.</i> Problems of assessing the influence of security by objects of sports infrastructure on the development of mass sports and the economy of regions of the Volga Federal District.....	37

FINANCE AND CREDIT

<i>I.O. Malakhov, R.Sh. Timerkhanov.</i> Interbank competition of regional banks and their role in the development of the real sector of the economy	43
--	----

<i>R.I. Khadiullin.</i> Analysis of the expenditures of the budgets of the Russian Federation budget system for the environmental protection.....	48
---	----

ACCOUNTANCY AND MANAGEMENT ACCOUNTING

<i>E.M. Kazykhanova, E.Yu. Vetoshkina.</i> Actual types of reporting for business purposes	56
--	----

ISSUES OF HUMAN CAPITAL

<i>A.K. Amerhanova, I.N. Safiullin.</i> Intellectual property and its role in social and economic development of society	65
<i>S.A. Zolotov.</i> Labor motivation of workers by the usage of flexible regime of the working hours.....	69

<i>Ch.I. Ildarkhanova, O.N. Kalachikova.</i> Conceptualization of the term ‘generative behavior of men’: methodological potential of gender approach	77
---	----

INFORMATION TECHNOLOGY

<i>E.M. Akhmetshin.</i> Trends and factors of digital transformation of universities	85
--	----

MARKETING AND SOCIETY

<i>N.V. Kalenskaya, H.M. Salikhov.</i> Influence of the territory marketing on the investment attractiveness of the region	92
<i>O.V. Martynova, N.G. Antonchenko.</i> Development of a brand positioning policy based on consumer preferences.....	99

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

УДК 338.012

А.Л. КУЛЕНЦАН,

кандидат физико-математических наук

Ивановский государственный химико-технологический университет

Н.А. МАРЧУК,

старший преподаватель

Ивановский государственный химико-технологический университет

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ РЫБОЛОВСТВА

Аннотация. Независимо от того, какова экономическая система в Российской Федерации, каковы формы собственности на предприятиях нашей страны, планирование и прогнозирование деятельности российского рыбного хозяйства является очень важной задачей. Мировая практика показала, что передовые крупнейшие предприятия европейских стран отличаются высоким уровнем планирования и прогнозирования своей деятельности. В данной статье рассматриваются результаты исследований изменения объемов производства основных видов продукции рыболовства, таких, как рыба, водные беспозвоночные, ракообразные, устрицы и другие водные биоресурсы. Полученные математические модели позволили выполнить более глубокий анализ данных и получить зависимость производства основных видов продукции рыболовства во времени, коррелограммы временных рядов ее производства, а также прогнозные значения по всем ее видам. Полученные результаты говорят о том, что объемы производства ракообразных, устриц и водных беспозвоночных росли и достигли своего максимума в 2015 г. Объемы производства живой рыбы зависят только от сезонности, объемы же производства прочих водных биоресурсов достигли своего максимума в 2011 г., а далее наблюдается снижение их добычи. Нами построен прогноз объемов производства основных видов продукции рыболовства за период январь – декабрь 2019 г. Полученные результаты свидетельствуют о том, что будет наблюдаться рост объемов производства. Результаты данного исследования показали, что данный анализ хорошо предсказывает наблюдаемые значения по всем анализируемым данным.

Ключевые слова: рыбная промышленность, рыболовство, объемы производства, автокорреляционная функция, коррелограмма, спектральная плотность.

В настоящее время рыбная промышленность является одной из традиционных отраслей промышленности Российской Федерации. Российское рыбное хозяйство – это сложный взаимосвязанный производственно-хозяйственный комплексный сектор экономики [10], который не только взаимодействует с другими секторами экономики и тесно связан с мировым рыболовством [9], но и оказывает влияние на развитие продовольственной сферы [4]. Значимость промышленной политики развития хозяйственных комплексов становится все более актуальной в условиях социального прогресса [1].

Хорошо известно, что рыба и рыбопродукты очень полезны для организма человека. Мясо рыбы отличается высокой пищевой ценностью, поэтому рыбные блюда широко используются как в детском и диетическом питании, так и в повседневном рационе. Полезные свойства рыбы обусловлены, прежде всего, содержанием белков животного происхождения [2]. Это легко увидеть из табл. 1, где представлены данные по пищевой ценности рыбы и витаминам и минералам, которые в ней содержатся.

Таким образом, рыбохозяйственный сектор экономики не только обеспечивает население основными видами продукции рыболовства и, как следствие, необходимыми витаминами и минералами, но и служит источником занятости населения Российской Федерации.

Методика основана на использовании автокорреляционной функции, представляющей собой скалярное произведение сигнала $s(t)$ и $s(t + \tau)$. Автокорреляционная функция имеет в данном случае физическую размерность (энергия), а при времени, равном нулю, ее значение можно представить как E_s :

$$\int_{-\infty}^{\infty} s(t)^2 dt = E_s \quad (1)$$

Нетрудно увидеть, что \max автокорреляционной функции, равный E_s при $t = 0$, всегда будет положительным.

Спектральная же плотность автокорреляционных функций определяется как скалярное произведение двух сигналов $s(t)$ и $s(t + \tau)$, смещенное на интервал τ [3, 6]:

$$B_s(\tau) = \langle s(t), s(t - \tau) \rangle \quad (2)$$

С другой стороны, скалярное произведение двух сигналов $s(t)$ и $s(t + \tau)$ определяется следующим образом:

$$\langle s(t), s(t - \tau) \rangle = \frac{1}{2\pi} \cdot \int_{-\infty}^{\infty} S(\omega) \cdot S^*(\omega) d\omega \quad (3)$$

С учетом последнего имеем:

$$\begin{aligned} B_s(\tau) &= \frac{1}{2\pi} \cdot \int_{-\infty}^{\infty} S(\omega) \cdot S^*(\omega) \cdot \exp(j\omega\tau) d\omega = \\ &= \frac{1}{2\pi} \cdot \int_{-\infty}^{\infty} |S(\omega)|^2 \cdot \exp(j\omega\tau) d\omega \end{aligned} \quad (4)$$

Выражение (4) – это обратное преобразование Фурье спектральной плотности энергии. Таким образом, преобразование Фурье связывает между собой автокорреляционную функцию и спектральную плотность энергии следующим выражением [7]:

$$B_s(\tau) \leftrightarrow |S(\omega)|^2 = W_s(\omega) \quad (5)$$

Таким образом, задача поиска сценарных вариантов прогноза социально-экономического развития [5] по всем видам продукции рыболовства является непростой, и для ее решения требуется тщательно исследовать набор исходных данных, а также применить метод автокорреляционного анализа для их изучения. При построении модели нами использовались стандартные статистические данные [11].

На рисунке 1 показано, как изменяется объем производства основных видов продукции рыболовства в Российской Федерации за период с 2010 по 2017 гг. Полученные результаты говорят о том, что объемы производства ракообразных, устриц и водных беспозвоночных росли и достигли своего максимума в 2015 г. Объемы производства живой рыбы зависят только от сезонности, объемы же производства прочих водных биоресурсов достигли своего максимума в 2011 г., а далее наблюдается снижение их добычи [8].

Полученные данные говорят о том, что для первого лага наблюдается большое значение коэффициента автокорреляции. В дальнейшем наблюдается снижение коэффициента автокорреляции вплоть до 12 лага, когда опять наблю-

Таблица 1
Содержание витаминов в рыбе (мг на 100 г)

Рыба	Пищевая ценность			Витамины						Минералы			
	белки	жиры	ккал	Е	С	B1	B2	B3	B6	PP	Кальций	Натрий	Фосфор
Горбуша	22	7,5	148	–	1,2	0,3	0,2	1	0,5	2,7	21	–	210
Кальмары	19	4,5	112	2,3	1,5	0,3	0,2	–	0,3	2,6	44	110	–
Камбала	16	3,2	91	1,3	1,1	0,1	0,2	–	0,2	1,1	–	–	–
Креветки	19	2,3	96	–	–	–	–	–	–	–	135	455	230
Окунь	18,3	3,4	222	0,5	1,4	0,1	0,2	0,5	0,1	1,7	30	80	215
Селедка	17,2	8,7	146	0,9	0,9	–	0,1	0,6	0,3	1,9	62	95	280
Скумбрия	18,2	13,4	192	1,7	1,2	0,1	0,5	1	0,9	4	38	100	280
Треска	16,5	0,7	60,5	0,5	3,3	0,2	0,2	–	0,2	1	25	100	280

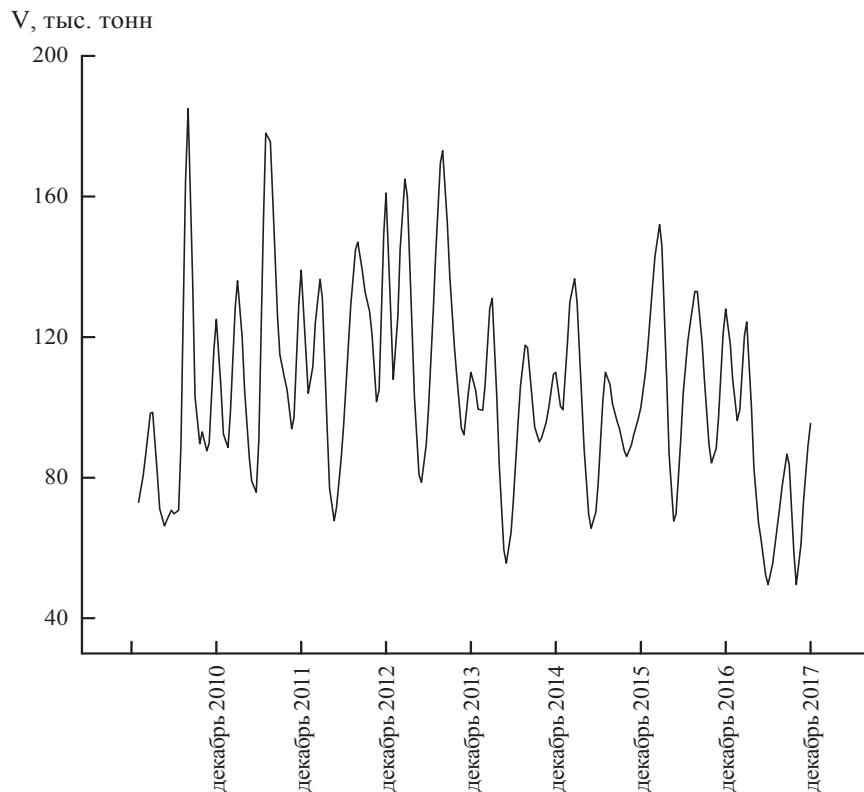


Рис. 1. Зависимость производства основных видов продукции рыболовства (живая рыба) во времени

дается максимум значения данного коэффициента. Такая ситуация характерна для всех исследованных объемов производств основных видов продукции рыболовства. Таким образом, можно говорить о том, что в полученных результатах присутствуют сезонность и тренд. Чтобы это проверить, был применен анализ Фурье для данных по производству основных видов продукции рыболовства РФ.

Применив экспертные оценки для тренд-циклической составляющей, мы получили прогноз производства по всем видам продукции рыболовства на 2019 г., включая объемы производства ракообразных, устриц, водных беспозвоночных и рыбы. Результаты представлены в табл. 2 и 3. Так, средняя ошибка прогнозируемых данных по свежей рыбе и ракообразным и устрицам за 2016 г. составляет 5,8 % и 9,4 % соответственно, а за 2017 г. – 8,2 % и 10,4 % соответственно.

Таким образом, полученные результаты говорят о том, что деятельность рыбохозяйственного комплекса имеет огромный потенциал. Однако, чтобы сократить количество проблем в этой отрасли, важно правильно определить степень различных рисков, с которыми сопряжена реализация принятых решений. Определить степень рисков и осуществить прогноз помогают методы прогнозирования. Полученные в настоящей работе результаты исследований показывают прогноз объемов производства на 2019 г. живой рыбы, ракообразных, устриц и водных беспозвоночных, что представляет собой большой практический интерес.

Таблица 2

**Результаты итогового прогноза производства основных видов продукции рыболовства
(живая рыба, свежая или охлажденная)**

Месяц	Объем производства продукции рыболовства, т			Прогноз объема производства продукции рыболовства, т			Ошибка прогнозируемых данных	
	2016	2017	2019	2016	2017	2019	2016	2017
Январь	117	108,1	—	107,5	100,3	113,1	0,081	0,072
Февраль	143	99,3	—	130,2	111,5	126,6	0,089	0,123
Март	146	124,3	—	146,9	124,4	141,6	0,006	0,0005
Апрель	86,7	82,6	—	95,4	78,6	90,1	0,100	0,048
Май	69,6	62,8	—	73,1	54,9	63,6	0,050	0,126
Июнь	104	49,6	—	91,7	57,4	68,1	0,118	0,156
Июль	124	61,1	—	123,9	71,8	86,4	0,001	0,174
Август	133	77,6	—	139,4	82,3	99,6	0,048	0,060
Сентябрь	108	83,7	—	105,9	69,7	83,4	0,019	0,167
Октябрь	84,2	49,6	—	93,2	64,1	76,3	0,107	0,292
Ноябрь	97	72,6	—	93,7	64,7	76,4	0,034	0,109
Декабрь	128	95,4	—	122,6	85,8	101,1	0,042	0,101
средняя ошибка прогнозируемых данных, %							5,8	8,2

Таблица 3

Результаты итогового прогноза производства основных видов продукции рыболовства (ракообразные немороженые, устрицы, водные беспозвоночные прочие, живые, свежие или охлажденные)

Месяц	Объем производства продукции рыболовства, т			Прогноз объема производства продукции рыболовства, т			Ошибка прогнозируемых данных	
	2016	2017	2019	2016	2017	2019	2016	2017
Январь	2,8	2,1	—	2,28	2,38	2,86	0,182	0,149
Февраль	2,6	2,4	—	2,72	2,76	3,39	0,047	0,062
Март	2,7	3,3	—	3,42	3,26	4,13	0,267	0,209
Апрель	5,2	4,8	—	4,69	4,21	5,09	0,097	0,189
Май	8,3	6,2	—	7,48	5,99	7,08	0,098	0,278
Июнь	6,8	4,4	—	7,01	5,09	6,53	0,031	0,251
Июль	5,2	3,6	—	5,02	3,65	4,89	0,034	0,298
Август	3,9	3	—	4,57	3,38	4,69	0,171	0,134
Сентябрь	5,8	5,3	—	5,83	4,27	5,64	0,005	0,264
Октябрь	7,4	4	—	7,13	5,54	6,01	0,037	0,257
Ноябрь	5,4	3,3	—	6,08	5,41	4,72	0,126	0,001
Декабрь	7,5	3,4	—	5,74	6,02	5,92	0,235	0,197
средняя ошибка прогнозируемых данных, %							9,4	10,4

Литература

1. Nekrasov V.I., Orlova N.Y. Formation of policy of development of economic complexes of the region // Economics of the Region. – 2008. – No. 1. – P. 126–136.
2. Вотинова Е.М., Вотинов М.В. Рыбная промышленность России: анализ современного состояния // Мосты. – 2017. – Т. 10. – № 8. – С. 21–27.
3. Куленцан А.Л., Марчук Н.А. Анализ прогнозирования индекса промышленного производства // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2019. – № 3 (41). – С. 68–73.
4. Varshavsky A.E. Problems and prospects of development of the domestic food market // Economics of the Region. – 2011. – No. 1. – P. 170–175.
5. Dobrodey V.V. Mechanism of coordination of parameters of the forecast of social and economic development and fuel and energy balance of the region //

- Economics of the Region. – 2015. – No. 2 (42). – P. 220–235.
6. Шмойлова Р.А. Теория статистики. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 576 с.
7. Гусаров В.М. Статистика: учебное пособие для вузов. – М.: Юнити-Дана, 2007. – 463 с.
8. Промышленное производство // Федеральная служба государственной статистики. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/industrial/#/ (дата обращения: 09.08.2019).
9. Гимбатов Г.М. Управление рыбным хозяйством России и региона: опыт и перспективы. – М.: Экономика, 2002. – 389 с.
10. Kobelev V.N. Regional industrial policy in the globalizing economy // Economics of the Region. – 2007. – No. 3. – P. 78–86.
11. Machonin Y.K., Machonin I.A. Forecasting the development of the regional economy with the use of tables “costs – output” // Economics of the Region. – 2014. – No. 2. – P. 276–289.

Информация об авторах

Куленцан Антон Львович, кандидат физико-математических наук, Ивановский государственный химико-технологический университет.

E-mail: kulencan@mail.ru

Марчук Наталья Александровна, старший преподаватель, Ивановский государственный химико-технологический университет.

E-mail: chuk85@rambler.ru

A.L. KULENTSAN,

PhD in Physical and Mathematical Sciences

Ivanovo State University of Chemical Technology

N.A. MARCHUK,

Senior lecturer

Ivanovo State University of Chemical Technology

ANALYSIS AND FORECASTING OF PRODUCTION VOLUMES OF THE MAIN TYPES OF FISHERY PRODUCTS

Abstract. Regardless of the economic system in the Russian Federation, the form of ownership of the enterprises of our country, planning and forecasting the activities of the Russian fisheries is a very important task. World practice has shown that the leading largest enterprises of European countries are distinguished by a high level of planning and forecasting of their activities. This article discusses the results of studies of changes in the volume of production of the main types of fishery products, such as fish, aquatic invertebrates, crustaceans, oysters and other aquatic bioresources. The obtained mathematical model has allowed performing a deeper analysis of the data and based on them to obtain the dependence of production of major products fishing time correlogram of time series of fish production, as well as to obtain predicted values for all types of fishery products. The results suggest that the production of crustaceans, oysters and aquatic invertebrates grow and reach their maximum in 2015. The production of live fish have only seasonality, while the production of other aquatic bioresources have reached their maximum in 2011 and further there is a decrease in production. The forecast of volumes of production of the main types of fishery production for the period: January – December, 2019 is constructed. The results suggest that there will be an increase in production. The results of this study showed that this analysis predicts well the observed values for all analyzed data.

Keywords: fishing industry, fishing, autocorrelation function, correlogram, spectral density.

Reference

1. Nekrasov V.I. Formation of policy of development of economic complexes of the region / V.I. Nekrasov, N.Yu. Orlova // Economics of the region. – BY: IAWA WOUNDS, 2008. – No. 1. – P. 126–136.
2. Votinova E.M. Fishing industry of Russia: analysis of the current state / E.M. Votinova, M.V. Votinov // Bridges. Analytics and news on trade and sustainability. – 2017. – Vol. 10. – No. 8. – P. 21–27.

3. *Kulentsan A.L.* Analysis of forecasting the index of industrial production / A.L. Kulentsan, N.A. Marchuk // Economics, finance and production management, 2019. – No. 03(41). – P. 68–73.
4. *Varshavsky A.E.* Problems and prospects of development of the domestic food market / A.E. Varshavsky // Economics of the region. – BY: IAWA WOUNDS, 2011. – No. 1. – P. 170–175.
5. *Dobrodey V.V.* Mechanism of coordination of parameters of the forecast of social and economic development and fuel and energy balance of the region / V.V. Dobrodey // Economics of the region. – BY: IAWA WOUNDS, 2015. – No. 2 (42). – P. 220–235.
6. *Shmoilova R.A.* The theory of statistics / R.A. Shmoilova // Finance and statistics. – Moscow, 2009. – 576 p.
7. *Gusarov V.M.* Statistics / V.M. Gusarov // Studies: The manual for high schools. – Moscow: UNITY-DANA, 2007. – 463 p.
8. Industrial production // Federal state statistics service. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rossstat_main/rossstat/ru/statistics/enterprise/industrial/#/ (date accessed: 09.08.2019).
9. *Gimbatov G.M.* Management of fisheries in Russia and the region: experience and prospects / G.M. Gimbatov. – Moscow: Economics, 2002. – 389 p.
10. *Kobelev V.N.* Regional industrial policy in the globalizing economy / V.N. Kobelev // Economics of the region. – BY: IAWA WOUNDS, 2007. – No. 3. – P. 78–86.
11. *Machonin Y.K.* Forecasting the development of the regional economy with the use of tables “costs – output” / Y.K. Machonin, I.A. Machonin // Economics of the region. – BY: IAWA WOUNDS, 2014. – No. 2. – P. 276–289.

УДК 338.49

Д.Л. КУРБАНГАЛИЕВА,
аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ИССЛЕДОВАНИЕ МОНЕТИЗАЦИИ РЕПУТАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ПЛАТФОРМЫ В ГЛОБАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. Репутация предприятия является нематериальным фактором, который сложно измерить в физических величинах. Однако в эпоху цифровой революции, когда каждый индивидуум имеет дублера в глобальном информационном пространстве, мы можем предпринять попытки оценить метрики, характеризующие репутацию, на примере онлайн-платформ.

Репутацию в рамках информационного пространства рассматривают узко, через призму маркетинговых исследований [10]: исключительно в качестве мониторинга отзывов, выискивая из массы сообщений негативные. С другой стороны, у SMM-специалистов можно найти большое количество рекомендаций по продвижению сайта, накрутке подписчиков и т. д., при этом нет исследований о значениях ключевых показателей результатов влияния репутационной экономики. Другими словами, работ, посвященных количественному измерению влияния волатильности репутации предприятия на параметры финансово-экономического развития, к сожалению, крайне мало.

В данной статье мы предпримем попытку оценить репутацию предприятия на основании открытой и общедоступной информации, на примере онлайн-платформы YouTube [4]. На примере успешных владельцев предприятий (YouTube-каналов) мы выявим взаимосвязь между метриками, характеризующими репутацию и влияние на результаты монетизации продукта (videorоликов), и определим наиболее значимые из них.

В статье репутация представлена в новом, ранее не исследованном формате – как контролирующий механизм на платформе. На основании метрик, характеризующих репутацию, варьируется доходная часть организации.

Ключевые слова: монетизация, просмотры, подписчики, репутация в Интернете, продажи, уравнение регрессии, метрика, цифровая трансформация.

В отечественной науке проблема изучения репутации достаточно нова и рассматривается узко – через призму маркетинговых исследований в рамках понятия «имидж», без достаточного внимания к ней как к самостоятельному феномену [9]. На наш взгляд, имидж – это эмоциональный окрас восприятия объекта потребителем, в то время как репутация – это, с одной стороны, количественная оценка участниками экосистемы платформы, а с другой – фактор построения и развития экосистемы в целом. Например, такие платформы, как Uber и Airbnb, создают систему оценки репутации участников рынка, чтобы новому пользователю было проще ориентироваться в большом количестве представленных продавцов [18].

Стоит особо отметить, что бурное развитие сети Интернет и появляющиеся в связи с этим новые значительные сегменты экономики, связанные с капитализацией истории поведения

и взаимоотношений, с новой силой привлекли внимание исследователей к проблемам изучения влияния репутационной экономики на эффективность деятельности не только хозяйствующих субъектов, но и региона в целом [2, 13, 15]. Действительно, цифровая трансформация ломает устоявшиеся модели функционирования хозяйствующих субъектов и формирует базис перспективного конкурентоспособного развития экономических систем в условиях глобальной экономической среды [8].

Зарубежные исследования репутационной экономики, с одной стороны, сосредоточены на влиянии индикаторов репутации на доверие к платформам и провайдерам [11, 12], с другой – в них уделяется внимание изучению поведения онлайн-рецензентов (стимулов для поощрения предоставления обзоров, надежности, достоверности информации), а также параметров, используемых для вычисления

и агрегирования отзывов [14, 16]. В литературе по электронной торговле и информационным системам также уделяется внимание количественной оценке системы репутации в контексте более широкой области исследований по проектированию и управлению экосистемами платформ [19].

В данной статье мы опираемся на работы по изучению репутации и доверия к платформам [19]. Выбор платформы для нашего исследования пал на YouTube в связи с тем, что видео помогает продвигать товары и услуги. По данным Tubular Insights [7], 64 % пользователей совершают покупку после просмотра брендированного ролика. Мозг человека устроен таким образом, что он быстрее обрабатывает и запоминает визуальную информацию, чем текст. Поэтому и донести любое сообщение намного проще с помощью ролика. Ведь одно дело – прочитать сухой текст о компании на сайте, и совсем другое – увидеть ее сотрудников, посмотреть изнутри на их слаженную работу [5].

Цель работы – описать модель, в которой примером конкурентной рыночной среды является YouTube. Также подтверждением нашего выбора является тот факт, что платформа YouTube – это наиболее дорогая площадка с точки зрения стоимости единичной интеграции в социальные сети, которая может достигать нескольких миллионов рублей. Владельцы YouTube-каналов, как и любой предприниматель, регистрируют свою деятельность как юридическое лицо с целью получить от нее доход.

Таким образом, мы имеем рыночную среду и предприятия, осуществляющие свою деятельность в ней, а репутация становится главным конкурентным преимуществом [17].

Объектом исследования являются реально действующие организации, состоящие в рыночных отношениях, являющиеся друг для друга конкурентами в деле привлечения клиентов к своему продукту.

Предметом исследования является производимый продукт – видеоролики развлекательного и познавательного характера (обзоры новинок техники, интервью с популярными личностями, рецепты приготовления и т. д.).

В ходе работы мы используем анализ корреляционной взаимосвязи и метод наименьших квадратов с целью определения коэффициентов уравнения регрессии, которая будет предложена в данной статье. Исходя из предыдущих исследований о «репутационной экономике» [3, 17], в данной статье оценка влияния репутации в Интернете рассмотрена с точки зрения влияния третьих лиц на действия бизнеса на платформе YouTube.

Если провести параллель с исследованиями об архитектуре экосистем платформ [19], то YouTube можно представить как частный лицензирующий орган. Репутация в данном контексте выступает механизмом организации контроля путем:

- создания входного барьера;
- управления процессом;
- мониторинга метрик.

Разъясним – создание входного барьера означает степень, в которой платформа устанавливает предварительно определенные критерии приемлемости, чтобы определить, кто может участвовать в действиях, опосредованных платформой, и в конечном итоге получить прибыль.

Платформа YouTube предъявляет такие необходимые требования для монетизации своей деятельности, как: более 1000 подписчиков и за последние 12 мес. – более 4000 ч просмотра [4]. Установка порога требований может быть интерпретирована как создание входного барьера.

Управление процессом относится к степени, в которой платформа вознаграждает или наказывает предприятия на основе соблюдения ее правил. Эффективное использование YouTube права деактивировать монетизацию пользователей, если количество их подписчиков и просмотров падает ниже заданного порога, может быть интерпретировано соответствующим образом.

Метрики – это то самое необходимое количество просмотров и число подписчиков, которые могут использоваться для осуществления контроля.

Следует отметить, что в случае выполнения и соблюдения требований владельцы каналов (предприятий) получают доход. Уровень дохо-

да зависит от совокупности метрик, или, другими словами, репутации.

Как мы уже выяснили, количество подписчиков и просмотров – это ключевые метрики репутации и механизм контроля со стороны платформы. При помощи площадки, в онлайн-режиме отслеживающей платформу YouTube [6], соберем исходные данные для анализа в табл. 1 (в среднем за день, неделю или год).

Далее проверим корреляцию между этими значениями (табл. 2).

Известно, что на доход влияют два фактора – количество просмотров и число подписчиков. Из табл. 2 видно, что корреляция составляет 0,99 и 0,97, что, согласно шкале Чеддока, соответствует характеристике «очень сильная сила связи».

Также, согласно табл. 2, наблюдается высокая межфакторная зависимость ($0,98 > 0,7$). При такой сильной межфакторной зависимости один из параметров следует исключить. Для построения уравнения регрессии используем параметр с более плотной зависимостью –

Таблица 1
Сводные данные анализируемых предприятий

Количество новых подписчиков	Количество новых просмотров	Средняя сумма дохода, долл.
2 330	371 568	800
1 000	420 401	1 000
2 000	708 598	1 500
3 660	762 592	1 600
7 000	2 942 801	6 000
10 300	1 140 219	2 300
14 000	4 960 186	10 000
16 300	2 600 976	5 500
18 600	1 950 736	4 400
25 600	5 338 144	11 000
30 000	12 612 008	27 000
60 000	21 257 939	45 000
70 000	11 147 013	23 000
72 300	7 981 533	16 000
110 000	22 877 735	50 000
130 000	13 655 152	29 000
310 000	34 260 546	72 000
360 000	151 344 096	320 000
560 000	58 522 080	120 000
840 000	133 764 156	284 000
1 320 000	274 532 820	600 000
3 720 000	410 478 552	800 000
6 720 000	702 264 960	1 400 000

Таблица 2
Межфакторная корреляция

	Подписчики (x_1)	Просмотр (x_2)	Доход, долл. (y)
Подписчики (x_1)	1,00		
Просмотр (x_2)	0,98	1,00	
Доход, долл. (y)	0,97	0,99	1,00

влияние изменения количества просмотров на доход.

В результате получаем следующее уравнение из значений, указанных в табл. 2:

$$y = 3257,9 + 0,002 * X_2 \quad (1)$$

Свободный член уравнения, равный 3257, формально надлежит понимать следующим образом: доход владельцев канала, когда нет изменений в значениях фактора подписчиков и просмотров, составляет 3257 долл. в день. Однако мы предполагаем, что в указанной совокупности исходных данных нет подобных примеров, так как Интернет является живой средой, где невозможно представить себе стагнацию. Поэтому сдвиг фактора, равного 3257, следует обсуждать как вспомогательную величину.

Параметр регрессии позволяет сделать вывод, что с каждым новым просмотром доход канала возрастает в среднем на 0,002 долл. После проверки факторов на значимость уравнение регрессии (1) с вероятностью 95 % можно считать значимым.

Подведем итоги:

1. Исследования, представленные в данной статье, соответствуют современным тенденциям и отвечают на актуальные вызовы: сегодня создаются новые виды бизнес-модели, отличительной чертой которой является финансовая стабильность, основанная на доверии [1]. Коммуникационной составляющей при формировании доверия между участниками рынка является репутация.

2. В новых сегментах экономики, возникающих в ответ на современные трансформации, репутация принимает новую контролирующую функцию. На основании метрик, характеризующих репутацию, варьируется доходная часть организации. В случае низкого уровня репутации организации платформа имеет право исключить ее, освободив место конкурентам с более высоким ее уровнем.

3. Репутация в глобальном информационном пространстве есть агрегированная совокупность реакций, которые мы уже описывали в предыдущих исследованиях.

4. В дальнейших исследованиях платформа YouTube будет рассматриваться как один из коммуникативных каналов по формированию и капитализации репутации предприятия.

5. Репутация, в отличие от имиджа компании, носит количественную оценку. Репутация как количественная оценка реакции потребителей может быть монетизирована и приносить доход бизнесу. Если представить это в физических величинах, то за каждые 1000 просмотров в среднем начисляется 2 долл.

6. В данной статье мы подвергли анализу владельцев бизнеса, чья деятельность полностью связана с платформой: они не являются самостоятельными производителями продуктов и услуг и подпадают под категорию «оценка третьими лицами». Исходя из этого, видеообзор, посвященный продукту или услуге, на сторонней странице может набрать более миллиона просмотров, тогда как на официальной странице производителя – не более 100 тыс.

7. Исходя из всего вышесказанного, считаем целесообразным в дальнейших исследованиях репутации в глобальном информационном пространстве использовать и просмотры на официальной странице производителя, и просмотры у третьих лиц для комплексной количественной оценки влияния репутации на эффективность деятельности предприятия.

Литература

1. Айзенеггер М. Доверие и репутация в эпоху глобализации // Отечественные записки. – 2014. – № 1 (58). – С. 26–34.
2. Курбангалиева Д.Л. Репутация в сети Интернет: оценка влияния на уровень продаж предприятия (на примере автомобильной отрасли экономики) // Аудит и финансовый анализ. – 2019. – № 1. – С. 139–143.
3. Курбангалиева Д.Л. Ключевые показатели эффективности предприятия в сети // Казанский экономический вестник. – 2018. – № 4 (36). – С. 10–14.
4. Официальный сайт видеохостинга “YouTube”. – URL: <http://www.youtube.com> (дата обращения: 21.10.2019).
5. Официальный сайт новостного интернет-издания. – URL: <https://meduza.io/cards/hochu-snyat-video-o-svoem-biznese-kak-eto-delat/> (дата обращения: 17.10.2019).
6. Официальный сайт по отслеживанию статистики и аналитики социальных сетей. –

URL: <https://socialblade.com/youtube/> (дата обращения: 21.10.2019).

7. Официальный сайт “Tubular Insight”. – URL: <https://tubularinsights.com/> (дата обращения: 21.10.2019).

8. Сафиуллин М.Р., Ельшин Л.А., Абдукаева А.А. Оценка эффективности цифровой трансформации экономики регионов России // Экономический вестник Республики Татарстан. – 2019. – № 3. – С. 5–12.

9. Харламов А.В. Доверие и репутация в брендинге // Современный стиль управления: сборник трудов конференции. – Чебоксары: Издательство Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева, 2016. – С. 541–548.

10. Чебыкина М.В., Акулова А.Ш. Деловой имидж, его репутация в системе маркетинговых коммуникаций предприятия // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2007. – № 4. – С. 83–85.

11. Bente G., Dratsch T., Kaspar K., Al-Issa A. Cultures of Trust: Effects of Avatar Faces and Reputation Scores on German and Arab Players in an Online Trust-Game // PLOS ONE, 9(8), 2014.

12. Ert E., Fleischer A., Magen N. Trust and Reputation in the Sharing Economy: The Role of Personal Photos in Airbnb // Tourism Management. – Vol. 55, 2016. – P. 62–73.

13. Grunichev A.S., Safiullin M.R. About Economic Agent Reputation Value and Role in

Modern Conditions of Management (Regional Aspect) // Journal of Social Sciences Research. – Special Issue 5, 2018. – P. 256–259.

14. Jøsang A., Ismail R., Boyd C. Overview of Trust and Reputation Systems for the Provision of Online Services // Decision Support Systems. – Vol. 43, 2007. – P. 618–644.

15. Kolesnikova J.S., Grunichev A.S., Salyahov E.F., Zagidullina V.M. Reputation as Part of Intangible Property, Intangible National Wealth and Intangible Heritage // Asian Social Science. – Vol. 10, Is. 13, 2014. – P. 271–279.

16. Li X., Guo X., Wang C., Zhang S. Do Buyers Express Their True Assessment? Antecedents and Consequences of Customer Praise Feedback Behaviour on Taobao / Internet Research. – Vol. 26, 2016. – P. 1112–1133.

17. Safiullin M.R., Grunichev A.S., Elshin L.A. Educating the Reputation Capital Impact of a Region on the Parameters of Its Investment Activity: Methodical Approaches // International Journal of Higher Education. – Vol. 8, Is. 7, 2019. – P. 146–152.

13. Sthapit E. My Bad for Wanting to Try Something Unique: Sources of Value Co-Destruction in the Airbnb Context // Current Issues in Tourism. – Vol. 22, Is. 20, 2019. – P. 2462–2465.

14. Tiwana A. Platform Ecosystems: Aligning Architecture, Governance, and Strategy. – Waltham: Morgan Kaufmann; Elsevier, 2014. – 300 p.

Информация об авторах

Курбангалиева Динара Ленаровна, аспирант, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: dhasanova@list.ru

D.L. KURBANGALIEVA,
Graduate student
Kazan (Volga region) Federal University

REPUTATION AS THE INSTRUMENT OF MONETIZATION ON THE EXAMPLE OF A PLATFORM IN THE GLOBAL INFORMATION SPACE

Abstract. The reputation of the entrepreneur is an intangible factor, the measurement of which is difficult to provide in physical terms. However, when in the digital revolution each individual has a double in the global information space, we can try to evaluate the metrics that characterize the reputation on the example of online platforms.

The reputation in the national science has a very narrow study: from the point of marketing research [10]: as a monitoring of reviews, looking for negative messages from the mass of messages, in other words, working with reviews. On the other hand, among SMM specialists you can find a large number of recommendations on website promotion, cheating subscribers and so on, while there is no research on the values of key indicators of the impact of the reputation economy. In other words, there are very few works devoted to the quantitative measurement of the impact of the company's reputation volatility on the parameters of financial and economic development.

In this article we will attempt to assess the reputation of an enterprise on the basis of open and public information using the YouTube online platform as an example [4]. Using the example of successful business owners (YouTube channels), we will identify the relationship between metrics that characterize the reputation and impact on the results of operations, that is product monetization (videos), and determine the most significant ones.

In the article, the reputation is presented in a new, previously unexplored format: as a controlling on the platform. Based on the metrics that characterize the reputation, the profitable part of the organization varies.

Keywords: monetization, views, subscribers, online reputation, sales, regression equation, metric, digital transformation.

Reference

1. *Aisenegger M.* Trust and reputation in the globalization / M. Aisenegger // University of Zurich // Publishing House: Fund for the Promotion of the Formation of a Modern Expert Environment “Domestic Notes”. – Moscow, 2014. – Vol. 1, Is. 58. – P. 26–34.
2. *Kurbangalieva D.L.* Reputation on the Internet: an assessment of the impact on the level of sales of an enterprise (for example, the automotive industry) / D.L. Kurbangalieva // Audit and Financial Analysis Journal. – No. 1. – Moscow, 2019. – P. 129–143.
3. *Kurbangalieva D.L.* Key performance indicators of the enterprise in the network / D.L. Kurbangalieva // Kazan Economic Bulletin. – No. 4 (36), 2018. – Kazan University Press. – Kazan, 2019. – P. 10–14.
4. Official site YouTube. – URL: <http://www.youtube.com/> (date accessed: 21.10.2019).
5. Official site of the news internet edition. – URL: <https://meduza.io/cards/hochu-snyat-video-o-svoem-biznese-kak-eto-sdelat> (date accessed: 17.10.2019).
6. Official site of social network monitoring. – URL: <https://socialblade.com/youtube/> (date accessed: 21.10.2019).
7. Official site Tubular Insight. – URL: <https://tubularinsights.com/> (date accessed: 21.10.2019).
8. *Safullin M.R.* Evaluation of the efficiency of digital transformation of the economy of the regions of Russia / M.R. Safullin, L.A. Elshin, A.A. Abdukaeva // Economic Bulletin of the Republic of Tatarstan. – Kazan: Publishing House: Territorial Authority of the Federal State Statistics Service of the Russian Federation for the Republic of Tatarstan no. 3, 2019. – P. 5–12.
9. *Kharlamov A.V.* Trust and reputation in branding / A.V. Kharlamov // The proceedings of the conference “Modern management style”; ed: Chuvash State Pedagogical University & I. Yakovleva. – Cheboksary, 2016. – P. 541–548.
10. *Chebykina M.V.* Business image, its reputation in the system of marketing communications of the enterprise / M.V. Chebykina, A.Sh. Akulova // Publisher: Vestnik OGU No. 4, Orenburg State University. – 2007. – P. 83–85.
11. *Bente G.* Cultures of trust: Effects of avatar faces and reputation scores on German and Arab players in an online trust-game / G. Bente, T. Dratsch, K. Kaspar, A. Al-Issa // PLoS One. – 2014. – Vol. 9.

12. *Ert E.* Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb / E. Ert, A. Fleischer, N. Magen // *Tour. Manag.* – 2016. – Vol. 55. – P. 62–73.
13. *Grunichev A.S.* About economic agent reputation value and role in modern conditions of management (regional aspect) / A.S Grunichev, M.R. Saifullin // *Journal of Social Sciences Research.* – 2018. – Special Is. 5. – P. 256–259.
14. *Jøsang A.* Overview of trust and reputation systems for the provision of online services / A. Jøsang, R. Ismail, C. Boyd // *Decision Support Systems.* – Vol. 43. – 2007. – P. 618–644.
15. *Kolesnikova J.S.* Reputation as part of intangible property, intangible national wealth and intangible heritage / J.S. Kolesnikova, A.S. Grunichev, E.F. Salyahov, V.M. Zagidullina // *Asian Social Science.* – 2014. – Vol. 10, Is. 13. – P. 271–279.
16. *Li X.* Do buyers express their true assessment? Antecedents and consequences of customer praise feedback behaviour on Taobao / X. Li, X. Guo, C. Wang, S. Zhang // *Internet Res.* – Vol. 26. – 2016. – P. 1112–1133.
17. *Safullin M.R.* Educating the reputation capital impact of a region on the parameters of its investment activity: methodical approaches / M.R. Saifullin, A.S. Grunichev, L.A. Elshin // *International Journal of Higher Education.* – 2019. – Vol. 8, is. 7. – P. 146–152.
18. *Sthapit E.* My bad for wanting to try something unique: sources of value co-destruction in the Airbnb context / E. Sthapit // *Current Issues in Tourism.* – 2019. – Vol. 22, is. 20. – P. 2462–2465.
19. *Tiwana A.* Platform Ecosystems: Aligning Architecture, Governance, and Strategy Aligning Architecture, Governance, and Strategy, Platform Ecosystems / A. Tiwana. – Imprint: MK. – 2014. – P. 300.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 339.54

ХУАН ХАЙЯНЬ,

аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

КИТАЙСКО-РОССИЙСКОЕ ВЗАИМОВЫГОДНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ТОРГОВОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

*Исследование выполнено при финансовой поддержке Отдела образования
Внутренней Монголии и Китая в рамках научного проекта «Внутренняя Монголия,
Китай и Россия сотрудничают в исследованиях» № NJSY19117*

Аннотация. Географическое положение и схожесть стратегий развития Китая и России характеризуются как преимущественные свойства потенциала их торгово-экономического сотрудничества. Опыт сотрудничества последних 10 лет показал различие целей обеих стран в продвижении на мировом экономическом рынке. С появлением в России программы «Восточное направление», а в Китае – экономической стратегии «Один пояс, один путь», а также в силу сложившейся международной и внутренней ситуации китайско-российское торговьо-экономическое сотрудничество имеет все возможности для своего дальнейшего развития. В статье анализируются новые предпосылки китайско-российского торговьо-экономического сотрудничества, исследуются состояние и перспективы развития этого сотрудничества в новых условиях, рассматриваются проблемы и выдвигаются предложения по его усилению. Анализ китайско-российского торговьо-экономического сотрудничества выявил следующие проблемы: несоизмеримость в экспортно-импортном потенциале двух стран, низкий уровень объема торговли между ними, проблемы логистики. На основе исследования предложены меры по устранению проблем: привлечение и создание логистических каналов, совершенствование инфраструктуры, организация инвестиционных каналов, формирование хорошего имиджа. Российско-китайское партнерство является результатом многоуровневого и благоприятного взаимодействия Китая и России в течение многих десятилетий. Под влиянием внутренней и международной среды китайско-российское промышленное сотрудничество продолжает развиваться в направлении взаимодополняемости.

Ключевые слова: Китай и Россия, экономика и торговля, сотрудничество, торгово-экономическое сотрудничество, исследования.

Торгово-экономическое сотрудничество между Китаем и Россией является одной из основных задач, касающихся взаимопомощи двух стран, и играет важную роль в продвижении экономического рынка Северо-Восточной Азии. Помимо традиционного политического партнерства, между Китаем и Россией расширилось также экономическое сотрудничество, что стало важной частью экономик двух стран [1]. Взаимодополняемость двух стран, выраженная в природных ресурсах России и промышленно-финансовых ресурсах Китая, свидетельствует о потенциале глубокого

сотрудничества между ними. Согласно данным по внешней торговле, опубликованным Россией в 2017 г., Китай стал ее крупнейшим торговым партнером. Благодаря усилиям правительства и предприятий двух стран экономическое партнерство между Китаем и Россией достигло лучших результатов в истории.

Современное состояние экономического сотрудничества между Китаем и Россией имело в последние годы тенденцию к снижению на фоне политической нестабильности в России. Прямые китайские инвестиции в Россию начали расти с 2002 г., и при поддержке двух стран

значение данного показателя в течение многих лет неуклонно растет (рис. 1).

На основе данных, представленных на рис. 1, можно сделать вывод, что в 2002–2015 гг. объем прямых инвестиций Китая в Россию постоянно увеличивался. В энергетику и машиностроение направлялась лишь малая доля инвестиций. Основными же субъектами инвестиций являлись крупные государственные предприятия, относящиеся к легкой промышленности и информационной индустрии. Однако, согласно данным информационного агентства «РИА Новости», в последнее время китайские компании начали вкладывать больше денег в развитие инфраструктуры, в недвижимость, в отрасли машино- и автомобилестроения [2]. В 2016–2017 гг., на фоне политической нестабильности в России, прямые инвестиции Китая в страну снизились, что наглядно иллюстрирует график, представленный на рис. 1.

Необходимо отметить, что низкий уровень торговли товарами между двумя странами также является одной из проблем их экономического сотрудничества. На протяжении многих лет двусторонняя торговля между Китаем и Россией базировалась в основном на товарах легкой промышленности, российском экспорте

нефти, древесины, цветных металлов и других ресурсоемких товаров [5]. Таблица 1 отражает структуру и долю импорта-экспорта Китая и России в 2014–2017 гг.

Структура российского экспорта в Китай характеризуется товарами первой категории – минеральными продуктами. В 2017 г. доля экспортимемых полезных ископаемых из России достигла в структуре импорта Китая достаточно высокого уровня – 77 %. Россия занимает второе и третье место по экспорту древесины и химических продуктов в Китай.

Однако в последние годы, под влиянием программ по защите окружающей среды, эти два вида отрасли экспорта сократились. За тот же период Россия импортировала из Китая три основные категории товаров – электромеханические, текстильные и сырьевые, а также основные металлы и изделия. Китай в большей степени зависит от российских ресурсов, а рамки двустороннего торгового сотрудничества между странами обусловлены лишь взаимодополняемостью их трудовых и природных ресурсов.

В долгосрочном плане такая взаимодополняющая структура экспортно-импортной торговли станет одной из главных проблем разви-

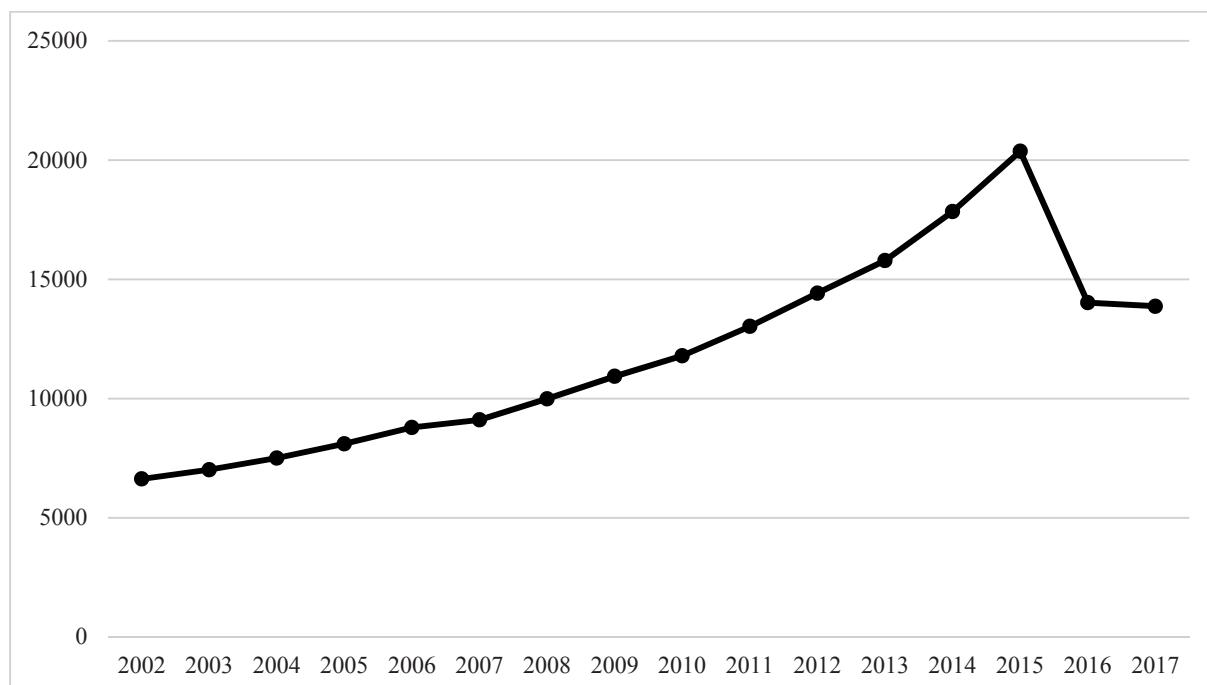


Рис. 1. Объем инвестиций Китая в Россию за 2001–2017 гг. (млн долл. США) [3]

Таблица 1

Структура и удельный вес российского экспорта и импорта в 2014–2017 гг., в % [6]

Год	Структура и удельный вес российского экспорта в Китай, %				Структура и удельный вес российского импорта из Китая, %			
	1	2	3	Другое	1	2	3	Другое
2014	Минераль- ные продук- ты – 65,8	Древесина и изделия – 9,6	Химиче- ские про- дукты – 8,4	16,6	Электроме- ханические изделия – 46,7	Текстиль и сырье – 9,1	Изделия из недрагоцен- ных метал- лов – 8,5	35,7
2015	Минераль- ные продук- ты – 65,6	Хими- ческие продукты – 10,2	Древесина и изделия – 8,6	15,6	Электроме- ханические изделия – 45,5	Текстиль и сырье – 9,4	Изделия из недрагоцен- ных метал- лов – 8,0	37,5
2016	Минераль- ные продук- ты – 51,7	Древесина и изделия – 13,4	Химиче- ские про- дукты – 9,5	25,4	Электроме- ханические изделия – 45,8	Текстиль и сырье – 10,0	Изделия из недрагоцен- ных метал- лов – 7,9	36,6
2017	Минераль- ные продук- ты – 77,0	Древесина и изделия – 6,7	Химиче- ские про- дукты – 3,9	12,4	Электроме- ханические изделия – 46,1	Текстиль и сырье – 9,7	Изделия из недрагоцен- ных метал- лов – 7,8	36,4

тия торгово-экономического сотрудничества двух стран.

Необходимо сказать, что азиатская часть России, а именно Дальний Восток, является ключевым регионом экономического сотрудничества между Китаем и Россией [8]. Однако существует ряд логистических проблем. Транспортная инфраструктура в восточной части России была построена в период дружественных отношений между Китаем и бывшим Советским Союзом. К сожалению, большая часть построенных тогда дорог разрушена, сильно повреждена и имеет маленькую пропускную способность. В частности, на Дальнем Востоке уровень обрыва основных средств железнодорожного транспорта достигает 70 %. Мосты представляют собой деревянные конструкции, которые не могут обеспечить проезд крупных грузовых транспортных средств. Портовые сооружения устарели, вблизи портов отсутствуют железнодорожные станции, а преимущества железнодорожно-морского комбинированного транспорта и незамерзающих портов на тихоокеанском побережье не реализованы. Пропускная способность портов и железных дорог двух стран низкая, а размеры и вместимость хранилищ недостаточны, что ограничивает быстрое формирование и развитие экономического коридора.

Дорожная сеть между Дальним Востоком России и Китаем в провинциях Хэйлунцзян, Внутренняя Монголия и Цзилинь превосходит по качеству дорожную сеть в Сибири [9]. По сравнению с Россией Китай обладает техническими, капитальными и финансовыми преимуществами в обустройстве инфраструктуры, однако сотрудничество в этой области недостаточно развито.

В рамках исследования нами предлагаются следующие меры по содействию торгово-экономического сотрудничеству между Россией и Китаем:

1. Развитие китайско-российской международной логистики. По мере развития мировой экономики торговая деятельность предприятий становится все более детальной, а традиционные крупные и всеобъемлющие торговые методы трудно адаптируются к быстро меняющимся рыночным условиям. Логистические затраты международных торговых предприятий Китая и России, связанные с транспортировкой продукции без помощи посредников, являются огромными, также существует большая вероятность хаоса в управлении международными торговыми предприятиями. Поскольку спрос на международную логистику как в Китае, так и в России продолжает расти, некоторые сто-

ронние логистические компании начали осуществлять соответствующие международные грузовые перевозки, а мировые логистические компании постепенно входят на российско-китайский рынок. Исходя из этого, международные торговые предприятия Китая и России умеренно передают решение некоторых логистических задач сторонним логистическим предприятиям, что помогает им снижать сложность собственного управления. В то же время использование качественных логистических и транспортных возможностей улучшает скорость доставки продуктов клиентам. Это может способствовать снижению экономических затрат предприятий. Таким образом, китайские и российские международные торговые предприятия должны активно использовать логистику третьих сторон в соответствии со своими собственными ресурсами и возможностями, что, в свою очередь, способствует более эффективному развитию международной торговой деятельности.

2. Организация зоны свободной торговли на границе между Китаем (Хэйлунцзян, Внутренняя Монголия) и Россией (Дальний Восток). Стратегия развития Дальнего Востока открывает возможности для использования региональных и пограничных торговых преимуществ Китая через Хэйлунцзян и Внутреннюю Монголию, и, в первую очередь, может способствовать созданию зоны свободной торговли на границе между Китаем (Хэйлунцзян, Внутренняя Монголия) и Россией (Дальний Восток) [11].

3. Создание многоуровневой, многоканальной платформы для сотрудничества в области инвестиций. В 2017 г. Китай объединил 17 международных мероприятий по инвестиционному развитию. Для предприятий была создана многоуровневая, многоканальная платформа внешнеэкономического сотрудничества. На фоне торговых и экономических санкций со стороны США открываются новые возможности для укрепления и развития стратегического партнерства между Китаем и Россией, что скажется и на росте торгово-экономического сотрудничества. Китай и Россия должны объединить усилия для двустороннего торгово-экономического союза и совместно создать «но-

вый двигатель». Факторами развития могут послужить: готовность стран учитывать интересы друг друга, строительство двусторонних инвестиционных каналов, использование средств фондов, например, Фонда Шелкового пути, Нового банка развития БРИКС и Азиатского инвестиционного банка, для ускорения развития трансграничной инфраструктуры в приграничных районах Китая и России.

4. Формирование благоприятного имиджа для достижения взаимовыгодного сотрудничества. Развитие местных талантов, проведение мероприятий, способствующих культурному и социальному обмену, выполнение экологических и юридических обязанностей, совершенствование качества подготовки кадров создают благоприятный фон для развития бизнеса.

Таким образом, анализ китайско-российского торгово-экономического сотрудничества выявил следующие проблемы: несоизмеримость в экспортно-импортном потенциале двух стран, низкий уровень объема торговли между ними, проблемы логистики. Исходя из этого, нами предложены меры по устранению проблем: привлечение и создание логистических каналов, совершенствование инфраструктуры, организация инвестиционных каналов, формирование хорошего имиджа.

Перспективы торгово-экономического сотрудничества России и Китая достаточно велики, в связи с чем необходимо на государственном уровне провести более детальное исследование вышеназванных проблем и направить все свои усилия на их устранение, что способствует как экономическому, так и социальному развитию обеих стран.

Литература

1. *Zhang XinYing, Li ShuXia.* Три тенденции в сельскохозяйственном сотрудничестве между Китаем и Россией // Китайская сельская экономика. – 2012. – № 5 (77). – С. 85–92.
2. *Биликов К.* Шелковый путь и интеграция Европы и Азии – перспективы объединения двух стратегических проектов // Российские исследования. – 2015. – № 6 (67). – С. 7–17.
3. Официальный сайт министерства торговли Китая. – URL: <http://russia.ce.cn/> (дата обращения: 07.11.2018).

4. *Xie Min.* Анализ существующего положения и проблем китайско-российского технического сотрудничества // Журнал Харбинского университета коммерции. – 2015. – № 4 (41). – С. 93–100.
5. *Cheng Yun Jie.* Современное состояние экономического развития России и его влияние на китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество // Внешнеторговая и экономическая практика. – 2015. – № 6 (17). – С. 8–15.
6. *Островский С.* Общий план развития российского Дальнего Востока и Северо-Восточного Китая: проблемы и перспективы // Российский журнал. – 2016. – № 3 (63). – С. 5–13.
7. *Khamitova G.A., Fanakova L.V.* The International Cooperation Accomplishments of Innovative University of Eurasia with Anshan Normal University (China) // Grand Altai Research & Education, 1, 2014. – P. 38–41.
8. *Shlapentokh V.* Russia, China, and the Far East: Old Geopolitics or a New Peaceful Cooperation?// Communist and Post-Communist Studies. – Vol. 28, no. 3, 1995. – P. 307–318.
9. *Graham N.A.* China and the Future of Security Cooperation and Conflict in Asia // Journal of Asian and African Studies. – Vol. 33, no. 1, 1998. – P. 94–113.
10. *Shadrina E., Bradshaw M.* Russia's Energy Governance Transitions and Implications for Enhanced Cooperation with China, Japan, and South Korea // Post-Soviet Affairs. – Vol. 29, no. 6, 2013. – P. 461–499.
11. *Zhou T.* China – Russia Border Trade Cooperation in Twenty-First Century – a Talk on the Basis of Cooperation between China and Russia in the Far East // Regional Studies of Amur Area. International Periodic Collection, 1(11), 2015. – P. 38–41.

Информация об авторах

Хуан Хайянь, аспирант, Казанский (Приволжский) федеральный университет, старший преподаватель, Inner Mongolia University of Finance and Economics.

E-mail: huanghaiyan830115@163.com

**HUANG HAIYAN,
PhD in Economics**
Kazan (Volga region) Federal University

CHINESE-RUSSIAN MUTUALLY BENEFICIAL ECONOMIC AND TRADE COOPERATION

Abstract. The geographical position and similarity of the development strategies of China and Russia are characterized as predominant properties of the potential for trade and economic cooperation. The experience of cooperation over the past 10 years has shown the difference in the goals of both countries in promoting themselves on the world economic market. With the advent of the Eastern Direction program in Russia, China's One Belt, One Way economic strategy, as well as the current international and domestic situation, Sino-Russian trade and economic cooperation has the potential for further development. The article analyzes the new prerequisites for Sino-Russian trade and economic cooperation, examines the state of development of Sino-Russian trade and economic cooperation in the new conditions, considers problems, makes proposals for strengthening Russian-Chinese trade and economic cooperation. An analysis of Sino-Russian economic and trade cooperation revealed the following problems: the disproportion in the export-import potential of countries, the low level of trade between countries, and logistics problems. Based on the study, measures to eliminate problems were proposed: attracting and creating logistics channels, improving infrastructure, organizing investment channels, creating a good image. The Russian-Chinese partnership is the result of multilevel and favorable interaction between China and Russia for many decades. Under the influence of domestic and international environment, Sino-Russian industrial cooperation continues to develop in the direction of complementarity.

Keywords: China and Russia, economics and trade, cooperation, trade and economic cooperation, research.

References

1. *Zhang XinYing.* Three trends in agricultural cooperation between China and Russia / XinYing Zhang, ShuXia Li // Contained in the “Chinese rural economy” – 2012. – No. 5 (77). – P. 85–92.

2. *Bilyukov K.* Silk Road and the integration of Europe and Asia – the prospects for combining two strategic projects / K. Bilyukov // Russian Studies. – 2015. – No. 6(67). – P. 7–17.
3. Official site of the Ministry of Commerce of China. – URL: <http://russia.ce.cn/> Electronic resource (date accessed: 07.11.2018).
4. *Xie Min.* Analysis of the current situation and problems of Chinese-Russian technical cooperation / Min Xie // Journal of the Harbin University of Commerce. – 2015. – No. 4 (41). – P. 93–100.
5. *Cheng Yun Jie.* The current state of Russia's economic development and its impact on Chinese-Russian trade and economic cooperation / Cheng Yun Jie // Foreign Trade and Economic Practice. – 2015. – No. 6 (17). – P. 8–15.
6. *Ostrovsky S.* General Development Plan of the Russian Far East and Northeast China: Problems and Prospects / S. Ostrovsky // Russian Journal. – 2016. – No. 3 (63). – P. 5–13.
7. *Khamitova G.A.* The international cooperation accomplishments of innovative university of Eurasia with Anshan normal university (China) / G.A. Khamitova, L.V. Fanakova // Grand Altai Research & Education. – 2014. – No. 1. – P. 38–41.
8. *Shlapentokh V.* Russia, China, and the Far East: old geopolitics or a new peaceful cooperation? / V. Shlapentokh // Communist and Post-Communist Studies. – 1995. – Vol. 28. – № 3. – P. 307–318.
9. *Graham N.A.* China and the future of security cooperation and conflict in Asia / N.A. Graham // Journal of Asian and African Studies. – 1998. – Vol. 33. – No. 1. – P. 94–113.
10. *Shadrina E.* Russia's energy governance transitions and implications for enhanced cooperation with China, Japan, and South Korea / E. Shadrina, M. Bradshaw // Post-Soviet Affairs. – 2013. – Vol. 29. – No. 6. – P. 461–499.
11. *Zhou T.* China – Russia border trade cooperation in twenty-first century – a talk on the basis of cooperation between China and Russia in the far East / T. Zhou // Regional Studies of Amur Area. International Periodic Collection. – 2015. – No. 1 (11). – P. 38–41.

УДК 330.3

И.А. ЮНУСОВ,
кандидат экономических наук
Казанский национально-исследовательский технический университет
им. А.Н. Туполева

ЕАЭС КАК ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОГО МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

Аннотация. В современном мире наблюдается постоянная трансформация конфигурации глобальных рынков.

Цель исследования заключается в выявлении необходимости объединения усилий на территории Евразийского экономического союза для обеспечения диверсификации рисков в условиях нестабильного мирового хозяйства.

Для анализа и оценки перспектив процесса интеграции в странах ЕАЭС были использованы методы экономико-статистического исследования. Совместно с коэффициентным и статистическим анализом была исследована динамика ключевых показателей экономического развития стран, входящих в ЕАЭС, и союза в целом.

Интеграционные объединения в условиях глобализационных тенденций выступают в качестве обеспечения синергетического эффекта для национальных экономик.

На экономику ЕАЭС в последнее время оказал влияние ряд факторов негативного характера, к которым можно отнести снижение цен на нефть, «Русскую весну» на Украине, присоединение Крыма к РФ, введение санкций против РФ со стороны развитых стран.

Для того чтобы не остаться аутсайдером мировой хозяйственной системы, необходимо объединить усилия и ресурсы при формировании единого экономического пространства. Совместное экономическое пространство обеспечит благоприятную среду для построения конкурентоспособного международного бизнеса на территории ЕАЭС.

Ключевые слова: интеграционные объединения, мировая экономика, глобализация, интеграция, ЕАЭС.

Мировая экономика – это система, которая постоянно претерпевает различные изменения, обусловленные трансформацией интеграционных объединений.

В 1991 г. произошел глобальный перелом в построении международного бизнеса. После раз渲ала СССР экономические связи между входившими в него республиками оказались разорваны.

СССР – это одно из эффективных интеграционных объединений в истории. Экономика СССР, по мнению В.В. Леонтьева, П. Самуэльсона и не только их, несмотря на постоянную блокаду со стороны внешних сил, развивалась наиболее высокими и устойчивыми темпами в мире и в послевоенный период была восстановлена в течение 5 лет. В 1917 г. ВВП России составлял 3 % мирового валового продукта, в 1990 г. – 15 %, а сегодня – около 2 % [6]/

После раз渲ала СССР образовалось 15 независимых государств, самым крупным из которых является Российская Федерация.

1 января 2015 г. на базе Евразийского экономического сообщества был учрежден Евразийский экономический союз. На сегодняшний день государствами-членами ЕАЭС являются:

- Армения (с 2 января 2015 г.);
- Белоруссия (с 1 января 2015 г.);
- Казахстан (с 1 января 2015 г.);
- Киргизия (с 12 августа 2015 г.);
- Россия (с 1 января 2015 г.).

По данным статистики, в 2018 г. численность населения ЕАЭС равнялась 184 006 100 человек. Основную его долю составляет население РФ – 79,8 %. В 2018 г. прирост населения Казахстана составил по сравнению с 2017 г. 1,31 %, а Киргизии – 2,12 % [2].

В целом, на экономическое развитие ЕАЭС как интеграционного объединения РФ оказывает влияние в политическом плане, а также внедряет российский опыт управления. Российский опыт управления технологическим развитием промышленности специфичен в силу ряда объективных и субъективных факторов [8].

На экономику ЕАЭС в последнее время оказал влияние ряд факторов негативного характера, к которым можно отнести снижение цен на нефть, «Русскую весну» на Украине, присоединение Крыма к РФ, введение санкций против РФ со стороны развитых стран.

По оценкам экспертов, восстановительный рост экономики России проявляет тенденцию к спаду [5].

Минэкономразвития РФ прогнозирует, что в ближайшее десятилетие и даже дольше – до 2030 года – усредненные темпы роста экономики РФ не превысят 2,5 % [7].

В 2018 г. объем промышленного производства ЕАЭС составил 1 245,7 млрд долл. США и увеличился по сравнению с 2017 г., в постоянных ценах, на 3,1 % (в 2017 г. по сравнению с 2016 г. – на 2,6 %) [1].

ЕАЭС можно охарактеризовать как неравный союз государств. Дело в том, что страны-участницы ЕАЭС находятся на разном уровне

экономического развития. Около 86 % общего ВВП производится в России, примерно 10 % – в Казахстане, остальные 4 % – в Беларуси, Армении и Киргизстане. В 2018 г., по данным МВФ, ВВП на душу населения в РФ составил 11 177 долл. США, а в Казахстане – 9 236 долл. США. РФ является лидером среди стран ЕАЭС по показателю «Золотовалютные резервы» – 518,4 млрд долл. США. Лидерское положение РФ наблюдается и в области размера государственного долга – 14,1 % ВВП. В 2018 г. на долю России приходилось 88,7 % от общего объема промышленного производства ЕАЭС, Казахстана – 6,4 %, Беларуси – 4,3 %, Армении и Киргизстана – по 0,3 %.

Доминирующее положение РФ в ЕАЭС обусловлено исторически. Обратившись к истории вышеназванных государств, приходим к выводу, что все они были частью Российской империи и СССР. Данные страны заинтересованы в партнерстве с РФ, а РФ обеспечивает себе безопасность на границах. Киргизия граничит с неспокойным Афганистаном, а Беларусь – со странами НАТО.

Как видно из рис. 1, в 2014 г. наблюдалось снижение ВВП ЕАЭС. Это обусловлено тем, что введенные санкции против РФ привели к падению ВВП РФ и Беларуси.

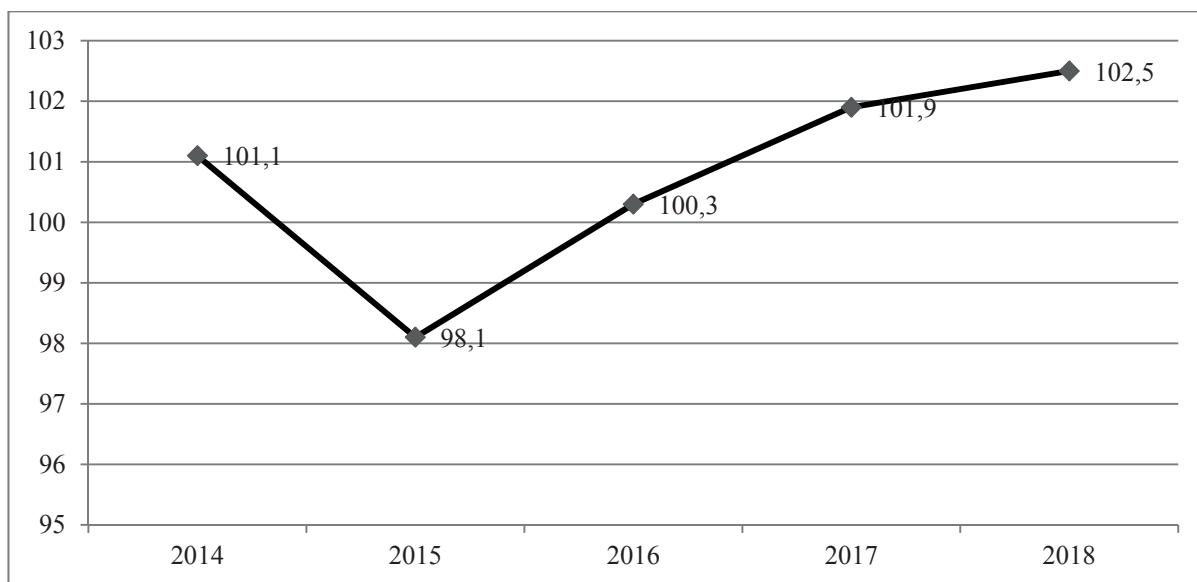


Рис. 1. Динамика валового внутреннего продукта ЕАЭС (в процентах к предыдущему году, в постоянных ценах)

Индекс физического объема ВВП Беларуси в 2015 г. составил 96,2 %, а в 2016 г. – 97,5 %. Индекс физического объема ВВП РФ в 2015 г. составил 97,7 %. Это является результатом тесной взаимосвязи экономик Беларуси и РФ. В 2018 г. наблюдался незначительный рост индекса физического объема ВВП ЕАЭС – 102,5 %.

В условиях глобализации мирового хозяйства странами, входящими в ЕАЭС, ведется активная внешняя торговля с третьими странами.

Суммарный объем внешней торговли товарами государств-членов ЕАЭС с третьими странами за январь – май 2019 г. составил 293,1 млрд долл. США, в том числе экспорт товаров – 188,9 млрд долл. США, импорт – 104,2 млрд долл. США. По сравнению с январем – маев 2018 г. объем внешнеторгового оборота снизился на 0,9 %, или на 2 793,4 млн долл. США, экспорт – на 1,4 % (на 2 695,1 млн долл. США), импорт – на 0,1 % (на 98,3 млн долл. США). Профицит внешней торговли составил 84,7 млрд долл. США против 87,3 млрд долл. США в январе – мае 2018 г. [4].

При анализе причин увеличения стоимостного объема экспорта государств-членов ЕАЭС по сравнению с 2017 г. (на 26,8 %) было установлено, что данное обстоятельство обусловлено ростом средних цен на экспортные товары (на 21,1 %) и увеличением физического объема (на 4,7 %). При этом доминирующую роль сыграло повышение цен – прирост стоимостного показателя – 78 %, увеличение товарной массы – 22 %.

Объем импортных закупок в стоимостном выражении демонстрирует рост на 6,3 %, их физический объем – на 2,7 %, средние цены –

на 3,5 %. Рост показателей стоимостного объема импорта обусловлен, в первую очередь, увеличением цен на импортируемые товары (57 %), и только во вторую – увеличением товарной массы (43 %).

Объем взаимной торговли товарами за 2017 г., исчисленный как сумма стоимостных объемов экспортных операций государств-членов ЕАЭС, составил 54,7 млрд долл. США, или 127,3 % к уровню 2016 г. [9]

Рынок ЕАЭС обладает большим потенциалом. Об этом свидетельствует то, что рынок демонстрирует тенденцию к постепенному восстановлению после санкционного давления на РФ, а также снижения цен на нефть. Высокий потенциал ЕАЭС подтверждают международные рейтинги.

В рейтинге «Ведение бизнеса – 2019» ЕАЭС занимает 31 место из 190. По сравнению с рейтингом 2018 г. произошло улучшение на четыре позиции, обусловленное положительной динамикой в рейтинге всех государств-членов ЕАЭС [10].

ЕАЭС является одним из мировых лидеров по интенсивности реализации реформ в направлении улучшения бизнес-климата. Интеграция в рамках Евразийского экономического союза положительно влияет на развитие делового и инвестиционного климата во входящих в него странах.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что интеграционные объединения в условиях глобализационных тенденций создают синергетический эффект для национальных экономик, обеспечивая устойчивое развитие. К тому же интеграционные объединения способны обеспечить снижение негативных последствий

Таблица 1
Объемы внешней торговли товарами государств-членов ЕАЭС с третьими странами, млрд долл. США [3]

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Оборот	912,1	938,8	937,6	873,1	579,4	509,4	634,1	753,4
Экспорт	581,6	592,7	586,5	555,6	373,9	308,3	386,9	490,6
Импорт	330,5	346,1	351,1	317,5	205,5	201,1	247,2	262,8
Сальдо	251,1	246,6	235,4	238,1	168,4	107,2	139,7	227,8

в ситуации падения мировой экономики, а также формируют дифференцированный подход в отношении экспорта и импорта.

Литература

1. Евразийский экономический союз в цифрах: краткий статистический сборник. – М.: Евразийская экономическая комиссия, 2019. – 199 с.
2. Россия и страны мира – 2018: статистический сборник. – М.: Росстат, 2018. – 375 с.
3. Евразийский экономический союз: статистический ежегодник. – М.: Евразийская экономическая комиссия, 2018. – 420 с.
4. Статистическое обозрение. – 2019. – № 1 (102).
5. Veselovsky M.Y., Izmailova M.A., Yunusov L.A., Yunusov I.A. Quality of Digital Transformation Management on the Way of Formation of Innovative Economy of Russia // Quality – Access to Success. – Vol. 20, no. 169, 2019. – P. 66–71.
6. Gnezdova J.V., Kuzin D.V., Manyushis A.Y., Filkevich I.A., Yunusov L.A. Transformation of Innovation Infrastructure in the Conditions of
- Organizational Changes in Russia // International Journal of Economics and Financial Issues. – Vol. 6, no. 2, 2016. – P. 82–87.
7. Izmailova M.A., Reshetova T.Y., Rukina I.M., Seifullaeva M.E., Yunusov I.A. Problems and Prospects of Innovative and Investment Development of Modern Russia // International Journal of Economics and Financial Issues. – Vol. 6, no. 2, 2016. – P. 95–102.
8. Pogodina T.V., Aleksakhina V.G., Burenin V.A., Polianova T.N., Yunusov L.A. Towards the Innovation-Focused Industry Development in a Climate of Digitalization: The Case of Russia // Entrepreneurship and Sustainability Issues, 6(4), 2019. – P. 1897–1906.
9. Макроэкономические обзоры. – URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/economyViewes/Pages/default.aspx.
10. Доклады Центра интеграционных исследований Евразийского банка развития. – URL: <https://eabr.org/analytics/integration-research/cii-reports/>

Информация об авторах

Юнусов Ильдар Альбертович, кандидат экономических наук, доцент, Казанский национально-исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева.

E-mail: ildardjan@bk.ru

I.A. YUNUSOV,
PhD in Economics

Kazan National Research Technical University n. a. A.N. Tupolev

THE EAEU AS AN OBJECTIVE NECESSITY IN AN UNSTABLE WORLD ECONOMY

Abstract. In the modern world there is a constant transformation of the configuration of global markets.

The purpose of the study is to identify the need to unite efforts on the territory of the EAEU to ensure the diversification of risks in an unstable world economy.

To analyze and assess the prospects of the integration process in the EAEU countries, the methods of economic and statistical research were used. Together with the coefficient and statistical analysis, the dynamics of key indicators of economic development of the EAEU countries and the union as a whole was studied.

Integration associations in the context of globalization trends act as a synergistic effect for national economies.

The EAEU economy has recently been affected by a number of negative factors, which include the decline in oil prices, the “Russian spring” in Ukraine, the annexation of Crimea to the Russian Federation, the imposition of sanctions against Russia by developed countries.

In order not to remain an outsider of the world economic system, it is necessary to combine efforts and resources in the formation of a single economic space. The joint economic space will provide a favorable environment for building a competitive international business on the territory of the EAEU.

Keywords: integration associations, global economy, globalization, integration, the Eurasian Economic Union.

References

1. Eurasian Economic Union in numbers: a concise statistical compendium // Eurasian Economic Commission. – Moscow, 2019. – 199 p.
2. Russia and the world 2018: stat. sat. / Rosstat. – M., 2018. – 375 p.
3. Statistical Yearbook of the Eurasian Economic Union // Eurasian Economic Commission. – Moscow, 2018. – 420 p.
4. Statistical review. No. 1 (102), 2019.
5. *Veselovsky M.Y.* Quality of digital transformation management on the way of formation of innovative economy of Russia / M.Y. Veselovsky, M.A. Izmailova, L.A. Yunusov, I.A. Yunusov // Quality – Access to Success. – 2019. – Vol. 20. – No. 169. – P. 66–71.
6. *Gnezdova J.* Transformation of innovation infrastructure in the conditions of organizational changes in Russia / J.V. Gnezdova, D.V. Kuzin, A.Yu. Manyushis, I.A. Filkevich, L.A. Yunusov // International Journal of Economics and Financial Issues. – 2016. – Vol. 6. – No. 2. – P. 82–87.
7. *Izmailova M.A.* Problems and prospects of innovative and investment development of modern Russia / M.A. Izmailova, T.Y. Reshetova, I.M. Rukina, M.E. Seifullaeva, I.A. Yunusov // International Journal of Economics and Financial Issues. – 2016. – Vol. 6. – No. 2. – P. 95–102.
8. *Pogodina T.V.* Towards the innovation-focused industry development in a climate of digitalization: The case of Russia / T.V. Pogodina, V.G. Aleksakhina, V.A. Burenin, T.N. Polianova, L.A. Yunusov // Entrepreneurship and Sustainability Issues, 6 (4). – 2019. – P. 1897–1906.
9. Макроэкономические обзоры // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии. – URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/economyViewes/Pages/default.aspx
10. Официальный сайт Евразийского банка развития. – URL: <https://eabr.org/analytics/integration-research/cii-reports/>
11. Евразийская экономическая интеграция – 2019. – URL: <http://eurasian-studies.org/wp-content/uploads/2019/>

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 336.77

А.А. АБДУКАЕВА,

ведущий научный сотрудник

Центр перспективных экономических исследований

Академии Наук Республики Татарстан

Э.М. БИКТАШЕВА,

магистр

Университет управления «ТИСБИ»

М.В. САВУШКИН,

кандидат экономических наук, доцент

Университет управления «ТИСБИ»

Г.Р. МУРТАЗИНА,

кандидат экономических наук, доцент

Университет управления «ТИСБИ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ РИСКОВ И ПЕРСПЕКТИВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

*Исследование выполнено за счет гранта
Российского научного фонда (проект №19-18-00202).*

Аннотация. Оценка и анализ факторов, определяющих параметры и направления социально-экономического развития региона, представляет собой важную научно-методологическую проблему, решение которой формирует базовые основы для выработки эффективной государственной политики в области регулирования экономики мезо- и макроуровня. Важнейшим структурным элементом в контексте поставленного вопроса является поиск дополнительных источников финансирования, стимулирующих экономический рост, в том числе основанных на привлечении финансовыми учреждениями региона заемных ресурсов от Центрального банка.

Целью работы является исследование проблемы активизации и эффективности кредитных вложений в финансовый сектор экономики региона со стороны центрального регулятора. В соответствии с поставленной целью были решены такие задачи, как изучение проблем, связанных с расширением кредитной активности Центрального банка в отношении финансового сектора экономики региона (на примере Республики Татарстан), выявление факторов, оказывающих позитивное влияние на кредитную активность, оценка рисков устойчивого развития финансово-кредитной системы субъекта федерации в зависимости от факторов конъюнктурного порядка, генерирующих спрос на кредитные ресурсы со стороны финансовых организаций, построение экономико-математической модели кредитной активности региональной кредитно-финансовой системы.

Ключевые слова: финансово-кредитная система региона, социально-экономическое развитие, риски экономического роста, устойчивость экономического развития, экономико-математическое моделирование.

Вопросы, раскрывающие особенности развития экономических систем в современных условиях хозяйствования, являются актуальными на любом историческом этапе. Современная экономика характеризуется весьма широким набором факторов, определяющих макроэкономические генерации. При этом их состав во многом формируется под воздействием реализуемой в государстве денежно-кредитной политики, которая не только генерирует тональность и ожидания экономических агентов по поводу будущих траекторий социально-экономического развития, но и заывает импульсы их экономической активности, определяющей процессы инвестиционного развития для обеспечения устойчивого экономического развития. Тем самым есть все основания утверждать, что эффективность развития финансовой системы национальной экономики является одним из главенствующих факторов экономического роста, наряду с другими, к которым, согласно классическим трудам экономической мысли, необходимо отнести развитие человеческого капитала, совершенствование материальной базы и т. п. [1, 2, 3].

При этом важно отметить, что эффективность развития финансового сектора экономики зависит от весьма широкого круга факторов внутреннего и внешнего порядка. Оценка их значимости в контексте поставленного вопроса требует использования обширной инструментально-методической базы. Среди указанной совокупности факторов необходимо отдельно выделить аспект, раскрывающий особенности развития региональной кредитной системы. Учитывая, что последняя во многом, если не сказать всецело, формируется в рамках реализуемой денежно-кредитной политики Центрального банка, важной научно-исследовательской задачей представляется оценка эффективности развития кредитной системы региона в зависимости от определяющих ее качественных характеристик (объема накопленных депозитов, просроченной задолженности по кредитам и т. п.). Решение поставленного вопроса позволит не только выявить и оценить влияние данных факторов на потребность региона в кредитных ресурсах ЦБ, но и определить, в формализованном виде, эффективность

функционирования исследуемой системы и наметить направления и механизмы совершенствования ее развития.

Действительно, принимая во внимание, что эффективность функционирования финансово-кредитной системы региона формирует базис развития реального сектора экономики, актуальность решения поставленной задачи не вызывает сомнений. Качественные параметры финансово-кредитной системы региона генерируют соответствующие модели развития банковского сектора, который, в свою очередь, задает импульсы деловой активности в экономике. В этой связи изучение вершины данной пирамиды, отражением которой является система кредитования Центральным банком региональных финансовых учреждений, определяет дальнейшие направления развития всей социально-экономической системы субъекта федерации.

В этой связи, актуализируя поставленную в настоящем исследовании задачу, представляется крайне важным проведение системного анализа, раскрывающего особенности развития финансово-кредитной системы региона через призму оценки факторов, определяющих степень необходимого уровня поддержки со стороны центральных регуляторов.

Проецируя данные подходы на оценку эффективности развития кредитной системы Республики Татарстан, в настоящей работе предложена попытка построения многофакторной модели, где в качестве эндогенного фактора выступает показатель, оценивающий объем кредитов, размещенных по кредитным организациям, зарегистрированным в регионе, а в качестве экзогенных – перечень показателей, воздействующих на исследуемый фактор.

В целом, перед тем как приступить к решению поставленной задачи, необходимо отметить, что банковский сектор республики является одним из наиболее развитых как в Приволжском федеральном округе, так и в целом по Российской Федерации. На 1 января 2018 г. в республике функционировало 20 кредитных организаций, 19 из которых – банковские учреждения и 1 – небанковская кредитная организация [4]. Тенденции развития рассматриваемого сектора экономики в контексте де-

мографического развития финансовых организаций региона представлены в табл. 1.

Важный показатель, позволяющий сравнивать кредитные организации, – это их финансовые результаты. Динамика финансовых показателей деятельности кредитных организаций Республики Татарстан приведена в табл. 2.

Для анализа текущей ситуации, а также с целью выявления возможных резервов для увеличения вложений в реальный сектор, на примере Республики Татарстан был проведен анализ кредитной активности региона в сфере привлечения финансовых ресурсов Центрального банка Российской Федерации.

Таблица 1

**Динамика числа действующих кредитных организаций и их филиалов в РТ
в период с 2008 г. по 2017 г. (разработано авторами по данным [4])**

Дата	Количество кредитных организаций в регионе	Число филиалов в регионе		
		всего	Число филиалов в регионе, головная организация которых располагается в рассматриваемом регионе	Число филиалов в регионе, головная организация которых располагается в другом регионе
01.01.2008	26	–	56	46
01.01.2009	26	–	56	39
01.01.2010	26	–	55	39
01.01.2011	26	96	56	40
01.01.2012	25	96	55	41
01.01.2013	23	89	50	39
01.01.2014	22	66	46	20
01.01.2015	22	49	31	18
01.01.2016	22	38	25	13
01.01.2017	20	29	18	11
01.01.2018	20	29	18	11

Таблица 2

**Финансовые результаты деятельности финансовых организаций
в Республике Татарстан [4]**

Дата	Общий объем прибыли (+) / убытков (–), полученных действующими кредитными организациями, млн руб.
01.01.2008	5 598,60
01.01.2009	5 546,40
01.01.2010	2 550,10
01.02.2011	86,1
01.01.2012	4 252,40
01.01.2013	3 408,40
01.01.2014	4 994,10
01.01.2015	4 607,60
01.01.2016	-6 573,80
01.01.2017	-10 050,90
01.01.2018	2 879,10

Динамика кредитных вложений в экономику приведена на рис. 1.

Как свидетельствуют данные, в республике наблюдается устойчивая тенденция к увеличению объемов кредитования финансовых учреждений со стороны ЦБ. Для сохранения позитивного тренда, а также возможности прогнозирования объемов в будущем необходимо выявить факторы, оказывающие наибольшее влияние на кредитную активность финансовых учреждений Республики Татарстан.

В соответствии с традиционными подходами экономической теории [5, 6, 7, 8, 9] на тенденции и уровень развития кредитования экономики региона оказывают влияние различные факторы, к основным из которых можно отнести следующие:

- объем депозитной базы в банковском секторе;
- рост доли просроченной ссудной задолженности;
- низкая доля долгосрочных ресурсов в депозитной базе банковского сектора;
- недостаточный размер банковских активов;
- отсутствие системного подхода к оценке кредитоспособности заемщиков и качества кредитного портфеля банков и т. п.

Для выявления искомой математической зависимости была построена экономико-математическая модель.

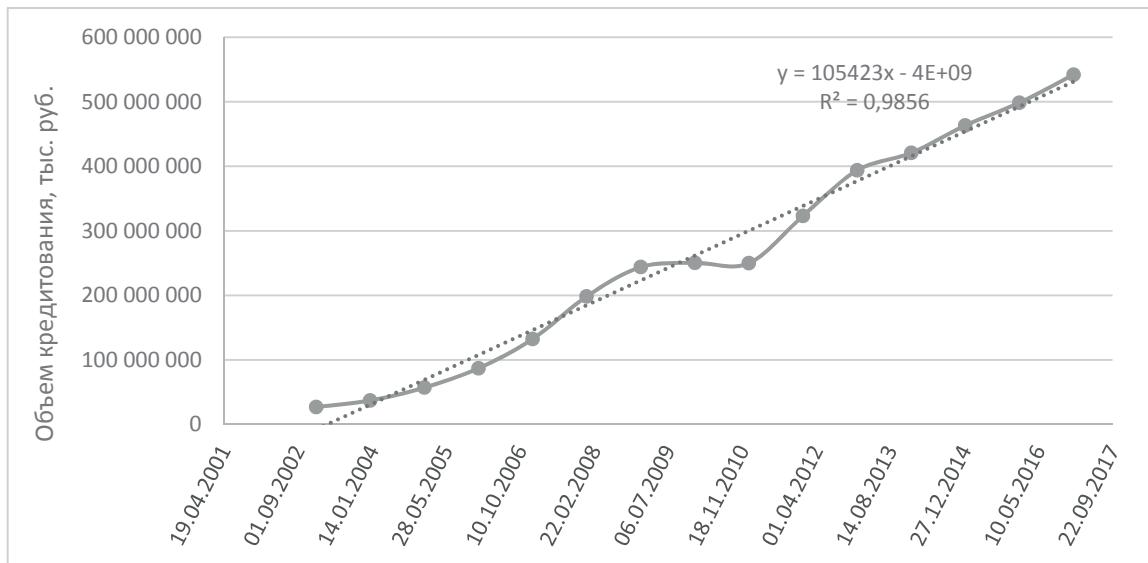


Рис. 1. Объемы кредитов, размещенных по кредитным организациям, зарегистрированным в РТ, в период с 2001 г. по 2017 г. (составлено авторами по данным [4])

Применив методы регрессионного анализа, включающие в себя в том числе и подбор факторов модели исходя из их статистической значимости, мы получили следующие результаты табл. 3, 4).

Уравнение множественной регрессии имеет следующий вид:

$$Y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 \quad (1)$$

По результатам расчетов было получено следующее уравнение:

$$Y = -6739,2 - 0,165x_1 + 1,028x_2 \quad (2)$$

Для оценки статистической значимости параметров были рассчитаны значения t -статистики Стьюдента [10]. Расчет произведен по следующей формуле:

$$t = \frac{b}{m}, \quad (3)$$

где b – значение коэффициента, m – значение стандартной ошибки.

В результате были получены следующие результаты:

$$\begin{aligned} t_{b0} &= -0,975; \\ t_{b1} &= -2,384; \\ t_{b2} &= 11,12. \end{aligned}$$

Таблица 3

Дисперсионный анализ полученного регрессионного уравнения

	<i>df</i>	SS	MS	<i>F</i>	Значимость <i>F</i>
Регрессия	2	85034630326	42517315163	313,7259073	1,41074E-07
Остаток	7	948666333,2	135523761,9		
Итого	9	85983296659			

Таблица 4

Статистическая значимость параметров уравнения регрессии

	Коэффициенты	Стандартная ошибка	<i>t</i> -статистика	<i>P</i> -значение
<i>Y</i> -пересечение	-6739,2	6909,5	-0,975	0,36
<i>X</i> ₁ (объем депозитов, привлеченных кредитными организациями)	-0,165	0,075	-2,384	0,04
<i>X</i> ₂ (задолженность по кредитам)	1,028	0,092	11,12	0,00

Полученные значения необходимо сравнить с $t_{\text{табл.}}$, значение которого для исследуемой выборки при 5%-ном уровне значимости соответствует значению 2,22.

Таким образом, полученные параметры уравнения регрессии являются статистически значимыми.

Полученные коэффициенты можно интерпретировать следующим образом:

При увеличении параметра b_1 на 1 млн руб. результат (объем кредитов, размещенных по кредитным организациям, зарегистрированным в Республике Татарстан) уменьшится на 0,165 млн руб. соответственно. То есть рост депозитной базы финансовых учреждений предопределяет снижение спроса на кредитные ресурсы от центрального регулятора.

Вместе с тем рост фактора b_2 на 1 млн руб. предопределяет рост эндогенного параметра уравнения на 1,028 млн руб. соответственно.

Оценить надежность уравнения регрессии в целом можно с помощью критерия Фишера (*F*-критерия), который рассчитывается по следующей формуле:

$$F_{\text{кр}} = \frac{\sum(\hat{y}_{x_1x_2} - \bar{y})^2}{m} : \frac{\sum(\hat{y} - \bar{y}_{x_1x_2})^2}{n-m-1} = 313,7 \quad (4)$$

Полученное значение $F_{\text{кр}} > F_{\text{табл}}$ свидетельствует о значимости уравнения.

Значения нормированного и ненормированного коэффициентов детерминации рав-

ны: $R^2_{\text{норм}} = 0,98$ и $R^2 = 0,99$. Значение R^2 свидетельствует о высокой степени обусловленности вариации факторов.

Значение нормированного коэффициента детерминации определяет тесноту связи с учетом степеней свободы общей и остаточной дисперсий.

Для оценки силы влияния факторов на результат были рассчитаны коэффициенты эластичности. Средние частные коэффициенты эластичности показывают, как изменится результат при изменении значения фактора на 1 %. Расчет производится по формуле:

$$\bar{\epsilon} = b_i \frac{\bar{x}_i}{\bar{y}} \quad (5)$$

Были получены следующие значения: $\bar{\epsilon}_{yx1} = -0,18$ и $\bar{\epsilon}_{yx2} = 1,2$. По данным значениям можно сделать вывод о более сильном влиянии второго фактора на величину объемов кредитования.

В целом же результаты проведенных оценок демонстрируют весьма логическую закономерность, укладывающуюся в рамки аналогичных исследований для других стран и регионов [11, 12]. В соответствии с этой закономерностью на динамику и прирост кредитных ресурсов финансовых учреждений региона, выделяемых Центральным банком, наибольшее воздействие в случае с Республикой Татарстан оказывают два фактора:

- объем депозитов, привлеченных кредитными организациями;
- задолженность по кредитам.

При этом, в целях повышения устойчивости региональной финансово-кредитной системы с точки зрения снижения ее зависимости от объема выделяемых кредитов со стороны ЦБ, крайне важным направлением является совершенствование механизмов, обеспечивающих снижение уровня задолженности по кредитам в регионе. Данный фактор определяет необходимость наращивания займов у Центрального банка финансовыми учреждениями региона, что формирует риски снижения ликвидности финансовой системы субъекта Федерации. Учитывая, что динамика роста задолженности по кредитам Республики Татарстан имеет тенденцию роста на протяжении исследуемого периода времени (рис. 2), крайне важным направлением региональной государственной политики является поиск направлений, нивелирующих подобные негативные тенденции.

Важным элементом реализованных оценок, характеризующихся практической значимостью, также является и то, что идентифицированные зависимости формируют базисные основы для выработки механизмов устойчивого экономического развития региона. Поскольку динамика и качество экономического развития

являются во многом производными от эффективности функционирования финансово-кредитной системы, то изучение особенностей и факторов, задающих тональность и содержание ее развития, способствует решению целого ряда научно-практических прикладных задач экономической теории в целом и региональной экономики в частности.

Литература

1. Barro R., Sala-i-Martin X. Economic Growth. – N.Y.: McGraw-Hill, 1995.
2. Браун М. Теория и измерение технического прогресса. – М.: Статистика, 1971.
3. Ельшин Л.А., Сафиуллин М.Р., Абдукаева А.А. Разработка методики оценки экономического роста региональных экономических систем на основе унифицированной системы факторов (на примере ПФО) // Теоретическая и прикладная экономика. – 2018. – № 2. – С. 39–52.
4. Ulku H. R&D, Innovation, and Economic Growth: An Empirical Analysis. – URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2004/wp04185.pdf>
5. Официальный сайт Центрального банка РФ. – URL: <https://www.cbr.ru/>
6. Нельсон Р., Уинтер С. Эволюционная теория экономических изменений. – М.: Дело, 2002.
7. Анчишкин А.И. Прогнозирование темпов и факторов экономического роста. – М.: МАКС-Пресс, 2003.

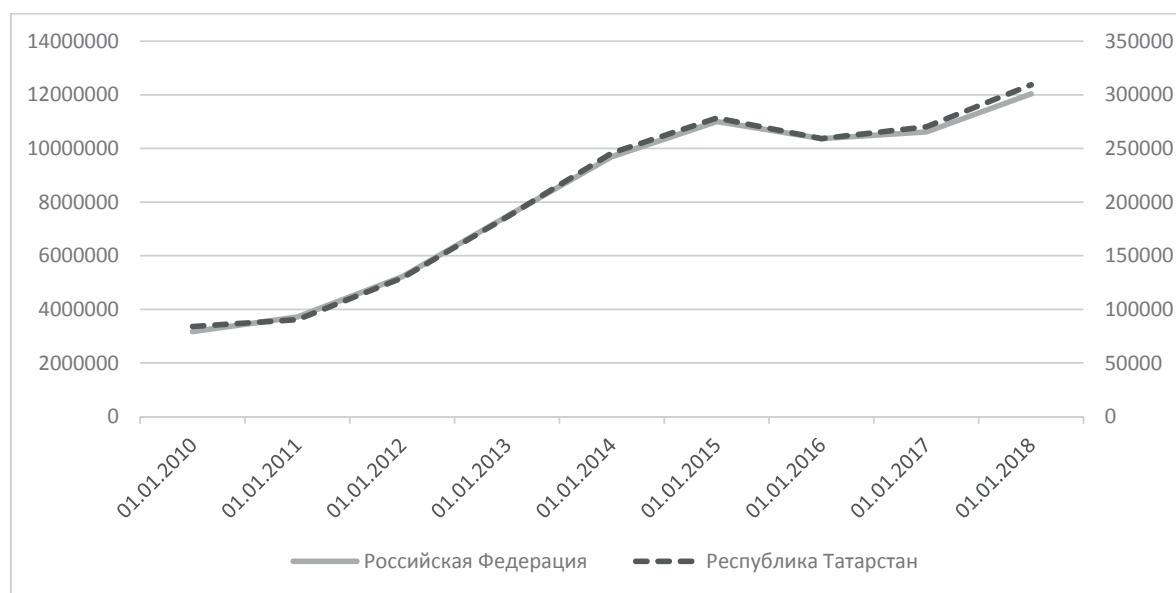


Рис. 2. Задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам (составлено по данным ЦБ РФ [4])

8. Фальцман В.К. О методах измерения экономического роста // Экономика и математические методы. – 1999. – № 3.
9. Arrow K.J., Chenery H.B., Minhas B.S., Solow R.M. Capital-Labour Substitution and Economic Efficiency // Review of Economic Studies, 1961.
10. Сафиуллин М.Р., Ельшин Л.А., Абдукаева А.А. Идентификация факторов совокупного спроса и их влияние на параметры промышленного развития региона (на примере Республики Татарстан) // Экономический вестник Республики Татарстан. – 2017. – № 4. – С. 5–12.
11. Прикладное прогнозирование национальной экономики: учебное пособие / под ред. В.В. Иванте-ра, И.А. Буданова, А.Г. Коровкина, В.С. Сутягина. – М.: Экономистъ, 2007. – 896 с.
12. Svensson L. Monetary Policy and Real Stabilization // Rethinking Stabilization Policy: A Symposium Sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas City and Held at Jackson Hole, Wyoming (August 29–31, 2002). – P. 261–312.
12. Jeanneau S. Financial Stability Objectives and Arrangements – What's New? The Role of Central Banks in Macroeconomic and Financial Stability // BIS Papers, no. 76, 2014. – P. 47–58.

Информация об авторах

Абдукаева Алия Айдаровна, ведущий научный сотрудник, Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан.

E-mail: Aliya.Abdukaeva@tatar.ru

Бикташева Эмма Маратовна, магистрант, Университет управления «ТИСБИ».

E-mail: Biktashylia99@mail.ru

Савушкин Максим Владимирович, заведующий кафедрой экономики, кандидат экономических наук, доцент, Университет управления «ТИСБИ».

E-mail: Savushkinmv@mail.ru

Муртазина Гульнара Равиловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Университет управления «ТИСБИ».

E-mail: gulamur@mail.ru

A.A. ABDUKAYEVA,

Leading researcher

Center for Advanced Economic Studies of the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan

E.M. BIKTASHEVA,

Master

TISBI University of Management

M.V. SAVUSHKIN,

PhD in Economics, Head of Department

TISBI University of Management

G.R. MURTAZINA,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department

of Finance and Credit

TISBI University of Management

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE ASSESSMENT OF RISKS AND PROSPECTS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF FINANCIAL AND CREDIT SYSTEM OF THE REGION (ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN)

Abstract. The assessment and analysis of the factors determining the parameters and directions of the socio-economic development of the region is an important scientific and methodological problem, the solution of which

forms the basis to develop effective state policy in the field of regulation of the meso- and macro-level economy. The most important structural element in the context of the issue is the search for additional sources of financing that stimulate economic growth including through the attraction of borrowed resources from the Central Bank by the financial institutions of the region.

The aim of the work is to study the problem of activation and efficiency of credit investments in the financial sector of the regional economy by the central regulator. In line with the objective the following tasks were solved: the study of problems related to the expansion of credit activity of the Central Bank with regard to the financial sector of the regional economy (on the example of the Republic of Tatarstan), identification of factors that have a positive impact on credit activity, assessment of risks of sustainable development of the financial and credit system of the federation subject depending on factors of market order, generating demand for credit resources from financial institutions, construction of an economic and mathematical model of credit activity of the regional credit and financial system.

Keywords: financial and credit system of the region, social and economic development, risks of economic growth, sustainability of economic development, economic and mathematical modeling.

Reference

1. *Barro R. Economic Growth* / R. Barro, X. Sala-i-Martin. – N.Y.: McGraw-Hill, 1995.
2. *Brown M. Theory and measurement of technologicalp* / M. Brown. – M.: Statistics, 1971.
3. *Elshin L.A. Development of a methodology for assessing the economic growth of regional economic systems on the basis of a unified system of factors (on the example of PFO)* / L.A. Elshin, M.R. Safiullin, A.A. Abdukayeva // Theoretical and applied economics. – 2018. – No. 2. – P. 39–52.
4. *Ulku H.R & D. Innovation, and economic growth: an imperial analysis* / H.R & D. Ulku. – URL: <http://www.imf.org/external/pubs/fit/wp/2004/wp04185.pdf>
5. Official Website of the Central Bank of the Russian Federation. – URL: <https://www.cbr.ru/>
6. *Nelson R. Evolutionary Theory of Economic Change* / R. Nelson, S. Winter. – M.: Case, 2002.
7. *Anchishkin A.I. Forecasting of economic growth rates and factors* / A.I. Anchishkin. – Moscow: MAX-Press, 2003.
8. *Faltzman V.K. On methods of measuring economic growth* / V.K. Faltzman // Economics and Mathematical Methods. – 1999. – No. 3.
9. *Arrow K.J. Capital-Labour Substitution and Economic Efficiency* / K.J. Arrow, H.B. Chenery, B.S. Minhas, R.M. Solow // Review of Economic Studies. – 1961 p.
10. *Safiullin M.R. Identification of factors of aggregate demand and their influence on parameters of industrial development of the region (on the example of the Republic of Tatarstan)* / M.R. Safiullin, L.A. Elshin, A.A. Abdukayeva // Economic Gazette of the Republic of Tatarstan. – 2017. – No. 4. – P. 5–12.
11. *Ivanter V.V. Applied forecasting of the national economy: educational manual* / V.V. Ivanter, I.A. Budanov, A.G. Korovkin, V.S. Sutyagina; Institute of economic forecasting of RAS of the Moscow school of economy of Lomonosov Moscow State University. – M.: Ekonomist publishing house, 2007. – 896 p.
12. *Svensson L. Monetary policy and real stabilization* / L. Svensson // A Symposium Sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas City. – Jackson Hole, Wyoming. – 2002. – August, 29–31. – P. 261–312.
13. *Jeanneau S. Financial stability objectives and arrangements – what's new? The role of central banks in macroeconomic and financial stability* / S. Jeanneau // BIS Papers, 2014, No. 76. – P. 47–58.

УДК 796.078

А.Р. КАДЫРОВ,
аспирант

Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ОБЪЕКТАМИ СПОРТИВНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ НА РАЗВИТИЕ МАССОВОГО СПОРТА И ЭКОНОМИКУ РЕГИОНОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Аннотация. В настоящее время остаются актуальными проблемы развития массового спорта в регионах России в условиях недостаточно высокой обеспеченности спортивными сооружениями. Целью статьи является рассмотрение основных проблем, связанных с методикой оценки влияния обеспеченности регионов объектами спортивной инфраструктуры на развитие физической культуры и спорта и экономику регионов Приволжского федерального округа. Исследование данных вопросов позволит сформировать целостное представление о состоянии и динамике развития инфраструктуры спорта и физической культуры в регионах, оценить их влияние на экономику регионов, а также определить приоритеты и пути повышения эффективности мер государственной поддержки спорта на региональном уровне. Литературный обзор по проблемам оценки уровня обеспеченности спортивной инфраструктурой и влияния спортивных мероприятий на экономику регионов позволил выявить ряд концептуальных подходов и методических решений данного вопроса. В результате проведенного исследования изучены количественные и качественные показатели развития спортивной инфраструктуры в регионах ПФО, проанализирован уровень их обеспеченности спортивными сооружениями, проведена оценка взаимосвязи проведения крупных международных спортивных мероприятий с экономикой этих регионов. Развитие спорта и физической культуры является приоритетным направлением социально-экономического развития регионов Приволжского федерального округа, однако для повышения эффективности функционирования спортивных объектов и сооружений необходимо внедрять современные инструменты государственно-частного партнерства, финансовые технологии и многое другое.

Ключевые слова: спорт, физическая культура, региональная экономика, инвестиции, обеспеченность регионов спортивной инфраструктурой, расходы бюджета.

Приволжский федеральный округ – один из лидеров по уровню развития инфраструктуры спорта и физической культуры в России. На территории регионов данного округа сосредоточено 23 % от общероссийского числа спортивных сооружений, это второе место после Центрального федерального округа. Более того, здесь проживает 20 % от общего числа занимающегося спортом населения Российской Федерации. В этой связи дальнейшее развитие спортивной инфраструктуры и физической культуры в регионах Приволжского федерального округа остается приоритетным направлением. Поэтому методы оценки влияния развития инфраструктуры спорта на социальные и экономические показатели развития российских регионов представляют научный и практический интерес.

Вопросы, связанные с развитием спорта в регионах и их обеспеченностью спортивными объектами, рассматривались многими отечественными и зарубежными учеными. В частности, Т.Р. Соломахина и Е.А. Бобровский в качестве основных факторов развития спорта и физической культуры в регионах выделяют именно их обеспеченность спортивными объектами. Таким образом, авторы подчеркивают, что развитие физической культуры и спорта в регионах зависит от материально-технического оснащения, наличия демонстрационных залов и учебно-тренировочных комплексов. В качестве приоритетного направления развития отрасли авторами выделено развитие массового спорта [4]. А.В. Алдошин и Л.И. Иванина в качестве важного инструмента поддержки развития физической культуры и спор-

та в регионах рассматривают развитие механизма государственно-частного партнерства, что находит отражение и в государственной политике, направленной на развитие спорта в регионах. В частности, на территории России реализуется 1300 инфраструктурных проектов в области спорта и физической культуры, в том числе 870 проектов ГЧП, общей стоимостью 670 млрд руб. При этом в 2014 г. проектов ГЧП в данной сфере было всего 12 [3].

Структура распределения объектов спортивной инфраструктуры в разрезе федеральных округов Российской Федерации представлена в табл. 1.

Как видно из табл. 1, распределение объектов спортивной инфраструктуры в разрезе федеральных округов РФ крайне неравномерно. Нельзя не отметить дифференциацию субъектов Российской Федерации по уровню обеспеченности и интенсивности развития инфраструктуры спорта. Основными факторами, способствующими росту уровня дифференциации, являются недостаточное финансирование и нерациональное распределение средств бюджета при решении вопросов развития спорта в регионах. Нельзя не отметить и неспособность регионов своевременно и качественно решать процедурные вопросы по работе с бюджетными программными средствами, и недостаточный профессиональный уровень подрядчиков и поставщиков.

Еще одной проблемой является то, что несмотря на рост общего числа спортивных со-

оружий в российских регионах, некоторых видов спортивных объектов явно недостаточно. Это объясняется увеличением спроса на спортивные услуги, что в условиях низких темпов ввода новых объектов спортивной инфраструктуры приводит к высокому уровню загруженности и недостаточно хорошему качеству оказания услуг потребителям. Данная ситуация характеризует положение по таким видам объектов, как плавательные бассейны и открытые плоскостные сооружения, предназначенные для занятий легкой атлетикой и лыжными гонками.

Изменение числа объектов спортивной инфраструктуры и численности занимающихся спортом в РФ за 2009–2018 гг. представлено в табл. 2.

Таким образом, данные, представленные в табл. 2, подтверждают тезис о том, что рост спроса на спортивные услуги значительно превышает темпы ввода новых объектов спортивной инфраструктуры. Так, за период 2009–2018 гг. численность занимающегося спортом населения на территории Российской Федерации возросла в два раза, темп роста составил 204 %, а количество всех объектов спортивной инфраструктуры увеличилось лишь на 118 %. Многие специалисты связывают это с тем, что строительство объектов спортивной инфраструктуры осуществляется за счет средств бюджета и, как правило, сопровождается комплексным освоением территории, что, собственно, является условием муниципальных органов власти.

Таблица 1

**Структура распределения объектов спортивной инфраструктуры
в разрезе федеральных округов Российской Федерации**

Субъект РФ	Спортивные сооружения				
	Всего	Стадионы	Плоскостные спортивные сооружения	Залы	Бассейны
Центральный федеральный округ	26 %	24 %	28 %	23 %	27 %
Северо-Западный федеральный округ	8 %	5 %	7 %	9 %	13 %
Южный федеральный округ	10 %	14 %	12 %	10 %	8 %
Северо-Кавказский федеральный округ	4 %	6 %	5 %	5 %	3 %
Приволжский федеральный округ	23 %	21 %	22 %	23 %	23 %
Уральский федеральный округ	9 %	8 %	8 %	10 %	11 %
Сибирский федеральный округ	14 %	17 %	14 %	15 %	11 %
Дальневосточный федеральный округ	4 %	5 %	4 %	5 %	4 %

Рассчитано и составлено автором.

Таблица 2

Изменение числа объектов спортивной инфраструктуры и численности занимающихся спортом в РФ за 2009–2018 гг.

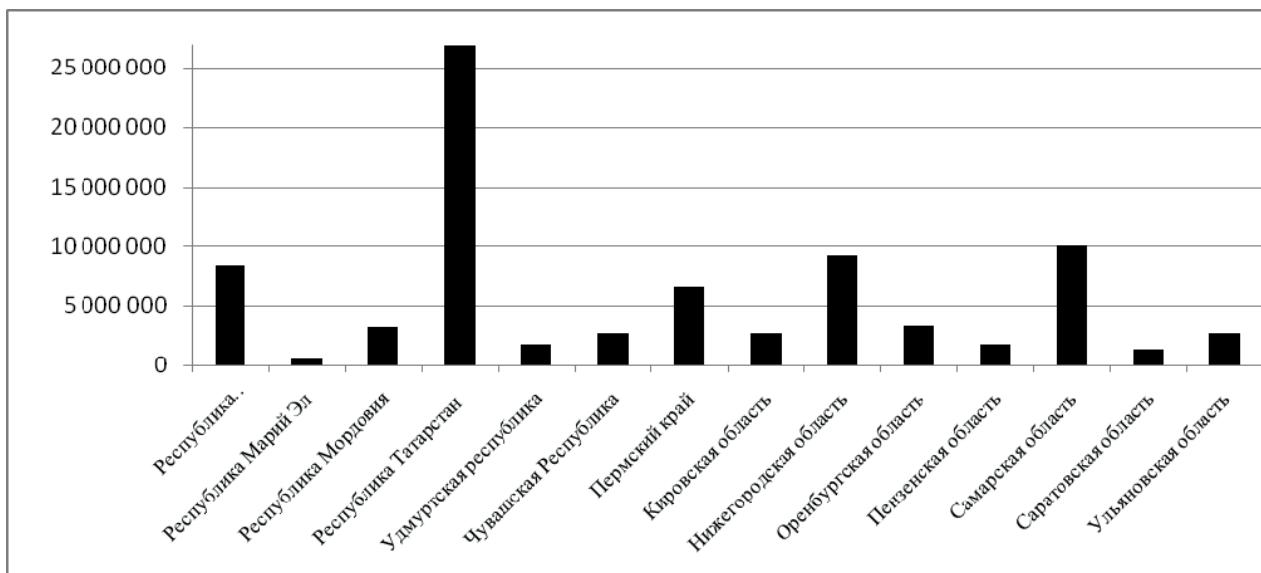
Наименование показателя	Российская Федерация, 2009 г.	Российская Федерация, 2018 г.	Темпы роста, %
Стадионы	2 666	1 764	66 %
Плоскостные спортивные сооружения	126 383	147 998	117 %
Залы	69 984	73 288	105 %
Бассейны	3 990	5 885	147 %
Прочие	40 118	58 510	146 %
Всего	243 141	287 445	118 %
Численность занимающихся спортом, чел.	24 579 889	50 109 214	204 %

Составлено и рассчитано автором на основе данных сайта <https://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/statisticheskaya-inf/>

Кроме того, функционирование отдельных видов спортивных объектов не приносит высокого дохода и обычно их включают в состав многофункциональных комплексов, за счет чего достигается рентабельность их эксплуатации.

Одним из инструментов оценки уровня обеспеченности регионов объектами инфраструктуры спорта является ранжирование, результаты которого представлены в табл. 3. Оно проводилось на основе статистических данных, размещенных на сайте Министерства спорта Российской Федерации. Следует обратить внимание на то, что по общим количе-

ственным показателям развития спортивной инфраструктуры лидируют одни, а по рейтингу, составленному с учетом численности занимающегося спортом населения, в лидеры выходят другие регионы Приволжского федерального округа. Так, по числу спортивных сооружений лидерами в ПФО являются такие регионы, как Республика Башкортостан, Республика Татарстан и Нижегородская область. Именно в этих регионах в последние годы финансирование физической культуры и спорта было достаточно высоким (рис. 1).



Приволжского федерального округа в 2017 г., тыс. руб. [6]

Как видно из рис. 1, в 2017 г. объем финансирования физической культуры и спорта составил в Татарстане более 26 млрд руб., Башкортостане – более 8 млрд. руб., Нижегородской области – более 9 млрд руб. Нельзя не отметить, что в Татарстане доля внебюджетных источников составила 73 %, в Башкортостане – 53 %, а в Нижегородской области – лишь 7 %.

Как видно из табл. 3, на территории 4 регионов ПФО из 14 сосредоточено 49 % всех объектов спортивной инфраструктуры и проживает 50 % от общей численности занимающегося спортом населения округа. Речь идет о таких регионах, как республики Татарстан и Башкортостан, Нижегородская и Самарская области. Это свидетельствует о низком уровне развития физической культуры и спорта в других регионах ПФО. Самые низкие значения рангов получили такие регионы, как республики Марий Эл и Мордовия, Ульяновская и Кировская области.

Необходимо отметить, что доля объемов финансирования спорта по отношению к ВРП регионов ПФО остается по-прежнему на низком уровне и колеблется от 0,2 % – в Саратовской области до 1,5 % – в Республике Татарстан, в то время как в европейских странах и странах Северной Америки доля финансирования спорта достигает 3 % ВВП. Следующим важным критерием оценки уровня развития спортивной инфраструктуры и физической культуры в регионах ПФО является численность занимающегося спортом населения. Статистические данные, опубликованные на сайте Министерства спорта РФ, показывают, что этот показатель в среднем в регионах ПФО по итогам 2018 г. находился в диапазоне от 31 % – в Пермском крае до 40 % – в Республике Татарстан, что значительно меньше подобного показателя в европейских странах, в которых численность занимающихся спортом может достигать 70 %.

Таблица 3

Ранжирование субъектов Приволжского федерального округа по уровню обеспеченности объектами спортивной инфраструктуры с учетом численности населения, занимающегося спортом

Наименование субъекта РФ	Всего спортивных сооружений	Ранг субъекта РФ по числу спортивных сооружений	Численность занимающихся спортом, чел.	Количество спортивных сооружений на 10000 человек, занимающихся спортом	Ранг субъекта РФ по числу спортивных сооружений, приходящихся на 10000 человек, занимающихся спортом
Республика Башкортостан	11 618	1	1 375 243	84	2
Республика Марий Эл	1 703	14	253 624	67	7
Республика Мордовия	2 063	13	310 806	66	8
Республика Татарстан	10 844	2	1 556 647	70	5
Удмуртская республика	3 421	10	508 102	67	7
Чувашская Республика	4 475	7	478 292	94	1
Пермский край	5 318	4	817 625	65	8
Кировская область	2 756	11	405 310	68	6
Нижегородская область	6 555	3	1 154 189	57	10
Оренбургская область	5 195	5	663 669	78	4
Пензенская область	4 127	8	519 477	79	3
Самарская область	4 785	6	1 013 173	47	12
Саратовская область	4 079	9	770 061	53	11
Ульяновская область	2 651	12	438 767	60	9

Составлено автором на основе данных сайта <https://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/>

Таким образом, в процессе формирования региональной социально-экономической и бюджетной политики необходимо учитывать факторы развития спорта и физической культуры и уровень обеспеченности регионов объектами спортивной инфраструктуры, поскольку в конечном итоге спорт оказывает существенное влияние на уровень и качество жизни населения российских регионов.

Литература

1. Федеральная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2016–2020 годы». – URL: <http://static.government.ru/media/files/x7uHn4HpRIM.pdf>.
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации «Об одобрении методики определения нормативной потребности субъектов Российской Федерации в объектах социальной инфраструктуры». – URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102062375&rdk=&backlink=1>.
3. Методические рекомендации для органов власти субъектов Российской Федерации о реализации проектов на основе государственно-частного партнерства по развитию спортивной инфраструктуры. – URL: <https://www.minsport.gov.ru/activities/economy/>
4. Соломахина Т.Р., Бобровский Е.А. Оценка влияния обеспеченности спортивной инфраструктурой на возможности населения заниматься спортом // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2017. – № 3-1. – С. 133–137.
5. Черанева Е.К., Комлев В.А. Развитие инфраструктуры физической культуры и спорта в регио-нальном аспекте // Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей III Международной научно-практической конференции: в 2 ч. – 2017. – С. 57–60.
6. Официальный сайт Министерства спорта Российской Федерации. – URL: <https://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/statisticheskaya-inf/>
7. Вафин А.М., Морозов А.В., Галеева Г.М. Условия и механизмы инвестиционного обеспечения инновационного развития региональной экономики // Вестник Казанского технологического университета. – 2012. – Т. 15. – № 19. – С. 175–179.
8. Ivanov M.E., Galeeva G.M. Diversification of Sources of External Financing the Real Economy in Terms of Institutional Transformation // Journal of Economics and Economic Education Research. – Vol. 17, Spec. Is. 2, 2016. – P. 415–421.
9. Galeeva G.M., Ivanov M.E., Vafin A.Y. The Innovative Development of the Industrial Economy of Russia // Journal of Economics and Economic Education Research. – Vol. 17, Spec. Is. 2, 2016. – P. 27–34.
10. Galeeva G.M., Fazlieva E.P., Daryakin A.A. Foreign Direct Investments: Structure and Dynamics in Russia // Helix. – Vol. 8, no. 1, 2018. – P. 2555–2559.
11. Galeeva G.M., Paiduganova I.V., Zagladina E.N. Modern Problems of Investment Cooperation Development in the Supply Chain of the World Economy // International Journal of Supply Chain Management. – Vol. 7, no. 6, 2018. – P. 536–539.
12. Bagautdinova N.G., Galeeva G.M., Fazlieva E.P., Arzhantseva N.V. Investment Attractiveness of the Region as the Factor in the Formation of Competitive Advantages // Mediterranean Journal of Social Sciences. – Vol. 5, no. 28, 2014. – P. 9–13.

Информация об авторах

Кадыров Азат Рифгатович, аспирант, Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан.

E-mail: cpei@mail.ru

**A.R. KADYROV,
Graduate student**

Center for Advanced Economic Research, Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan

PROBLEMS OF ASSESSING THE INFLUENCE OF SECURITY BY OBJECTS OF SPORTS INFRASTRUCTURE ON THE DEVELOPMENT OF MASS SPORTS AND THE ECONOMY OF REGIONS OF THE VOLGA FEDERAL DISTRICT

Abstract. Currently, the problems of the development of mass sports in the regions of Russia, in conditions of insufficiently high availability of sports facilities, remain relevant. The purpose of the article is to consider the

main problems associated with the methodology for assessing the impact of the provision of regions with objects of sports infrastructure on the development of physical education and sports and the economics of the regions of the Volga Federal District. The study of these issues will help to create a holistic view of the state and dynamics of the development of sports and physical education infrastructure in the regions, assess their impact on the regional economies, and determine priorities and ways to improve the effectiveness of state support measures for sports at the regional level. A literature review on the problems of assessing the level of provision of sports infrastructure and the impact of sporting events on the economy of the regions revealed a number of conceptual approaches and methodological solutions to this issue. As a result of the study, quantitative and qualitative indicators of the development of sports infrastructure in the regions of the Volga Federal District were studied, the level of provision of regions with sports facilities was analyzed, and the relationship between large international sports events and the economy of the regions of the Volga Federal District was assessed. The development of sports and physical education is a priority for the socio-economic development of the regions of the Volga Federal District, however, to improve the functioning of sports facilities and facilities, it is necessary to introduce modern instruments of public-private partnership, financial technologies and in order to

Key words: sports, physical education, regional economy, investments, provision of regions with sports infrastructure, budget expenses.

References

1. The federal target program "Development of physical education and sports in the Russian Federation for 2016-2020" [electronic resource] - Access mode: <http://static.government.ru/media/files/x7uHn4HpRIM.pdf>.
2. Orders of the Government of the Russian Federation "On approval of the methodology for determining the regulatory needs of the constituent entities of the Russian Federation for social infrastructure facilities" [Electronic resource] - Access mode: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?Docbody=&nd=102062375&rdk=&backlink=1>.
3. Methodological recommendations for authorities of the constituent entities of the Russian Federation on the implementation of projects on the basis of public-private partnerships for the development of sports infrastructure [Electronic resource] - Access mode: <https://www.minsport.gov.ru/activities/economy/>
4. Solomakhina T.R., Bobrovsky E.A. Evaluation of the impact of sports infrastructure on the ability of the population to play sports // International Journal of Applied and Fundamental Research. 2017. No. 3-1. S. 133-137.
5. Cheranyova E.K., Komlev V.A. The development of the infrastructure of physical culture and sports in the regional aspect // Modern socio-economic processes: problems, patterns, prospects, collection of articles of the III International Scientific and Practical Conference: in 2 parts. 2017. S. 57-60.
6. Official website of the Ministry of Sports of the Russian Federation [Electronic resource] - Access mode: <https://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/statisticheskaya-inf/>
7. Vafin A.M., Morozov A.V., Galeeva G.M. Conditions and mechanisms of investment support for the innovative development of the regional economy // Bulletin of Kazan Technological University. 2012. Vol. 15. No. 19. S. 175-179.
8. Ivanov M.E., Galeeva G.M. Diversification of sources of external financing the real economy in terms of institutional transformation // Journal of Economics and Economic Education Research. 2016. Vol. 17. No. SpecialIssue2. S. 415-421.
9. Galeeva G.M., Ivanov M.E., Vafin A.Y. The innovative development of the industrial economy of Russia // Journal of Economics and Economic Education Research. 2016. Vol. 17. No. SpecialIssue2. S. 27-34.
10. Galeeva G.M., Fazlieva E.P., Daryakin A.A. Foreign direct investments: structure and dynamics in Russia // Helix. 2018. V. 8. No. 1. P. 2555.
11. Galeeva G.M., Paiduganova I.V., Zagladina E.N. Modern problems of investment cooperation development in the supply chain of the world economy // International Journal of Supply Chain Management. 2018. V. 7. No. 6. P. 536-539.
12. Bagautdinova N.G., Galeeva G.M., Fazlieva E.P., Arzhantseva N.V. Investment attractiveness of the region as the factor in the formation of competitive advantages // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2014. Vol. 5. No. 28. P. 9-13.

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

УДК 336.712

И.О. МАЛАХОВ,

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Р.Ш. ТИМЕРХАНОВ,

кандидат экономических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

МЕЖБАНКОВСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ БАНКОВ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Глобальная модификация национальной экономики тесно взаимосвязана с эффективностью функционирования банковской системы и способностью банков грамотно исполнять свои ключевые функции по аккумуляции и размещению денежных средств.

За годы своего функционирования региональные банки доказали свою необходимость и значимость в экономике. На обеспечение ликвидности региональных банков большое влияние оказывает межбанковская конкуренция.

На сегодняшний день тема межбанковской конкуренции региональных банков изучена российскими и иностранными учеными недостаточно и в целом имеет фрагментарный характер. Наличие большого количества значимых теоретических и практических аспектов формирования межбанковской конкуренции региональных банков и предопределяет необходимость дальнейшего изучения выбранной темы.

Данная статья посвящена исследованию межбанковской конкуренции региональных банков, а также выявлению их роли в развитии реального сектора экономики.

Межбанковская конкуренция региональных банков поддерживает эффективность функционирования и прогрессивность развития банковской системы нашей страны.

Неотрегулированная межбанковская конкуренция, как правило, приводит к кризисам банковской и финансовой систем. Таким образом, определение нужного уровня межбанковской конкуренции для поддержания устойчивости банковского сектора является на сегодняшний момент времени актуальной проблемой.

Ключевые слова: банковская система, банковские услуги, государство, межбанковская конкуренция, реальный сектор экономики, региональные банки, регионы, страны, территории, экономика.

Современная банковская система является одной из неотъемлемых структур рыночной экономики. Региональные банки оказывают значительное воздействие на развитие отраслей экономики и сберегательную активность населения страны. Таким образом, актуальная задача правительства и региональных органов власти это – формирование условий для развития межбанковской конкуренции, а также поддержка функционирования региональных банков.

На сегодняшний день имеется много исследований, посвященных оценке межбанковской

конкуренции региональных банков. Тем не менее данная тема не утратила своей значимости.

В настоящее время в сложившихся условиях возрастания доли кредитования реального сектора экономики, а также потребительского кредитования степень межбанковской конкуренции очень повысилась [8]. В практическом плане это выражается в виде борьбы за клиентов и в агрессивной кредитной политике, что приводит к увеличению кредитных рисков.

Региональным банком, как правило, называют функциональную организацию на территории определенного региона, опосредующую

процессы организации движения капитала между субъектами и секторами региональной экономики [1]. Целью регионального банка является развитие своего региона.

Как правило, в силу известных обстоятельств региональные банки не в состоянии предоставлять широкий спектр услуг и проводить такие же значительные объемы активных операций, как крупные федеральные банки. Однако из-за этого не следует приижать их роль в развитии реального сектора национальной экономики нашей страны [4].

В ходе исследования нами были выявлены следующие характеристики регионального банка:

- региональные банки реализуют свои банковские продукты и услуги, как правило, на территории своего региона;

- региональные банки формируют пассивы в основном за счет средств населения и юридических лиц своего региона [10].

Региональные банки – это функциональные организации, связанные с реальным сектором экономики, установившие для себя определенные экономические ниши и взявшие на себя значимые кредитные операции в регионах [3]. Они являются опорными банками для своих регионов, поскольку связаны с функционирующими социальными системами принятия решений в регионе. Следовательно, они тесно взаимосвязаны с региональным сектором экономики и могут решать важные задачи своего региона.

Межбанковская конкуренция – статичный процесс, обеспечивающий региональным банкам через конкурентную борьбу стабильное положение в банковском секторе [9]. Благодаря межбанковской конкуренции происходит активизация расширения спектра предоставляемых услуг и урегулирование цен до нужного уровня, а также стимуляция к переходу к наиболее результативным методам предоставления банковских услуг.

Межбанковская конкуренция региональных банков играет весомую роль в обеспечении развития банковской системы РФ и переходе региональных банков на путь динамичного развития.

Межбанковская конкуренция – это специфическая категория конкуренции, это конкуренция между банками за клиентов.

Межбанковская конкуренция имеет ряд характерных черт, подчеркивающих ее роль и значимость. Например, действие межбанковской конкуренции в целом нацелено на подъем качества банковских услуг. Развитие межбанковской конкуренции должно доходить до определенного уровня, так как ужесточение конкуренции приведет к такому отрицательному моменту, как принятие дополнительных рисков и понижение прибыли региональных банков, а низкая межбанковская конкуренция затруднит развитие всей банковской сферы. В связи с этим актуален вопрос определения оптимального уровня межбанковской конкуренции, нужного для стабильного развития банковской системы [7]. Достижение межбанковской конкуренцией оптимального уровня возможно только при ее эффективном регулировании. При этом важно уделять внимание и направлениям ее урегулирования, а также формированию системы индикаторов оценки конкуренции и выбору субъектов.

Важно подчеркнуть значимость географического аспекта межбанковской конкуренции. В любом регионе конкретный региональный банк может иметь разные конкурентные преимущества, ведь конкуренция во всех регионах разная и лидеры везде свои.

При анализе межбанковской конкуренции очень важно учитывать вышеназванный географический фактор. На межбанковскую конкуренцию влияет и тот факт, что все регионы Российской Федерации разные по уровню своего развития. В развитых крупных регионах России часто функционируют сильные и самостоятельные банки, в то время как в других регионах население испытывает недостаток банковских услуг в целом. Географические условия также указывают на то, что в настоящий момент времени крайне актуально создание эффективной системы урегулирования межбанковской конкуренции, которая будет нацелена на ее развитие на уровне каждого региона [5].

Еще одна важная характерная черта такой конкуренции – специфичность ее характера.

Кроме конкуренции между собой региональные банки должны принимать непосредственное участие и в конкуренции с небанковскими кредитными организациями. Следовательно, в этом случае также можно отметить, что система урегулирования межбанковской конкуренции очень важна. Однако, невзирая на конкурентные отношения с небанковскими кредитными организациями, она должна иметь своей целью достижение обусловленной степени конкуренции между региональными банками.

Внесенные меры по дифференциации регионов исходя из степени их социально-экономического развития ведут к расхождениям в функционировании национальной экономики и модифицированию роли региональных банков. Малоэффективность исполнения региональными банками макроэкономических функций не дает в полной мере переводить сбережения в инвестиции [2]. Как правило, современные региональные банки сосредоточиваются на изменении текущей ликвидности. Анализ факторов, влияющих на экономический потенциал и воспроизводственные возможности региона, показывает, что главнейшая цель региональных банков – собственное развитие [6].

Обобщая все вышеизложенное, можно сделать следующие выводы. Межбанковская конкуренция региональных банков – это соперничество между ними за оптимальные источники привлечения денежных средств, за обеспечение своего устойчивого положения на рынке банковских услуг через удовлетворение социально-экономических потребностей населения своего региона.

На основании проведенного нами исследования можно отметить, что вскими факторами, усугубляющими развитие межбанковской конкуренции в РФ, являются уменьшение числа банков и статичность и локальный характер банковских структур.

В среднесрочной перспективе именно развитие конкуренции между региональными банками должно стать стратегическим направлением развития отечественной банковской системы, что даст ей возможность выйти на качественно новый уровень развития. На государственном уровне необходимо оказывать дополнительные меры поддержки средним и малым региональ-

ным банкам, а в отношении крупных системообразующих банков ужесточить требования. Необходимо увеличение нормативов ликвидности и достаточности капитала, ограничение доли присутствия таких банков в конкретных регионах через установление максимальной доли активов, приходящихся на определенный регион, с целью ограничения последующей экспансии региональных банков.

Литература

1. Влияние регионального банковского сектора на экономическое развитие регионов и эффективную работу субъектов малого и среднего предпринимательства: материалы Межрегиональной конференции (Тюмень, 25 февраля 2014 г.). – Тюмень: Тюменская областная Дума, 2014. – С. 68–79.
2. Гаричев М.А. Роль малого бизнеса и региональных банков в развитии депрессивного региона // Молодой ученый. – 2015. – № 17. – С. 438–441.
3. Корощенко Н.А., Мишина Н.М., Симонова И.В. Роль региональных коммерческих банков в развитии регионов // Молодой ученый. – 2016. – № 1. – С. 381–385. – URL: <https://moluch.ru/archive/105/24835/> (дата обращения: 28.10.2019).
4. Мамиец Л.А. Влияние кредитной политики банков на реальный сектор экономики // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы II Международной научной конференции (Москва, октябрь 2013 г.). – М.: Буки-Веди, 2013. – С. 125–128. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/91/4052/> (дата обращения: 28.10.2019).
5. Шаталова Е.Д. Межбанковское взаимодействие конкурентного и кооперационного типа // Молодой ученый. – 2016. – № 28. – С. 601–603. – URL: <https://moluch.ru/archive/132/37058/> (дата обращения: 30.10.2019).
6. Akande O.J. The Interplay of Competition, Regulation and Stability: The Case of Sub-Saharan African Commercial Banks // Business Perspectives. – Vol. 14, Is. 1, 2019. – P. 65–80.
7. Luburic R. Quality Management Principles and Benefits of their Implementation in Central Banks // Journal of Central Banking Theory and Practice. – Vol. 4, Is. 3, 2015. – P. 91–121.

8. Lopatin E. Assessment of Russian Banking System Performance and Sustainability // Business Perspectives. – Vol. 14, Is. 3, 2019. – P. 202–211.
9. Malyarets L., Dorokhov O., Dorokhova L. Method of Constructing the Fuzzy Regression Model of Bank Competitiveness // Journal of Central Banking Theory and Practice. – Vol. 7, Is. 1, 2018. – P. 139–164.
10. Agoraki M.-E., Delis M. Regulations, Competition and Bank Risk-Taking in Transition Countries // Journal of Financial Stability. – Vol. 7, Is. 1, 2011. – P. 38–48.

Информация об авторах

- Малахов Иван Олегович**, магистрант, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
E-mail: i.malakhov95@mail.ru
- Тимерханов Рамиль Шавкатович**, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
E-mail: timram@mail.ru

I.O. MALAKHOV,
Master student
Kazan (Volga region) Federal University

R.SH. TIMERKHANOV,
PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University

INTERBANK COMPETITION OF REGIONAL BANKS AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF THE REAL SECTOR OF THE ECONOMY

Abstract. The growth and development of the national economy is closely linked to the efficiency of the banking system, with the ability of regional banks to implement their main functions of placement and accumulation of funds.

Throughout its history, regional banks in developed countries have proven their need and importance. Interbank competition has a great influence on the liquidity of regional banks.

Today the topic of interbank competition of regional banks is insufficiently studied by Russian and foreign scientists and in general has a fragmentary nature. Many significant theoretical and practical aspects of the formation of interbank competition of regional banks predetermine the need for further research of the chosen topic.

This article is devoted to the study of interbank competition of regional banks, as well as identifying their role in the development of the real sector of the economy.

Interbank competition of regional banks supports the efficiency of functioning and progressive development of the banking system of our country.

Unregulated interbank competition usually leads to crises in the banking and financial systems. Thus, the definition of the necessary level of interbank competition to maintain the stability of the banking sector is currently an urgent problem.

Keywords: banking system, banking services, state, interbank competition, real sector of economy, regional banks, regions, country, territories, economy.

Reference

1. The impact of the regional banking sector on the economic development of regions and the effective work of small and medium-sized businesses // Proceedings of the interregional conference on February 25, 2014. – Tyumen: Tyumen Regional Duma, 2014. – 68–79 p.
2. Garichev M.A. The role of small business and regional banks in the development of the depressed region / M.A. Garichev // Young scientist. – 2015. – No. 17. – 438–441 p.

3. *Koroshchenko N.A.* The role of regional commercial banks in the development of regions / N.A. Koroshchenko, N.M. Mishina, I.V. Simonova // Young scientist. – 2016. – No. 1. – P. 381–385. – URL: <https://moluch.ru/archive/105/24835/> (date accessed: 28.10.2019).
4. *Mamiek L.A.* Influence of credit policy of banks on real sector of economy / L.A. Mamiek // Actual questions of economy and management: materials of the II international conference. Scientific conf. (Moscow, October 2013). – Moscow: Buki-Vedi, 2013. – P. 125–128. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/91/4052/> (date accessed: 28.10.2019).
5. *Shatalova E.D.* Interbank interaction of competitive and cooperative type / E.D. Shatalova // Young scientist. – 2016. – No. 28. – P. 601–603. – URL: <https://moluch.ru/archive/132/37058/> (date accessed: 30.10.2019).
6. *Olorunfemi J. Akande.* The interplay of competition, regulation and stability: the case of Sub-Saharan African commercial banks / Olorunfemi J. Akande. – Vol. 14, is. 1. – 2019. – P. 65–80.
7. *Luburic R.* Quality Management Principles and Benefits of their Implementation in Central Banks / R. Luburic. – Vol. 4, is. 3. – 2015. – P. 91–121.
8. *Lopatin E.* Assessment of Russian banking system performance and sustainability / E. Lopatin. – Vol. 14, is. 3. – 2019. – P. 202–211.
9. *Malyaretz L.* Method of Constructing the Fuzzy Regression Model of Bank Competitiveness / L. Malyaretz, O. Dorokhov. – Vol. 7, is. 1. – 2018. – P. 139–164.
10. *Maria-Eleni K. Agoraki.* Regulations, competition and bank risk-taking in transition countries / Maria-Eleni K. Agoraki, Manthos D. Delis. – Vol. 7, is. 1. – 2011. – P. 38–48.

УДК 336.5

Р.И. ХАДИУЛЛИН,
аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

АНАЛИЗ РАСХОДОВ БЮДЖЕТОВ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ РФ НА ОХРАНУ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Аннотация. В данной статье рассмотрены особенности бюджетного финансирования охраны окружающей среды в Российской Федерации. В статье приведены причины выделения расходов на охрану окружающей среды в обособленный раздел классификации расходов бюджетов бюджетной системы РФ. Также проанализирована динамика расходов бюджетов РФ на охрану окружающей среды. Выявлены тенденции увеличения расходов на данное направление во всех уровнях бюджетов бюджетной системы РФ. Особенno выделяются расходы федерального бюджета на охрану окружающей среды. За рассматриваемый период они выросли в 3,5 раза. Кроме того, ожидается дальнейшее увеличение данных расходов к 2022 г. в 3,7 раза по сравнению с 2018 г. Также в статье проведен сравнительный анализ удельных весов расходов бюджетов России и других стран на охрану окружающей среды в общем объеме консолидированного бюджета. По итогам данного анализа выявлено отставание России от европейских и азиатских стран по объемам финансирования данной сферы. В статье дан анализ структуре расходов консолидированного бюджета на охрану окружающей среды, по итогам которого выявлена проблема отнесения природоохранных расходов на конкретные подразделы бюджетной классификации расходов на охрану окружающей среды.

Ключевые слова: экология, охрана окружающей среды, расходы бюджета, структура расходов, доля расходов.

Одной из важнейших функций государства, наряду с обеспечением безопасности общества, обороной, социальной поддержкой, предоставлением образования и проч., является обеспечение устойчивой и благоприятной экологической обстановки в стране. В настоящее время проблемы экологии и охраны окружающей среды стали особенно актуальными, в том числе и такие глобальные проблемы, как изменение климата, загрязнение водных объектов и обращение с отходами производства и потребления. Учитывая важность проблемы охраны окружающей среды и ее влияние на остальные сферы жизни общества и экономику в целом, этому вопросу уделяется много внимания. Особенno популярна тема «зеленых» финансов и «зеленой» экономики у зарубежных авторов. «Зеленый» рост экономики рассмотрен в статьях таких авторов, как M. Bagheri, Z. Guevara, M. Alikarami, C. Kennedy, G. Doluweera [12]. Также тематика «зеленых» финансов популярна и среди отечественных авторов, например, она встречается в работе С. Чебанова [15]. Анализ финансовых аспектов в условиях «зеленого» роста приводится в статьях Е. Артемовой, Е. Удовик, Н. Сухиной, А. Петровской,

О. Аничкиной, Т. Рябовой [11]. Исследованию финансовых инструментов в сфере охраны окружающей среды посвящены работы S. Carattini, A. Baranzini, P. Thalmann, F. Varone, F. Vöhringer [14]. Анализ влияния расходов на качество окружающей среды приводится в статье авторов A. Basoglu и U. Uzar [13]. В целом все вопросы, касающиеся охраны окружающей среды, так или иначе, требуют особого внимания со стороны государства, в том числе и огромных финансовых вложений на всех уровнях, начиная с федерального и заканчивая местными бюджетами.

На рисунке 1 изображена динамика расходов консолидированного бюджета РФ по разделу 06 функциональной классификации расходов бюджета на охрану окружающей среды.

Как видно из рис. 1, абсолютные суммы расходов растут ежегодно. Средний темп роста расходов за рассматриваемый период с 2012 по 2018 год составил 23 %, а абсолютный прирост – и вовсе 243%, т. е. совокупные расходы на охрану окружающей среды возросли почти в 3,5 раза. Несмотря на это, доля таких расходов в общем объеме расходов консолидированного бюджета РФ не дотягивает даже до 0,5 %.



Рис. 1. Динамика расходов консолидированного бюджета РФ на охрану окружающей среды в 2012–2018 гг. [7]

По результатам сравнительного анализа удельного веса расходов на защиту окружающей среды в общих расходах государственного (консолидированного) бюджета в Российской Федерации и прочих странах за 2016 г. было выявлено, что данный показатель в нашей стране такой же, как в некоторых постсоветских странах – 0,2 %, однако не дотягивает до уровня развитых стран (табл. 1). В 2016 г. расходы на защиту окружающей среды составили в европейских странах в среднем 1,5 %, а в азиатских – 1,25 % от общих расходов консолидированного бюджета страны [10].

Отдельно необходимо отметить выделение расходов на охрану окружающей среды в обособленный раздел функциональной классификации расходов бюджетов РФ. Бюджетная классификация многих стран построена на основе международных стандартов статистики государственных финансов (СГФ). Данные стандарты разработаны Международным валютным фондом (МВФ), и в них прописаны основные общепринятые подходы и методические рекомендации по представлению налогово-бюджетной статистики, в том числе представлена классификация расходов по

функциям органов государственного управления, согласно которой расходы на охрану окружающей среды выделяются в отдельный раздел. Также, согласно этим стандартам, Руководство по СГФ является для страны обязательным к исполнению, если она направляет статистическую отчетность в МВФ [4]. Поэтому, несмотря на незначительный удельный вес расходов на охрану окружающей среды, они выделяются в отдельный раздел 06 «Охрана окружающей среды».

Если рассматривать расходы федерального бюджета на охрану окружающей среды за период 2012–2018 гг., можно выявить тенденцию их резкого роста. Как видно из диаграммы на рис. 2, расходы федерального бюджета на охрану окружающей среды за анализируемый период выросли более чем в 5 раз. При этом общие расходы федерального бюджета выросли примерно на 30 %. То есть темпы роста расходов на охрану окружающей среды значительно превысили темпы роста общих расходов федерального бюджета. Именно поэтому удельный вес расходов на охрану окружающей среды в общих расходах федерального бюджета увеличился с 0,17 до 0,69 %.

Таблица 1
Удельный вес расходов государственного (консолидированного) бюджета на защиту окружающей среды в 2016 г. [10]

Страна	Удельный вес расходов на охрану окружающей среды	
	в процентах от общего объема расходов консолидированного бюджета	в процентах от ВВП
Россия	0,2	0,7
Беларусь	0,2	0,1
Казахстан	0,2	0,0
Украина	0,6	0,3
Германия	1,4	0,6
Великобритания	1,8	0,8
Китай	2,3	нет данных
Япония	3	1,2

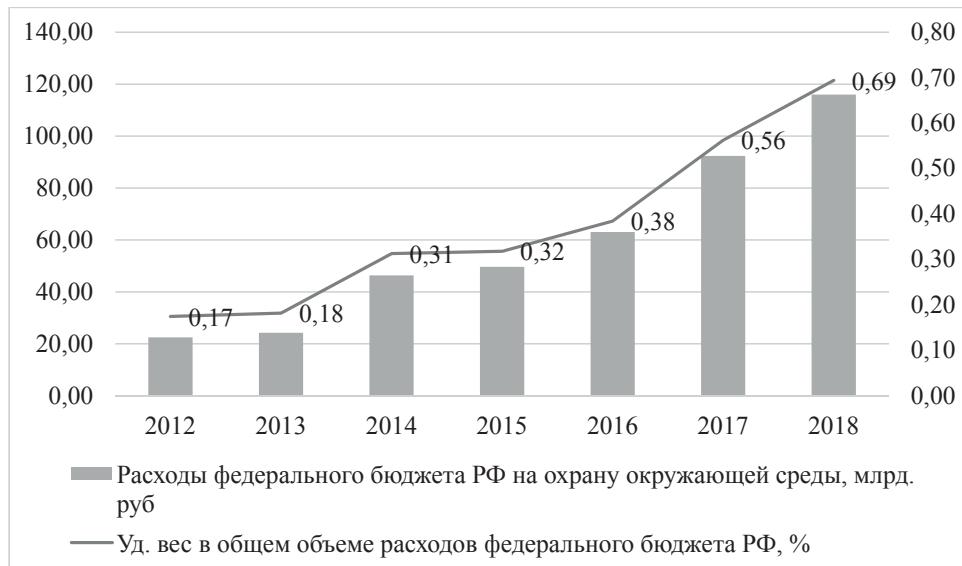


Рис. 2. Динамика расходов федерального бюджета на охрану окружающей среды в 2012–2018 гг. [7]

Что касается доли расходов федерального бюджета в расходах консолидированного бюджета РФ, то она также значительно выросла – с 52,12 % до 78,23 %. (табл. 2). Это связано с принятием и реализацией государственных программ в природоохранной сфере, где основное бремя бюджетных расходов ложится на федеральный центр.

Если рассмотреть расходы на охрану окружающей среды на уровне субъектов РФ, то можно отметить в целом нестабильную динамику этих расходов за аналогичный период. Значи-

тельный рост расходов имел место в 2018 г. На рисунке 3 изображена динамика расходов консолидированных бюджетов субъектов РФ на охрану окружающей среды. За аналогичный период данные расходы выросли в 1,9 раза. При этом их удельный вес в общем объеме расходов консолидированных бюджетов субъектов РФ увеличился незначительно, всего на 0,04 %. Это связано с общим увеличением расходов консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации – за анализируемый период они выросли на 65 %.

Таблица 2

Доля расходов федерального бюджета на охрану окружающей среды в общем объеме расходов консолидированного бюджета РФ на охрану окружающей среды [7]

Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Расходы консолидированного бюджета РФ на охрану окружающей среды, млрд руб.	43,16	47,05	70,21	71,71	83,98	116,28	148,25
Расходы федерального бюджета на охрану окружающей среды, млрд руб.	22,49	24,26	46,37	49,66	63,08	92,36	115,98
Удельный вес расходов федерального бюджета на охрану окружающей среды, %	52,12	51,56	66,04	69,25	75,12	79,43	78,23



Рис. 3. Динамика расходов консолидированных бюджетов субъектов РФ на охрану окружающей среды за 2012–2018 гг. [7]

В свою очередь, доля расходов консолидированных бюджетов субъектов РФ на охрану окружающей среды в расходах консолидированного бюджета РФ на данное направление ежегодно снижалась. Так, согласно данным табл. 3, если раньше такая доля составляла половину расходов консолидированного бюджета РФ на данное направление, то сейчас она составляет чуть более четверти от них.

Проведенный анализ структуры расходов на охрану окружающей среды за тот же период показал, что она изменилась. Для примера нами взяты 2012 г. и 2018 г. (табл. 4). Наибольшая доля в оба эти года пришлась на подраздел

«Другие вопросы в области охраны окружающей среды». Далее, в порядке убывания, идут расходы на «Охрану объектов растительного и животного мира и среды их обитания», «Сбор, удаление отходов и очистка сточных вод», «Прикладные научные исследования в области охраны окружающей среды» и «Экологический контроль» [7]. Однако необходимо отметить следующую тенденцию – если в 2012 году удельный вес расходов по подразделу 0605 «Другие вопросы в области охраны окружающей среды» составлял 48 %, примерно на уровне расходов по подразделу 0603 «Охрана объектов растительного и животного мира и среды

их обитания», то в последние годы наблюдается значительный перекос в сторону подраздела 0605 «Другие вопросы в области охраны окружающей среды». В 2018 г. удельный вес данного подраздела составил 77 % [7].

Нужно отметить, что подразделы раздела 06 «Охрана окружающей среды» функциональной классификации расходов бюджета в целом выделены согласно классификации расходов, представленной в Руководстве по СГФ, поэтому другие расходы по этому разделу также попадают в этот подраздел. Например, к ним можно отнести расходы в форме субсидий на поддержку региональных проектов в области обращения с отходами и ликвидации накопленного эколо-

гического ущерба, осуществляемых в рамках приоритетного проекта «Чистая страна» [7].

В заключение необходимо отметить, что нами выявлена тенденция роста расходов консолидированного бюджета РФ на охрану окружающей среды. Кроме того, прослеживается тенденция увеличения доли расходов федерального бюджета в расходах консолидированного бюджета Российской Федерации. Это связано с принятием и реализацией государственных программ в природоохранной сфере. С 2019 г. введены в действие национальные проекты, в том числе и в области охраны окружающей среды [5]. Поэтому с 2019 г. ожидается еще больший рост расходов бюджетов на дан-

Таблица 3

Доля расходов консолидированных бюджетов субъектов РФ на охрану окружающей среды в общем объеме расходов консолидированного бюджета РФ на охрану окружающей среды [7]

Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Расходы консолидированного бюджета РФ на охрану окружающей среды, млрд руб.	43,16	47,05	70,21	71,71	83,98	116,28	148,25
Расходы консолидированных бюджетов субъектов РФ на охрану окружающей среды, млрд руб.	21,78	24,75	25,67	22,15	22,18	27,77	41,28
Удельный вес расходов консолидированных бюджетов субъектов РФ на охрану окружающей среды, %	50,47	52,61	36,57	30,88	26,41	23,88	27,84

Таблица 4

Структура расходов консолидированного бюджета РФ на охрану окружающей среды [7]

Наименование раздела, подраздела (код)	2012		2018	
	сумма, млн руб.	удельный вес, %	сумма, млн руб.	удельный вес, %
Охрана окружающей среды	43 160,01	100,00	148 252,15	100,00
Экологический контроль	253,07	0,59	151,19	0,10
Сбор, удаление отходов и очистка сточных вод	1 876,03	4,35	5 938,23	4,01
Охрана объектов растительного и животного мира и среды их обитания	19 835,34	45,96	26 734,01	18,03
Прикладные научные исследования в области охраны окружающей среды	471,54	1,09	1 114,30	0,75
Другие вопросы в области охраны окружающей среды	20 724,03	48,02	114 314,42	77,11

ное направление. Так, в соответствии с основными направлениями бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2020 г. и на плановый период 2021 и 2022 гг., ожидается дальнейшее увеличение расходов федерального бюджета по разделу 06 «Охрана окружающей среды» – до 437,7 млрд руб. в 2022 г. [6]. По нашему мнению, такая тенденция увеличения расходов окажет благоприятное влияние на всю природоохранную сферу.

Литература

1. Федеральный закон РФ от 31.07.1998 № 145-ФЗ «Бюджетный кодекс Российской Федерации» (ред. от 02.08.2019). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/ (дата обращения: 10.10.2019).
2. Бюджетный прогноз Российской Федерации на период до 2036 года. – URL: https://www.mfin.ru/common/upload/library/2019/04/main/Budzhetnyy_prognoz_2036_1.pdf (дата обращения: 10.10.2019).
3. Государственная программа «Охрана окружающей среды» на 2012–2020 годы. – URL: <http://government.ru/rugovclassifier/874/events/> (дата обращения: 10.10.2019).
4. Руководство Международного валютного фонда по статистике государственных финансов 2014 года. – URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/gfs/manual/pdf/2014companion/RussianGFSM.pdf> (дата обращения: 10.10.2019).
5. Национальный проект «Экология». – URL: <http://government.ru/rugovclassifier/848/events/> (дата обращения: 10.10.2019).
6. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов. – URL: https://www.mfin.ru/common/upload/library/2019/10/main/ONBNiTPP_2020-2022.pdf (дата обращения: 10.10.2019).
7. Сведения об исполнении консолидированного бюджета РФ, консолидированных бюджетов субъектов РФ, федерального бюджета // Официальный сайт Федерального казначейства России. – URL: <https://roskazna.ru/ispolnenie-byudzhetov/konsolidirovannyj-byudzhet/> (дата обращения: 10.10.2019).
8. Сведения о финансировании государственных программ // Портал Госпрограмм РФ. – URL: https://programs.gov.ru/Portal/_analytics/structureFinSecond (дата обращения: 10.10.2019).
9. Указ Президента РФ от 19.04.2017 № 176 «О Стратегии экологической безопасности Российской Федерации на период до 2025 года». – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41879> (дата обращения: 10.10.2019).
10. Затраты на охрану окружающей среды // Россия и страны мира – 2018: статистический сборник федеральной службы государственной статистики. – URL: https://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/world18.pdf (дата обращения: 10.10.2019).
11. Artemova E., Udovik E., Sukhina N., Petrovskaya A., Anichkina O., Ryabova T. Financial Aspects of Solving Environmental Problems in a “Green” Growth // Journal of Environmental Management, 10(3), 2019. – P. 515–522.
12. Bagheri M., Guevara Z., Alikarami M., Kennedy C., Doluweera G. Green Growth Planning: A Multi-Factor Energy Input-Output Analysis of the Canadian Economy // International Journal Of Energy Economics And Policy, 74, 2018. – P. 708–720.
13. Basoglu A., Uzar U. An Empirical Evaluation about the Effects of Environmental Expenditures on Environmental Quality in Coordinated Market Economies // Environmental Science And Pollution Research, 26(22), 2019. – P. 23108–23118.
14. Carattini S., Baranzini A., Thalmann P., Varone F., Vöhringer F. Green Taxes in a Post-Paris World: Are Millions of Nays Inevitable? // Environmental and Resource Economics, 68(1), 2017. – P. 97–128.
15. Chebanov S.V. “Green” Economy: Role of Sovereign Funds // World Economy and International Economic Relations, 63(3), 2019. – P. 5–12.

Информация об авторах

Хадиуллин Рушан Ильсуревич, аспирант, Казанский (Приволжский) федеральный университет
E-mail: rushankzn@mail.ru

R.I. KHADIULLIN,
Graduate student
Kazan (Volga region) Federal University

ANALYSIS OF THE EXPENDITURES OF THE BUDGETS OF THE RUSSIAN FEDERATION BUDGET SYSTEM FOR THE ENVIRONMENTAL PROTECTION

Abstract. This article describes the budget financing of the environmental protection in Russian Federation. In the article the dynamics of expenditures of the budgets of the Russian Federation on environmental protection are analyzed. The reason of provision of the expenditures on environmental protection to the isolated expenditure section is presented in this article. Also trends of increasing costs in this area at all levels of the budget system of the Russian Federation are identified. We can see the sharpest increase in expenditures of the federal budget of the Russian Federation. In the analyzed period they increased 3,5 times. Also expenditures on environmental protection will increase 3,7 times by 2020 in comparison with 2018. The article also provides a comparative analysis of the share of expenditures of the budgets of Russia and other countries on environmental protection in the total volume of the consolidated budget. By this analysis we detect the low share of expenditures of the budgets of Russia in comparison with European and Asian countries. Also this article describes the structure of the environmental protection expenditures and problems in this area.

Keywords: ecology, environmental protection, budget expenditures, structure of expenditures, share of expenditures.

Reference

1. Federal law of RF, dated 31.07.1998 N 145-FZ “Budget code of Russian Federation” (ed. 02.08.2019). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/ (date accessed: 10.10.2019).
2. Budget prognosis of Russian Federation at the period up to 2036. – URL: https://www.minfin.ru/common/upload/library/2019/04/main/Budzhetnyy_3. prognоз_2036_1.pdf (date accessed: 10.10.2019).
3. State program “Environmental protection” on 2012–2020. – URL: <http://government.ru/rugovclassifier/874/events/> (date accessed: 10.10.2019).
4. International Monetary Fund: Manual on statistics of state finances 2014. – URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/gfs/manual/pdf/2014companion/RussianGFSM.pdf> (date accessed: 10.10.2019).
5. National project “Ecology”. – URL: <http://government.ru/rugovclassifier/848/events/> (date accessed: 10.10.2019).
6. Basic directions of budget, tax and customs and tariff policy on 2020 and on the planning period of 2021 and 2022. – URL: https://www.minfin.ru/common/upload/library/2019/10/main/ONBNiTTP_2020-2022.pdf (data accessed: 10.10.2019).
7. Information on enforcement of the consolidated budget of RF, consolidated budgets of the subjects of RF and Federal budget // Official site Federal Treasury of Russia – URL: <https://roskazna.ru/ispolnenie-byudzhetov/konsolidirovannyj-byudzhet/> (date accessed: 10.10.2019).
8. Information on state programs financing // Portal State programs RF. – URL: <https://programs.gov.ru/Portal/analytics/structureFinSecond> (date accessed: 10.10.2019).
9. Strategy of environmental security of Russian Federation on the period up to 2025, approved by the Decree of the President of RF, date 19.04.2017, No. 176. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41879> (date accessed: 10.10.2019).
10. Expenditure on environmental protection // Federal service of State Statistics. Statistical bulletin “Russia and countries of the world”. – 2018. – URL: https://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/world18.pdf (date accessed: 10.10.2019).

12. *Artemova E.* Financial aspects of solving environmental problems in a “green” growth / E. Artemova, E. Udovik, N. Sukhina, A. Petrovskaya // *J. Environ Manage Tour*, 2019;10(3). – P. 515–522.
13. *Bagheri M.* Green growth planning: A multi-factor energy input-output analysis of the Canadian economy / M. Bagheri, Z. Guevara, M. Alikarami, C.A. Kennedy, G. Doluweera // *Energy Econ.* – 2018; 74. – P. 708–720.
14. *Basoglu A.* An empirical evaluation about the effects of environmental expenditures on environmental quality in coordinated market economies / A. Basoglu, U. Uzar // *Environ Sci Pollut Res*, 2019; 26(22). – P. 23108–23118.
15. *Carattini S.* Green Taxes in a Post-Paris World: Are Millions of Nays Inevitable? / S. Carattini, A. Baranzini, P. Thalmann, F. Varone // *Environ Resour Econ*, 2017; 68(1). – P. 97–128.
16. *Chebanov S.V.* “Green” economy: Role of sovereign funds / S.V. Chebanov // *World Economy Int Relat*, 2019; 63(3). – P. 5–12.

БУХГАЛТЕРСКИЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ

УДК 657.372

Э.М. КАЗЫХАНОВА,

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Е.Ю. ВЕТОШКИНА,

кандидат экономических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

СОВРЕМЕННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ БИЗНЕСА

Аннотация. В статье рассматриваются основные виды отчетности, существующие в России в настоящий момент: бухгалтерская, финансовая, корпоративная, интегрированная. В исследовании уделяется особое внимание их сравнительному анализу по ряду основных характеристик отчетностей и на основе нормативных документов обозначаются их общие черты. Авторами отмечается все возрастающая роль раскрытия организациями своей нефинансовой информации наряду с финансовой в составе отчетности как перспектива увеличения капитализации бизнеса в условиях усиления инвесторского тренда ответственного инвестирования и ориентации на долгосрочную устойчивость. Предлагаются понятия финансовой отчетности и корпоративной отчетности. Приводится обзор современных тенденций представления нефинансовой отчетности в России, составленный на базе практических исследований компаний «КПМГ» и Российского союза промышленников и предпринимателей. В статье делается вывод о взаимодополняемости каждого вида отчетности, развитие чего способствует увеличению релевантности и качества представляемой информации для целей принятия экономических решений стейкхолдерами. В заключение отмечается, что сегодня самым прогрессивным видом отчетности в российских реалиях является интегрированная отчетность, отвечающая всем требованиям открытости и ответственности организации, предъявляемым современным обществом.

Ключевые слова: интегрированная отчетность, бухгалтерская отчетность, социальная ответственность, нефинансовая отчетность, устойчивое развитие.

Формальная организация, являясь единицей бизнеса, функционирует на рынке, оказывая влияние не только на экономическую сферу интересов государства и общества, но также и на социальную сферу, что придает им ключевой статус в рамках развития благосостояния стран мира. В связи с этим повышенное внимание уделяется результатам деятельности организаций, представляемым ими как минимум один раз в год, в форме отчетности, в соответствии с международными и национальными правовыми актами.

В России существует четыре основных вида отчетности (рис. 1). При этом развитие подходов к раскрытию актуальной информации, имеющей экономическую ценность, является

предметом обсуждения многих отечественных и мировых ученых. Исходя из важности данной проблемы, мы рассмотрели теоретический базис видов отчетности, выявили их взаимосвязи, обозначили основные отличия и цели представления и определили тенденции развития отчетности в будущем.

Бухгалтерская отчетность является обязательным документом к составлению всеми организациями, находящимися на территории России (РФ), если иное не установлено другими нормативно-правовыми актами (НПА) и международными договорами РФ, согласно ст. 13 Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».

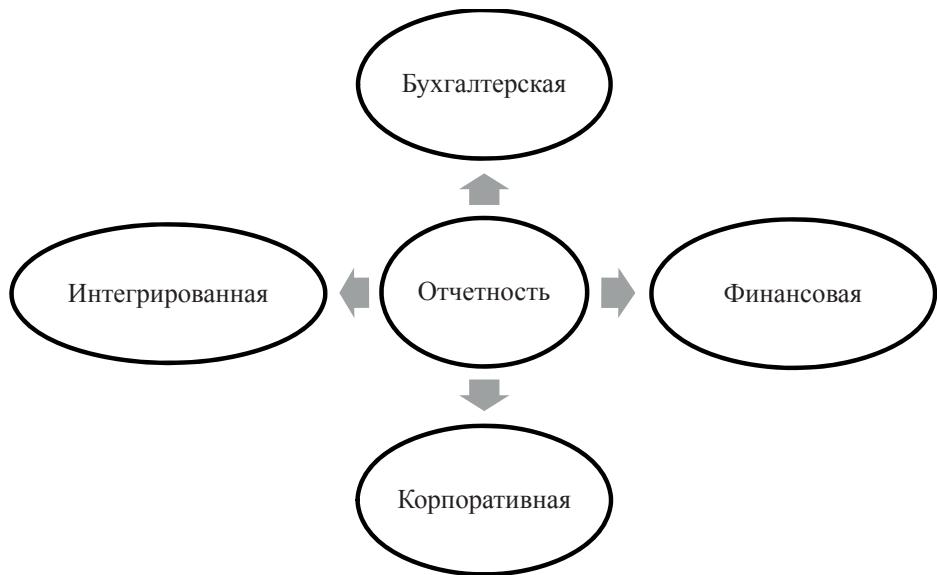


Рис. 1. Виды отчетности для целей бизнеса в России

Понятие «финансовая отчетность» было регламентировано в России приказом Минфина РФ от 25.11.2011 № 160н в связи со вступлением в силу международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). Согласно МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности», финансовая отчетность представляет собой структурированное отображение финансового положения и финансовых результатов предприятия [4]. Несмотря на очевидную схожесть определений, мы не можем говорить об идентичности понятий, так как МСФО (IAS) 1 содержит ряд ключевых требований, отличных от требований РСБУ, на основе которых составляется бухгалтерская отчетность в России.

Так, финансовая отчетность, составляемая организациями, находящимися на территории РФ, имеет ряд принципиальных отличий от бухгалтерской отчетности:

- соответствие МСФО;
- более расширенная цель раскрытия – показание результатов управления ресурсами;
- возможность выбора представления информации в формах отчетности;
- отсутствие определенных календарных дат периода, являющегося отчетным;
- основной стейкхолдер – инвестор.

Таким образом, можно отметить, что:

- понятия бухгалтерской и финансовой отчетности не тождественны друг другу;

– вводя категорию «бухгалтерская (финансовая) отчетность» в Федеральном законе № 402-ФЗ, Минфин РФ унифицировал ключевые требования к составлению индивидуальной бухгалтерской отчетности и консолидированной финансовой отчетности (как единственной обязательной к составлению финансовой отчетности в России, согласно Федеральному закону № 208-ФЗ от 27.07.2010 «О консолидированной финансовой отчетности»).

На основе вышеизложенных фактов мы уточнили определение финансовой отчетности – это систематизированная информация о финансовом состоянии организации на отчетную дату, финансовом результате за отчетный период и результате управления ресурсами, доверенными руководству организации, сформированная на базе международных стандартов финансовой отчетности, предназначенная для принятия экономического решения стейкхолдерами.

Стоит отметить, что финансовая информация, раскрываемая в бухгалтерской и финансовой отчетностях, имеет первостепенное значение в вопросах взаимодействия компании со своими стейкхолдерами и рынком в целом. Однако на сегодняшний день финансовая отчетность уже не отвечает всем информационным требованиям и потребностям пользователей, которые хотят видеть целостную картину

функционирования компании и перспективы развития ее бизнеса [17, 18]. Основываясь на исследованиях компании КПМГ [10], а также ряда российских ученых, можно утверждать, что развитие интересов стейкхолдеров, в особенности инвесторов, связано, с одной стороны, с усиливающимся стремлением ответственно подходить к объекту инвестирования, т. е. пониманием не только того, какой результат в денежном выражении организация получает, но и того, какое воздействие на общество, экономику и окружающую среду она оказывает, реализуя свои инициативы и стратегию. С другой стороны – инвесторы заинтересованы в устойчивом развитии компании, в которую они вкладывают, в потенциале ее роста и, соответственно, стабильности доходов в долгосрочной перспективе [16].

В МСФО (IAS) 1, в п. 13 и 14, представлены варианты удовлетворения современных информационных потребностей стейкхолдеров, что подразумевает составление, наряду с финансовой отчетностью, следующих видов отчетов (табл. 1).

В обобщенном понимании совокупность финансового отчета и прочих отчетов с нефинансовой информацией сформировали новый

вид отчетности – корпоративную отчетность. Каждая часть такой отчетности, финансовая и нефинансовая, регламентируется отдельными нормативными документами (рис. 2), что связано с различиями в целях представления каждого вида информации и принципах составления и содержания.

Важно отметить, что официального определения термина «корпоративная отчетность» на сегодняшний день не выработано, также нет единого мнения в научном сообществе [8]. В связи с этим мы предлагаем следующее определение корпоративной отчетности – это совокупность отчетов, систематизирующих информацию финансового и нефинансового характера, сформированную на базе национальных и международных стандартов отчетности и предназначенную для принятия экономического решения стейкхолдерами.

Согласно документам, представленным на рис. 2, регламентирующими раскрытие нефинансовой информации, такая информация может представляться в виде отчетов по устойчивому развитию, социальной отчетности, экологической отчетности и проч. Соответственно, единой формы отчета для данных целей нет.

Таблица 1

**Отчеты, предлагаемые МСФО (IAS) 1
в дополнение к финансовой отчетности**

Наименование отчета	Цель отчета	Предлагаемое содержание отчета, согласно МСФО 1	Входит в сферу применения МСФО?
Финансовый обзор руководства	Пояснение основных тенденций, наблюдаемых в финансовой отчетности, и ситуаций неопределенности, с которыми организация сталкивается	– основные факторы, влияющие на деятельность организации; – изменения, которым организация подвержена, ее реакция на изменения внешней среды; – инвестиционная и дивидендная политика; – источники средств организации; – целевые показатели соотношения обязательств и капитала; – ресурсы компании, которые не отражаются в отчете о финансовом положении (в соответствии с МСФО) и т. д.	да
Нефинансовые отчеты и бюллетени	Акцентирование внимания на нефинансовых факторах, имеющих значительное влияние на все сферы общества	– отчет по вопросам окружающей среды; – отчет об устойчивом развитии; – социальный отчет.	нет

Концепция представления корпоративной отчетности изложена в Стандартах отчетности в области устойчивого развития GRI, согласно которым организация должна раскрывать свое влияние на такие сферы, как экономика, окружающая среда и общество [9].

Мы сформировали таблицу с основными требованиями, предъявляемыми к нефинансовой отчетности, в соответствии с комплексом стандартов GRI (табл. 2).

Таким образом, существенными характеристиками корпоративной отчетности, отличающей ее от бухгалтерской и финансовой, являются:

- представление комплекса отчетов, регламентируемых разными стандартами в зависимости от вида информации (финансовой и нефинансовой);
- раскрытие нефинансовой информации и ее заверение (в России – Советом Российского союза промышленников и предпринимателей);
- цель – удовлетворение информационных потребностей разнообразных стейххолдеров путем обозначения своего влияния на внешний мир (экономику, экологию, общество) и пред-

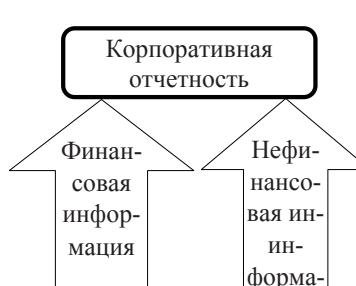
принимаемых действий в ответ на возникающие последствия.

Объединяющие же черты следующие:

- критерии качественной информации;
- понятие существенности;
- наличие финансовой информации, сформированной на основе РСБУ или МСФО.

Очевидно, что интегрированная отчетность является более развитой формой корпоративной отчетности, или прогрессивным ее представлением [14]. Это следует из положений Международного стандарта по интегрированной отчетности, согласно которому она является кратким описанием результатов того, как «стратегия, управление, результаты и перспективы организации в контексте внешней среды ведут к созданию стоимости в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе».

Таким образом, понятие интегрированной отчетности включает в себя конкретную цель ее составления – целостное представление того, каким образом организация создает ценности. Это ключевое отличие данного вида отчетности от всех остальных.



Национальные и международные стандарты бухгалтерского (финансового) учета и отчетности

1. Стандарты отчетности в области устойчивого развития GRI (Global Reporting Initiative).
2. Международный стандарт интегрированной отчетности.
3. Глобальный договор ООН.
4. Цели в области устойчивого развития ООН (ЦУР) (SDGs).
5. Стандарт социальной отчетности компаний AA1000 AS (The Institute of Social and Ethical Accountability).
6. Руководство по социальной ответственности ISO 26000.
7. Социальная хартия российского бизнеса и Концепция развития нефинансовой отчетности

Рис. 2. Обобщенное представление о корпоративной отчетности в российском научном сообществе

Таблица 2

Основные требования, предъявляемые к нефинансовой отчетности, согласно GRI

Требование	Описание требования
Соответствие НПА	Стандарты отчетности в области устойчивого развития GRI
Цель раскрытия	Информирование о том, каким образом организация вносит свой вклад или стремится внести его в будущем в улучшение или ухудшение экономических, экологических и социальных условий на местном, региональном или глобальном уровне
Отчетные формы	Формы и наименования отчетов не установлены, однако регламентирована сфера раскрываемой информации – экономическое, экологическое и социальное влияние бизнеса компаний
Характеристики информации	1. Точность и детализация. 2. Баланс: раскрытие как позитивного, так и негативного воздействия. 3. Ясность. 4. Сопоставимость. 5. Надежность. 6. Своевременность.
Характеристики представления	1. Понимание стейкхолдеров: идентификация своих стейкхолдеров и объяснение того, как это повлияло на раскрытие нефинансовой информации. 2. Концепция устойчивости: деятельность организации в условиях ограниченности ресурсов, долгосрочное влияние на окружающий мир, экономику и общество, вклад либо принесение вреда внешнему миру и проч. 3. Существенность. 4. Полнота

Фундаментальными основами составления интегрированной отчетности являются «концепции создания ценности для организации и для заинтересованных сторон, концепции капиталов, которые организация использует и на которые она влияет, концепции процесса создания ценности» [13]. Другими словами:

- отчетность должна быть составлена таким образом, чтобы пользователи могли сделать вывод о потенциале устойчивого развития компании, степени ее социальной ответственности и способности вырабатывать ценности для общества;
- отчетность основывается на концепции капитала, отличной от той, на которой основаны бухгалтерская и финансовая отчетности [7]. Капитал – это ресурсы и отношения, посредством которых организация осуществляет свою деятельность. С этой точки зрения выделяют следующие виды капитала: финансовый, человеческий, интеллектуальный, социальный, природный [6];
- создание ценности предполагает «возврат инвестиций поставщиков финансового капитала».

Исходя из вышеперечисленных фактов, можно сделать вывод о совершенно новой фор-

ме отчетности, существенно отличающейся от принципов построения бухгалтерской и финансовой отчетностей. В таблице 3 представлены ключевые характеристики интегрированной отчетности.

Таким образом, интегрированная отчетность является не совокупностью отчетов, а комплексным отчетом, позволяющим заинтересованным пользователям достоверно определить создаваемую ценность компании для бизнеса и общества в целом и содержащим как историческую информацию о результатах деятельности компании, базирующуюся на национальных и международных стандартах бухгалтерской (финансовой) отчетности, так и прогнозную, а также общественно значимую информацию в виде социального, экологического и прочих видов учета.

Согласно статистике, представленной на официальном сайте Российского союза промышленников и предпринимателей, с 2000 г. 175 компаний, работающих на территории России, составили 922 нефинансовых отчета, из них 313 отчетов об устойчивом развитии, 355 социальных отчетов, 82 экологических отчета, 172 интегрированных отчета.

Таблица 3

Основные характеристики интегрированной отчетности

Характеристика	Описание характеристики
Соответствие НПА	Международный стандарт интегрированной отчетности (МСИО)
Цель раскрытия	Объяснение стейкхолдерам, как организация создает стоимость в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периоде
Тип раскрываемой информации	1. Финансовая – в соответствии с национальными и международными стандартами ФО. 2. Нефинансовая – в соответствии с МСИО
Содержание отчета	1. Обзор организации и внешняя среда. 2. Управление (влияние структуры управления на возможность и способность организации создавать стоимость). 3. Бизнес-модель. 4. Риски, неопределенности и потенциал. 5. Перспективы и будущие риски/проблемы. 6. Принципы раскрытия информации в ИО
Регламентация отчетных форм	1. Финансовая информация регламентируется соответствующими национальными и международными стандартами ФО.
Отчетный год и дата составления отчетности	2. Интегрированный отчет может являться самостоятельным документом или быть включен в другой отчет или документ в качестве отдельной, значимой и доступной части. 3. Отчетный период для нефинансовой информации в МСИО не установлен
Характеристики информации	1. Связанность информации. 2. Существенность информации. 3. Достоверность и полнота.
Характеристики представления	1. Стратегический фокус и ориентация на будущее. 2. Последовательность. 3. Сопоставимость. 4. Взаимодействие с заинтересованными сторонами. 5. Краткость.
Обязательные реквизиты	Обязательно должна содержаться информация об ответственности за ИО со стороны руководителей, признание их коллективного труда в формировании отчета, их мнение и заключение о соответствии ИО положениям МСИО
Основные стейкхолдеры	Внутренние и внешние
Прочее	Предполагает повсеместное использование профессионального суждения

Согласно опросу, проведенному РСПП в 2017 г. [12], больше всего внимания российские компании уделяли таким целям, как достойная работа и экономический рост, здоровье и благосостояние, обеспечение устойчивых моделей потребления и производства, борьба с изменением климата и его последствиями, сохранение экосистем суши, качественное образование. Меньше всего российские компании заинтересованы в борьбе с голодом и уменьшении неравенства.

В заключение можно сделать вывод, что существующие на сегодняшний день виды отчетности в России взаимно дополняют друг друга. Так, информация, представляемая обычно в бухгалтерской и финансовой отчетности, яв-

ляется неотъемлемой частью корпоративной и интегрированной отчетности. Бухгалтерская и финансовая отчетность – понятия очень близкие, но имеющие концептуальные различия, которые, к слову, с каждым годом уменьшаются в связи с проводимой Россией политикой по гармонизации национальных стандартов с МСФО. Корпоративная отчетность является, по сути, развитием бухгалтерской (финансовой) отчетности в качестве ответа на возрастающие информационные потребности стейкхолдеров.

В соответствии с исследованием, проведенным РСПП [12], интерес к представлению нефинансовой отчетности и приверженность организаций Целям устойчивого развития ООН,

направленным на улучшение условий жизни и функционирования систем общества, являются не только задачами, которые надо решить, но и возможностями для получения организациями конкурентных преимуществ. Такие преимущества возникают на основе принципов открытости и ответственности организаций, реализуемых наиболее в интегрированной отчетности. На настоящий момент интегрированная отчетность является самым продвинутым видом отчетности, отвечая запросам всех заинтересованных пользователей [15]. Именно данный вид отчетности способствует увеличению объективности раскрываемой информации и сокращению приоритета краткосрочных перспектив по отношению к долгосрочным и ведет к наиболее прозрачному и релевантному представлению информации для принятия экономического решения стейкхолдерами.

Литература

1. О консолидированной финансовой отчетности: федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ (ред. от 26.07.2019) // КонсультантПлюс (дата обращения: 28.10.2019).
2. О бухгалтерском учете: федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019) // КонсультантПлюс (дата обращения: 28.10.2019).
3. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организаций» (ПБУ 4/99): приказ Министерства финансов России от 06.07.1999 № 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018) // КонсультантПлюс (дата обращения: 28.10.2019).
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности»: приказ Министерства финансов России от 28.12.2015 № 217н (ред. от 11.07.2016) // КонсультантПлюс (дата обращения: 28.10.2019).
5. Международный стандарт интегрированной отчетности (МСИО). – URL: https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2014/04/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK.docx_en-US_ru-RU.pdf. (дата обращения: 28.10.2019).
6. Вахрушина М.А., Толчеева А.А. Корпоративная отчетность как результат эволюции отчетной информации компании // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2017. – Т. 12. – № 2. – С. 297–310.
7. Kulikova L.I., Semenikhina N.B., Vetroshkina E.Y. Application of Actuarial Calculations When Building a Report on Company's Financial Position // Academy of Marketing Studies Journal, 20(2), 2016. – P. 96–102.
8. Малиновская Н.В. Интегрированная отчетность: теория, методология, практика: дис. ... канд. экон. наук. – М., 2016. – 381 с.
9. Харисова Ф.И., Юсупова А.Р., Харисов И.К. Отчетность в области устойчивого развития организации в свете исламской концепции // Современный мусульманский мир. – 2018. – № 1. – С. 6.
10. Будущие перспективы: исследование по подготовке отчетности в области корпоративной социальной ответственности за 2017 г. // КПМГ. – URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2018/06/ru-ru-kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>. (дата обращения: 28.10.2019).
11. Нефинансовая отчетность в России и мире. Цели устойчивого развития – в фокусе внимания: аналитический обзор за период 2017–2018 гг. // Российский союз промышленников и предпринимателей. – URL: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/activity/social/> (дата обращения: 28.10.2019).
12. Российский бизнес и цели устойчивого развития: сборник корпоративных практик. – М.: Российский союз промышленников и предпринимателей СПП, 2018. – 204 с. – URL: <http://media.rspp.ru/document/1/b/2/b24091d44c9660fcf3a9fdad6551b88f.pdf> (дата обращения: 28.10.2019).
13. Официальный сайт “Global Reporting Initiative”. – URL: <https://www.globalreporting.org/standards> (дата обращения: 28.10.2019).
14. de Villiers C., Venter E., Hsiao P.-C. Integrated Reporting: Background, Measurement Issues, Approaches and an Agenda for Future Research // Accounting & Finance. – Vol. 57, Is. 4, 2016. – P. 937–959.
15. Tweedie D., Nielsen C., Martinov-Bennie N. The Business Model in Integrated Reporting: Evaluating Concept and Application // Australian Accounting Review. – Vol. 28, Is. 3, 2018. – P. 405–420.
16. Lennox C., Pittman J. 2010. Big Five Audits and Accounting Fraud // Contemporary Accounting Research. – Vol. 27, Is. 1, 2010. – P. 209–247.
17. Barth M. The Future of Financial Reporting: Insights from Research // Abacus. – Vol. 54, Is. 1, 2018. – P. 66–78.
18. Roxas M. Financial Statement Fraud Detection Using Ratio and Digital Analysis // Journal of Leadership, Accountability and Ethics. – Vol. 8, Is. 4, 2011. – P. 56–66.

Информация об авторах

Казыханова Эльвира Маратовна, магистрант 3 курса, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: kazykhanova.elvira@yandex.ru

Ветошкина Елена Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансового учета, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: pulya_1978@mail.ru

E.M. KAZYKHANOVA,

master student

Kazan (Volga region) Federal University

E.YU. VETOSHKINA,

PhD in Economics, associate professor

Kazan (Volga region) Federal University

ACTUAL TYPES OF REPORTING FOR BUSINESS PURPOSES

Abstract. The article discusses the main types of reporting that currently exist in Russia: accounting, financial, corporate, integrated. Particular attention in the study is paid to comparative analysis of those reporting types based on a number of conceptual characteristics; also, common features are indicated (based on regulatory documents). The author notes the growing role of disclosure by organizations of non-financial information, along with financial reports, as the prospect of increasing business capitalization in the face of a growing investor trend of responsible investment and orientation towards long-term sustainability. The definition of concepts of financial reporting and corporate reporting are proposed. A review of current trends in the non-financial reporting in Russia is presented based on the research of practitioners – KPMG and the Russian Union of Entrepreneurs and Industry. The author of the article concludes that each type of reporting is mutually complementary, the development of presentation methods and structure of reporting helps to increase the relevance and quality of the information presented for the purpose of economic decision-making by stakeholders. In conclusion, it is noted that the most progressive type of reporting in Russian realities today is integrated reporting, which meets all the requirements of openness and responsibility of the organization, imposed by modern society.

Keywords: integrated reporting, financial statements, social responsibility, non-financial reporting, sustainable development.

Reference

1. About the consolidated financial statements: Federal Law of Russian Federation of July 27, 2010. No. 208-FZ (as amended on July 26, 2019) // Inform.-law system “ConsultantPlus” (date accessed: 28.10.2019).
2. About accounting: Federal Law dated December 6, 2011 No. 402-FZ (as amended on July 26, 2019) // Inform.-law system “ConsultantPlus” (date accessed: 28.10.2019).
3. Regulation on accounting “Accounting statements of an organization” PBU 4/99: Order of the Ministry of Finance of Russia dated July 6, 1999. No. 43n (as amended on November 8, 2010, as amended on January 29, 2018) // Inform.- law system “ConsultantPlus” (date accessed: 28.10.2019).
4. International Accounting Standard (IAS) 1 “Presentation of Financial Statements”: Order of the Ministry of Finance of Russia dated December 28, 2015. No. 217n (as amended on July 11, 2016) // Inform.- law system “ConsultantPlus” (date accessed: 28.10.2019).
5. International Standard for Integrated Reporting (ISIS). – URL: https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2014/04/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK.docx_en-US_ru-RU.pdf.
6. Vakhrushina M.A. Corporate reporting as the result of reports evolution of a company / M.A. Vakhrushina, A.A. Tolcheeva // Bulletin of Perm University. – 2017. – Vol. 12. No. 2. – P. 297–310.
7. Kulikova L.I. Application of actuarial calculations when building a report on company’s financial position / L.I. Kulikova, N.B. Semenikhina, E.Y. Vetoshkina // Academy of Marketing Studies Journal, 20 (Special Issue 2), 2016. – P. 96–102.

8. *Malinovskaya N.V.* Integrated reporting: theory, methodology, practice: dis. ... cand. of economy sciences / N.V. Malinovskaya. – Moscow, 2016.
9. *Kharisova F.I.* Sustainability reporting of organization in light of the Islamic concept / F.I. Kharisova, A.R. Yusupova, I.K. Kharisov // Modern Muslim World. – 2018. – No. 1. – P. 6.
10. KPMG. 2017 Corporate Social Responsibility Reporting Study, Future Prospects . – URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/en/pdf/2018/06/en-ru-kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf> (date accessed: 28.10.2019).
11. RSPP. Analytical review for the period 2017–2018 “Non-financial reporting in Russia and the world: Sustainable development goals are in the focus of attention”, 2019. – URL: <http://xn--0laabe.xn--p1ai/activity/social/> (date accessed: 28.10.2019).
12. RSPP. Collection of corporate practices “Russian Business and Sustainable Development Goals”, 2018. – URL: <http://media.rspp.ru/document/1/b/2/b24091d44c9660fcf3a9fdad6551b88f.pdf> (date accessed: 28.10.2019).
13. The official website of GRI. – URL: <https://www.globalreporting.org/standards> (date accessed: 28.10.2019).
14. *Charl de Villiers.* Integrated reporting: background, measurement issues, approaches and an agenda for future research / Charl de Villiers, Elmar R. Venter, Pei Chi Kelly Hsiao // Accounting & Finance. – 2016. – Vol. 57, Is. 4. – P. 937–959.
15. *Tweedie D.* The Business Model in Integrated Reporting: Evaluating Concept and Application / D. Tweedie, Chr. Nielsen, N. Martinov Bennie // Australian Accounting Review. – 2018. – Vol. 28, Is. 3. – P. 405–420.
16. *Lennox C.* Big Five Audits and Accounting Fraud. Contemporary Accounting Research / C. Lennox, J. Pittman. – 2010. – Vol. 27, Is. 1. – P. 209–247.
17. *Barth M.E.* The Future of Financial Reporting: Insights from Research / M.E. Barth // Abacus. – 2018. – Vol. 54, Is. 1. – P. 66–78.
18. *Roxas M.* Financial statement fraud detection using ratio and digital analysis / M. Roxas // Journal of Leadership, Accountability and Ethics. – 2011. – Vol. 8, Is. 4. – P. 56–66.

ВОПРОСЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

УДК 338.2

А.К. АМЕРХАНОВА,

ассистент,

Колледж государственной и муниципальной службы Ульяновской области

Л.Н. САФИУЛЛИН,

доктор экономических наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И ЕЕ РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА

Аннотация. В данной статье выявляется сущность понятия «интеллектуальная собственность» и факторы, способствующие ее развитию и реализации. Раскрыты ценности и основные аспекты интеллектуальной собственности и ее воздействие на развитие общества и экономики. Представлены проблемы использования интеллектуальной собственности в инновационной системе России и обоснованы предложения по совершенствованию институциональной инфраструктуры. Показано разнообразие современных форм защиты собственности, в числе которых копирайт, патент, товарный знак. Установлены место и роль интеллектуальной собственности в экономическом и социальном развитии общества. Определены основные формы и порядок образования дохода от коммерческой реализации интеллектуальной собственности в инновационной деятельности. Формирование эффективного механизма создания, правовой охраны и вовлечения в хозяйственный оборот результатов интеллектуальной деятельности в сфере науки и технологий является стратегической задачей развития экономики России и повышения ее конкурентоспособности. Значительное число работ посвящено исследованию отношений интеллектуальной собственности, большинство из них ориентировано на проблемы правового регулирования и оценки. Актуальность темы исследования заключается в том, что данная проблематика обусловила необходимость дальнейшего анализа и систематизации отношений интеллектуальной собственности с позиции институционального подхода.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, научный потенциал, авторское право, патент, товарный знак, промышленный образец.

Творческая деятельность людей всегда играла заметную роль в жизни общества. Однако экономическое значение интеллектуальной собственности резко возросло в 40–50-е годы XX в., с наступлением эпохи научно-технической революции (НТР), когда сформировались и получили развитие ее главные направления: автоматизация производства, контроль и управление им на базе электроники, создание и воплощение обновленных конструкционных материалов и др. Анализ мировых тенденций свидетельствует о том, что вклад в экономику отраслей, построенных на авторском и патентном праве, постоянно увеличивается. В миро-

вой экономике в начале нового тысячелетия доля отраслей индустрии, основанной на авторском праве, составила порядка 7 %.

При добавлении около 5 % доли в экономике промышленной собственности можно получить более 12 % мировой экономики, основанной на интеллектуальной собственности [1, 8].

В последние годы наибольшее количество заявок на изобретения получили патентные ведомства Китая, США, Японии, Республики Корея и Европейского патентного ведомства (далее – ЕПВ), а наибольшее количество выданных патентов приходилось на патентные ведомства США, Японии, Китая, Республики

Корея, ЕПВ и Германии. Наибольших успехов в правовой охране изобретений добился Китай. Активным связующим звеном между производителями и потребителями являются товарные знаки и знаки обслуживания, которыми обозначаются производимые товары и оказываемые услуги [2]. Товарные знаки и знаки обслуживания являются эффективным средством рекламы выпускаемых изделий или оказываемых услуг. На мировом рынке цена изделий, маркированных товарным знаком, на 15–25 % выше цены анонимных товаров [3].

По данным ВОИС, во всем мире общее количество патентных заявок на изобретения увеличилось в период с 2000 г. по 2017 г. в 1,9 раза, а количество патентов – в 2,3 раза (табл. 1), причем активность нерезидентов росла значительно быстрее, чем активность резидентов.

В перераспределении потока заявок на изобретения в последние 15 лет произошли существенные изменения. В период 2000–2017 гг. доля азиатских стран возросла с 46,3 % до 58,3 %, североамериканских стран – незначительно уменьшилась (с 24,4 % до 23,7 %), а европейских стран – резко сократилась (с 23,3 % до 13,7 %).

Общемировой тенденцией являются высокие доли заявок, подаваемых в региональные патентные ведомства, среди которых наиболее важную роль играет Европейское патентное ведомство, а для Республики Беларусь – Евразийское патентное ведомство. Несмотря на то, что еще в конце 50-х – начале 60-х гг. ХХ в. ведущие индустриальные страны отказались от линейной модели инновационного процесса, перейдя на сетевые и иные методы планирования и создания инноваций, представ-

ленная на рис. 1 модель позволяет наглядно проиллюстрировать связь интеллектуальной собственности с инновационным процессом [4, 9]. На стадии научно-исследовательских работ (НИР) появляются изобретения, на стадии опытно-конструкторских (ОКР) и опытно-технологических работ (ОТР) – преимущественно изобретения, полезные модели и промышленные образцы, на стадии промышленного освоения – промышленные образцы и товарные знаки, а на стадии распространения продукции на рынке должны присутствовать все виды правовой охраны результатов научно-технической деятельности.

Сектор высоких технологий включает в себя две основные составляющие: производство высокотехнологичных товаров и производство интеллектуальных услуг [5]. Торговля высокотехнологичной продукцией на рынке товаров и услуг гарантирует самую наибольшую норму прибыли. Одними из самых быстрорастущих являются рынки электроники и телекоммуникационного оборудования. В начале третьего тысячелетия объем рынка товаров этой группы вырос примерно в 1,5 раза и, по разным оценкам, достиг от 2,5 до 3,5 трлн долл., что пре-восходит рынок сырьевых и энергетических ресурсов. В настоящее время общий объем мирового высокотехнологичного сектора пре-вышает 4,3 трлн долл [6].

Прогноз общего показателя продаж высокотехнологичной продукции на 2008–2025 гг. составляет 113,4–125,5 трлн долл., или 6,3–7,0 трлн долл. в год. В США за счет высокотехнологичных секторов экономики было достигнуто почти 50 % прироста производительности труда [7].

Таблица 1
Количество заявок и зарегистрированных патентов на изобретения в мире в 2000–2017 гг.
(по состоянию на 01.08.2017) [10]

Показатели	Годы						
	2000	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Общее количество заявок	1378000	1702900	1997400	2158000	2356600	2564800	2680900
Общее количество патентов	515000	631000	912300	999800	1135700	1172500	1176600
Общее количество патентов, поддерживаемых в силе	н/д	6020000	7761900	8270500	8889700	9637000	10238300

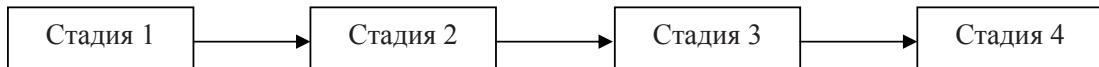


Рис. 1. Связь интеллектуальной собственности и инновационного процесса

Таким образом, к первостепенным особенностям рынка высокотехнологичной продукции относятся: сохранение доминирующего положения США, снижение роли Японии, Великобритании и Франции, возрастание роли КНР, Южной Кореи, Индии, Сингапура, Тайваня и некоторых других стран. Производство ряда высокотехнологичных товаров все больше перемещается в Китай, хотя наибольший выигрыш от размещения в КНР высокотехнологичных производств получают американские фирмы, сохраняющие за собой контроль над всей цепочкой «добавленной стоимости» и функции стратегического управления, выполнения НИОКР и заключительного производства инфокоммуникационной техники.

Литература

1. Варфоломеева Ю.А. Интеллектуальная собственность в условиях инновационного развития: монография. – М.: Ось-89, 2015. – 484 с.
2. Жарова А.К. Защита интеллектуальной собственности: учебник. – М.: Юрайт, 2015. – 426 с.
3. Завадский А.В. О праве на собственное изображение. – М.: ЁЁ Медиа, 2017. – 419 с.
4. Volchik V.V., Krivosheeva-Medyantseva D.D. Institutional Conditions for Innovative Development of the Russian Economy // *Terra Economicus*, 11(4-3), 2013. – P. 18–26 (In Russian).
5. Meggs P.B., Sergeev A.P. Intellectual property. – M.: Yurist Publ., 2000. – 400 p.
6. Mikheeva N.N. Comparative Analysis of Innovative Systems of Russian Regions // *Spatial Economics*, 4, 2014. – P. 61–81 (In Russian).
7. Ostrovskaya E.Ya. Current Issues of Global Economic Governance (WIPO's case) // *Economics and Management of Innovative Technologies*, 1, 2014. – URL: <http://ekonomika.sciencedirect.com/2014/01/3632> (In Russian).
8. Fel'tsina S., Antipina I. The EU Directive on the Protection of Intellectual Property Rights // *Intellectual Property*, 5, 2006. – P. 46–53 (In Russian).
9. Fraerman A.A. et al. Skyrmion States in Multilayer Exchange Coupled Ferromagnetic Nanostructures with Distinct Anisotropy Directions // *Journal of Magnetism and Magnetic Materials*, 393, 2015. – P. 452–456.
10. Amerhanova A.K., Seliverstova N.S. Analysis of the Current State of Technology Entrepreneurship in Russia and Abroad // *Revista San Gregorio*, 20, 2017. – P. 22–30.

Информация об авторах

Амерханова Алсу Камилевна, ассистент, Колледж государственной и муниципальной службы Ульяновской области.

E-mail: alsuschka13@mail.ru

Сафиуллин Ленар Наилевич, доктор экономических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: lenar_s@mail.ru

A.K. AMERHANOVA,

Assistant

College of the state and municipal services of the Ulyanovsk region

L.N. SAFIULLIN,

Doctor in Economics, Professor

Kazan (Volga region) Federal University

INTELLECTUAL PROPERTY AND ITS ROLE IN SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF SOCIETY

Abstract. The article reveals the essence of the concept of intellectual property, the factors contributing to its development and implementation. The values, the main aspects of intellectual property and its impact on the development of society and economy are revealed. The problems and proposals for improving the institutional infrastructure of the use of intellectual property in the innovation system of Russia are identified. The variety of modern forms of ownership, including copyright, patent, trademark, is shown. The place and role of intellectual property in the economic and social development of society are determined. Also, the main forms and procedures for generating income from the commercial sale of intellectual property in innovation activities are disclosed. The strategic objective of the development of the Russian economy and increasing its competitiveness is the formation of an effective mechanism for the creation, legal protection and involvement in the economic turnover of the results of intellectual activity in the field of science and technology. A significant number of works are devoted to the study of intellectual property relations, but most of them are focused on the problems of legal regulation and evaluation. The lack of elaboration of this problem has led to the need for further analysis and systematization of intellectual property relations from the position of institutional approach, which determines the relevance of the topic.

Keywords: intellectual property, intellectual potential of the employee, copyright, patent, trademark, industrial design.

Reference

1. *Varfolomeeva Yu.A. Intellectual property in the conditions of innovative development / Yu.A. Varfolomeeva.* – Moscow: OS-89, 2015. – 484 p.
2. *Zharova A.K. Protection of intellectual property / A.K. Zharova.* – Moscow: Yurayt, 2015. – 426 p.
3. *Zavadsky A.V. On the right to own image / A.V. Zavadsky.* – Moscow: Media, 2017. – 419 p.
4. *Volchik V.V. Institutional conditions for innovative development of the Russian economy / V.V. Volchik, D.D. Krivosheeva-Medyantseva.* – Terra Economicus, 11(4-3), 18-26. – 2013. (In Russian).
5. *Meggs P.B. Intellectual property / P.B. Meggs, A.P. Sergeev.* – Moscow, Yurist Publ., 2000. – 400 p.
6. *Mikheeva N.N. Comparative Analysis of Innovative Systems of Russian Regions / N.N. Mikheeva.* – Spatial Economics, 4, 61-81. – 2014 (In Russian).
7. *Ostrovskaya E.Ya. Current issues of global economic governance (WIPO's case) / E.Ya. Ostrovskaya // Ekonomika i menedzhment innovatsionnykh tekhnologii = Economics and management of innovative technologies.* – 2014. – No. 1. – URL: <http://ekonomika.sci.ru> (in Russian).
8. *Fel'tsina S. The EU directive on the protection of intellectual property rights / S. Fel'tsina, I. Antipina // Intellektual'naya sobstvennost' = Intellectual property.* – 2006. – No. 5. – P. 46–53. (In Russian).
9. *Fraerman A.A. Skyrmion states in multilayer exchange coupled ferromagnetic nanostructures with distinct anisotropy directions / A.A. Fraerman et al. // J. Magn. Magn. Mater.* – 2015. – Vol. 393. – P. 452–456.
10. *Amerhanova A.K. Analysis of the current state of technology entrepreneurship in Russia and abroad / A.K. Amerhanova, N.S. Seliverstova // Revista San Gregorio.* – 2017. – No. 20, Special Edition. – P. 22–30.

УДК 331.101.3

С.А. ЗОЛОТОВ,
аспирант

Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОТИВИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ ГИБКИМ РЕЖИМОМ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

Аннотация. В статье исследуется потенциал мотивирования трудового поведения работников гибким режимом рабочего времени, путем анализа известных моделей менеджмента и их подтверждения практическим опытом. Установлено, что в модели А. Маслоу более полное удовлетворение потребности в безопасности в сфере труда требует гибкости рабочего времени в сторону понижения. Это обуславливает мотивирующий эффект данного режима рабочего времени. Выявлено, что реализация такого эффекта зависит от уровня удовлетворения физиологических потребностей. Продемонстрировано, что в модели А. Маслоу потребности более высокого уровня также отражаются в мотивировании гибким режимом рабочего времени. Обоснована целесообразность включения режима рабочего времени в число мотивирующих факторов в модели Херцберга. Сформулировано положение, что мотивирующая роль гибкого режима рабочего времени согласуется с теорией характеристик работы Дж. Хакмана и Г. Олдхама. Продемонстрировано, что теория гибких трудовых практик придает первостепенное значение количественной гибкости, включающей в себя гибкость режима рабочего времени. Установлено соответствие гибкого режима рабочего времени повышению квалификации и развитию компетенций работников как одной из характеристик теории совершенных трудовых практик. Выявлено, что мотивация гибким режимом рабочего времени согласуется с закономерностью его сокращения. Приведены результаты эксперимента с участием автора статьи, свидетельствующие об эффективности мотивирования гибким режимом рабочего времени.

Ключевые слова: мотивирование, гибкий режим рабочего времени, эффективная трудовая деятельность.

В условиях современной экономики усложняется содержание трудовой деятельности, усиливается необходимость в ответственном и творческом отношении к труду, повышается уровень технической оснащенности рабочих мест, появляются новые виды профессиональной деятельности, что обуславливает стремление работников к повышению квалификации и профессиональной переподготовке. Также возрастает также потребность работников в осуществлении своего интеллектуального и физического развития [18], в полноценном общении с семьей и т. д. в рамках нерабочего времени. Справедливо отмечается, что свободное время находится в диалектическом единстве с рабочим временем и влияет на него [3, 4, 8]. Все это предполагает, в том числе, и соответствующую модификацию режима рабочего времени с учетом возможностей научно-технического прогресса.

Подобная модификация не является только следствием динамичных изменений в экономике. Она связана с реализацией развивающихся

потребностей работников и в таком качестве обладает мотивирующим эффектом. Когда режим рабочего времени сознательно изменяется в направлении, отвечающем актуальным потребностям работников в профессиональной самореализации, личностном развитии, общении, происходит мотивирование к эффективной трудовой деятельности. Все это свидетельствует о насущном характере мотивирования работников режимом рабочего времени, оптимальным как с точки зрения реализации мотивов их трудовой деятельности, так и возможностей современной экономики.

Гипотеза нашего исследования состоит в том, что в современных условиях в мотивировании трудового поведения повышается роль гибкого режима рабочего времени.

Для проверки гипотезы будет использован анализ соответствующих теоретических моделей, статистических данных и фактов, применен метод наблюдения за трудовым поведением работников в условиях изменения режима рабочего времени.

Режим рабочего времени можно рассматривать как порядок распределения нормы рабочего времени в течение определенного периода. Согласно Трудовому кодексу РФ, режим рабочего времени должен предусматривать, наряду с прочими характеристиками, продолжительность рабочей недели и ежедневной работы (смены) [7]. В Трудовом кодексе особо выделяются такие режимы рабочего времени, как ненормированный рабочий день, работа в режиме гибкого рабочего времени, сменная работа, суммированный учет рабочего времени, разделение рабочего дня на части.

На наш взгляд, ключевой характеристикой режима рабочего времени является его продолжительность в рамках всех периодов трудовой активности. Изменение этой продолжительности, при прочих равных условиях, отражается на каждом элементе системы. Одно дело – двухсменная работа в промышленности по двенадцать часов, другое – по восемь. Первый режим типичен для конца XIX в., второй – для производства с использованием современных технологий.

Надо отметить, что в литературе по менеджменту понятие «гибкость» применительно к режиму труда понимается более широко, чем в Трудовом кодексе России. По сути, оно охватывает все режимы, отличающиеся от стандартных. Так, например, Т. Данлон и Д. Роллинсон рассматривают в качестве разновидностей гибкой работы не только режим «гибких часов», соответствующий норме ТК РФ о работе в режиме гибкого рабочего времени, но и практику четырех-, пятидневной рабочей недели, и систему работы в режиме неделя с четырьмя рабочими днями по девять часов и тремя выходными + неделя с четырьмя рабочими днями по девять часов, одним восьмичасовым рабочим днем и двумя выходными [16]. Представляется, что более широкий поход к определению гибкого рабочего времени вполне приемлем в рамках проблематики менеджмента.

Мотивирование, на наш взгляд, можно понимать как принятие управлеченческих мер по обеспечению наиболее эффективного использования кадрового потенциала с учетом потребностей самих работников и экономической целесообразности. Мотивирование эффектив-

но, если оно адекватно мотивам как внутренним побудителям трудовой деятельности работников.

Мотивирование трудовой деятельности изменением режима труда можно, на наш взгляд, обосновать, опираясь на ряд теоретических моделей, прежде всего – предложенную А. Маслоу [5]. Потребность в безопасности, представленная в этой модели, безусловно, распространяется и на безопасность в сфере труда. Продолжительность рабочего времени непосредственно на нее влияет. Так, например, чем меньше продолжительность рабочего времени, тем меньше работник подвергается воздействию неблагоприятных факторов рабочей среды, тем ниже риск получить производственную травму из-за потери концентрации вследствие утомления.

Установлено, что в США уровень травматизма у работников, отрабатывающих по 31–40 ч в неделю, составляет 2,45 травмы на 100 человек. Если продолжительность рабочей недели превышает 60 ч, то уровень травматизма возрастает до 4,34 случаев [24]. В рамках того же исследования была выявлена зависимость уровня травматизма от продолжительности сна, которая во многом определяется спецификой режимов рабочего времени. Если ежедневный сон не превышает пяти часов, что отражает неоптимальное количество рабочих часов, то уровень травматизма достигает 7,89 %. Сну длительностью девять часов в сутки соответствует 2,22 случая травматизма в расчете на 100 работников.

Отсюда следует, что сокращение продолжительности рабочего времени активно воздействует на потребность в безопасности и в таком качестве выступает средством мотивирования работника к повышению трудовой отдачи. Также это позволяет снизить издержки работодателя, связанные с компенсацией работникам утраты трудоспособности.

Потребность в безопасности – не единственная в системе врожденных потребностей. Исходной в этой системе выступают физиологические потребности. Если уменьшение рабочего времени сопряжено с понижением заработной платы, то возникает угроза материальному благополучию работника и его семьи.

Возникающий конфликт потребностей может быть разрешен в пользу потребностей существования, что нивелирует позитивный эффект мотивирования рабочим временем.

Более того, неудовлетворенность физиологических потребностей, например, вследствие низкой зарплаты, способна побуждать работников к сверхурочной работе, работе в выходные и праздничные дни в расчете на увеличение заработка. Возникает парадоксальная ситуация, когда менеджеры мотивируют работников увеличением рабочего времени, используя недопуск к такой работе как своего рода санкцию, например, по отношению к слишком требовательным подчиненным.

Тот факт, что удлинение рабочего времени происходит по инициативе самих работников, не отменяет его негативного влияния на безопасность труда, состояние здоровья и т. д. Полагаем, что такое мотивирование, в конце концов, теряет свою эффективность, так как способность организма переносить растущие трудовые нагрузки не безгранична.

Гибкость рабочего времени в сторону понижения куда перспективнее, поскольку ведет к улучшению положения работников. Для того чтобы мотивирование снижением рабочего времени не вступало в противоречие с потребностями существования, необходимо осуществлять его с сохранением уровня заработной платы. Собственно, так и происходило на практике, особенно если рассматривать динамику рабочего времени и заработной платы в экономически развитых странах в течение десятилетий.

Вместе с тем при достижении высокого уровня материального благосостояния работников ценность свободного времени возрастает для них настолько, что ради его увеличения они готовы на пропорциональное понижение заработной платы. Об этом, например, свидетельствуют опросы немецких работников [10].

По нашему мнению, из этого следует, что необходимо более активно использовать режим рабочего времени для мотивирования современных работников, а не превращать в правило уменьшение рабочего времени с пропорциональным урезанием зарплаты. Если идти по второму пути, то рано или поздно даст знать

о себе ущерб, нанесенный благосостоянию работников.

Режим труда влияет еще на одну составляющую модели А. Маслоу – на потребность в принадлежности к социальной группе. Несомненно, при меньшей продолжительности рабочей смены улучшаются отношения как между самими работниками, так и между работниками и менеджерами. Помимо этого позитивного эффекта, непосредственно в сфере труда сокращение рабочего времени способствует улучшению баланса между трудом и личной жизнью [2, 23]. Работники получают возможность уделять больше времени семье, общению с друзьями, т. е. полнее реализовывать свою потребность в принадлежности к социальным группам. В силу единства сторон человеческой личности подобный эффект, в свою очередь, положительно отражается на трудовой мотивации. В этом отношении показательные данные эксперимента по сокращению продолжительности смены для медсестер с девяти до шести часов, без понижения заработной платы [9]. Полученные результаты свидетельствуют о его позитивном влиянии не только на качество сна, интеллектуальную активность и здоровье работников, но и на социальные аспекты их жизни.

С точки зрения баланса «работа – личная жизнь» значима работа в режиме гибкого рабочего времени, даже без изменения суммарного количества отработанных часов. Это, например, позволяет женщинам уделять больше времени своим детям. Исследования, проведенные С. Глэйзером, выявили, что уровень стресса у работников предприятий с жестким графиком работы выше, чем у работников с гибким графиком [17]. Р. Таунсенд также считает, что гибкий режим рабочего времени более эффективен [6].

Исследования по влиянию продолжительности рабочего времени на взаимоотношения и удовлетворенность отношениями пар выявили, что чрезмерно длительная работа одного из партнеров воспринимается негативнее, чем частичная занятость. Работники желали бы больше времени уделять семье, чем работе, баланс «семья – работа» сместился в сторону семьи. При этом 60 % опрошенных женщин и 75 %

мужчин заявили, что работают в режиме рабочего времени, который их не устраивает в достаточной мере [26]. Все это говорит о необходимости использовать мотивирование рабочим временем для удовлетворения потребности в принадлежности.

Гибкость режима труда отражается и на потребностях более высокого уровня в модели А. Маслоу. Потребность в признании полнее удовлетворяется, когда работник качественнее трудится в рамках рабочего дня (рабочей недели) меньшей продолжительности. Самореализация человека в труде также предполагает рабочее время менее продолжительное, чем установлено законодательством. Так, К. Эрикссон установил, что специалисты, достигающие высоких целей, работают 21–35 ч в неделю, но не более 3–5 ч в день, считая такой объем труда оптимальным [22].

Тем самым, использование модели А. Маслоу позволяет обосновать высокую значимость мотивирования работников гибким режимом рабочего времени.

В известной двухфакторной концепции Ф. Херцберга условия труда относятся к гигиеническим, а сам труд – к мотивирующему факторам [20]. Представляется обоснованным отнести режим рабочего времени к собственным характеристикам труда, поскольку условия труда характеризуют среду, в которой осуществляется трудовой процесс. Тогда, совмещая двухфакторную модель Ф. Херцберга с результатами анализа модели А. Маслоу, можно утверждать, что сокращение рабочего времени как проявление гибкости его режимов обладает эффектом, мотивирующим работников к результативному труду.

Теория характеристик работы, разработанная Дж. Хакелманом и Г. Олдхамом, не рассматривает режим рабочего времени в качестве одной из значимых характеристик [19]. Но, наш взгляд, такой режим в определенной мере влияет на них. Так, удовлетворенность от содержания трудовой деятельности зависит от продолжительности труда. Для работника чрезмерно длительный труд обесценивается по своей значимости. При соблюдении меры, отвечающей нормальной потребности, роль содержательно-

го труда как мотивирующего фактора проявляется в полной мере.

Если в предыдущей теории мотивирующее влияние режима рабочего времени имеет косвенный характер, реализуясь через другие параметры труда, то в концепции гибких трудовых практик такое мотивирование выходит на первый план. Так, ряд авторов разграничивает три формы гибкости подобных практик: количественную, функциональную и гибкость по издержкам [25]. Количественная как раз и подразумевает варьирование количеством часов рабочего времени. Исходя из рассмотрения предыдущих моделей мотивирования, можно предположить, что уменьшение количества отрабатываемых часов, при прочих равных условиях и, прежде всего, сохранении имеющегося уровня заработной платы, мотивирует работников к эффективной трудовой деятельности.

К концепции гибких трудовых практик близка теория совершенных трудовых практик [11]. Она включает в себя, наряду с прочими направлениями, повышение квалификации и развитие компетенций работников. Очевидно, что сокращение рабочего времени без понижения заработной платы позволяет эффективнее осуществлять эту трудовую практику.

Разумеется, использование в менеджменте данного мотиватора было бы нерациональным, если бы отсутствовала закономерность уменьшения рабочего времени. Существует много исследований зарубежных и отечественных авторов, обосновывающих действие такой закономерности на протяжении последнего столетия в целом и недавних десятилетий включительно [1, 12, 13, 14, 15, 21]. В этих исследованиях показано также, что сокращение рабочего времени на основе повышения производительности труда совместимо с увеличением не только зарплаты, но и прибыли.

С этими обобщениями согласуются результаты эксперимента, проведенного с участием автора статьи летом 2018 г. в одном из магазинов большого формата в Нижегородской области. Цель исследования состояла в том, чтобы определить продолжительность рабочего дня кассиров (численностью 6 человек), соответствующую максимальной трудовой отдаче.

Результативность работы кассиров измерялась, как это принято, количеством «пиков», т. е. нажатий на дисплей кассового аппарата. Трем кассирам было предложено отработать 6 ч, а после этого идти домой. Им было гарантировано, что их зарплата за день не будет снижена. Они, за исключением одного человека, обычно трудились с результативностью, приблизительно одинаковой с эффективностью кассиров, входивших в контрольную группу. Участники эксперимента не должны были сообщать о нем своим коллегам, которые работали в обычном режиме, т. е. по 12 ч. Результаты эксперимента представлены в табл. 1.

Таблица 1
Сравнительные результаты работы кассиров при 6-часовом и 12-часовом рабочем дне

	Число «пиков» за рабочий день	Сек. / 1 «пик»
Работавшие 6 ч		
Кассир 1	2242	9,6
Кассир 2	2725	7,9
Кассир 3	2102	10,3
Среднее значение	2356	9,3
Работавшие 12 ч		
Кассир 4	3560	12,1
Кассир 5	2729	15,8
Кассир 6	3210	13,5
Среднее значение	3166	13,8

Как видно из приведенных данных, при работе в течение 6 ч кассиры выполнили меньшее количество «пиков», чем работавшие по 12 ч (хотя один из участников эксперимента всего 4 «пика» уступил самому медлительному из кассиров, отработавших 12 ч). При этом среднее количество «пиков» оказалось меньше на 25,6 %, а отработанное время – на 50 %. Следовательно, произошло резкое повышение эффективности труда кассиров. Такое повышение равнозначно сокращению времени, которое покупатели тратили на стояние в очереди в кассу. Произошло улучшение качества обслуживания. Вот почему в итоге эксперимента руководство магазина решило перевести работников кассы на восьмичасовой рабочий день, при пятидневной рабочей неделе. Показательно, что

до перехода на 8-часовой рабочий день магазин отставал по товарообороту на 12% от плановых показателей. После перехода товарооборот вырос на 15 %, план был перевыполнен. Сокращение рабочего дня без понижения заработной платы оказалось экономически обоснованным.

Таким образом, как показывает проведенное исследование, во многих известных концепциях менеджмента содержатся теоретические основы для использования гибкого режима рабочего времени в целях мотивирования работников к эффективному труду. Эти теоретические соображения подтверждаются практическим опытом. Приоритетное значение имеет гибкость продолжительности рабочего времени в сторону понижения. Данный способ мотивирования становится все актуальнее с учетом возрастания значимости содержания труда и ценности свободного времени.

В дальнейшем целесообразно проанализировать потенциальный мотивирующий эффект перехода к четырехдневной рабочей неделе, перспектива которого обсуждается в правительстве, бизнес-сообществе и профсоюзах.

Литература

1. Былинская А.А. Продолжительность рабочего времени: динамика и тенденции // Экономика, экология и общество России в 21-м столетии: сборник научных трудов 17-й Международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 19–20 мая 2015 г.) / отв. ред. В.Р. Окороков. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, 2015. – С. 134–141.

2. Качество и уровень жизни населения в новой России (1991–2005 гг.) / И.С. Горлов, А.А. Гулюгина, Н.А. Денисов и др. / науч. рук. В.Н. Бобков. – М.: Всероссийский центр уровня жизни, 2007. – 719 с.

3. Захарова А. Свободное время как социокультурное явление // Международный культурологический журнал. – URL: <http://harmony.rusigi.dunya.az/rus/archiveru.aler.asp?s=1@htxtid=96> (дата обращения: 01.08.2019).

4. Золотов А.В. Диалектика свободного развития работника. – Н. Новгород: Издательство Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, 2001. – 90 с.

5. Маслоу А. Мотивация и личность / пер. с англ. Т. Гутмана, Н. Мухиной. – 3-е изд. – М. [и др.]: Питер, 2003. – 351 с. – (Мастера психологии).

6. Таунсенд Р. Сломай систему! Лекарство от управлеченческой изжоги / пер. с англ. Е. Рыковой, А. Залесовой. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 198 с.
7. Трудовой кодекс Российской Федерации. – М.: Омега-Л, 2019. – 230 с.
8. Фахрутдинова Е.В. Качество свободного времени как показатель оценки качества жизни населения // Экономические науки. – 2013. – № 12. – С. 80–83.
9. Akerstedt T., Olsson B., Ingred M., Holmgren M., Kecklund G. A 6-hour working day – effects on health and well-being // Journal of Human Ergology, 30(1-2), 2001. – P. 197–202.
10. Bell L.A., Freeman R.B. The incentive for working hard: explaining hours worked differences in the US and Germany // Labour Economics, 8, 2001. – P. 181–202.
11. Boddy D. Management: An Introduction. – 7th ed. – London: Pearson, 2017. – 703 p.
12. Bosch G., Lehndorff S. Working-time reduction and employment: experiences in Europe and economic policy recommendations // Cambridge Journal of Economics, 25, 2001. – P. 209–243.
13. Chung H., Tijens K. Working time flexibility components and working time regimes in Europe: using company-level data across 21 countries // International Journal of Human Resource Management. – Vol. 24, no. 7, 2013. – P. 1418–1434.
14. Coote A., Franklin J., Simms A. 21 hours: why a shorter working week can help us all to flourish in the 21st century. – London: New Economics Foundation, 2013.
15. Costa D.L. The wage and the length of the work day: from the 1890s to 1991 // Journal of Labor Economics, 18(1), 2000. – P. 156–181.
16. Dundon T., Rollinson D. Understanding employment relations. – London: McGraw-Hill, 2011. – 465 p.
17. Glazer S. Six of one, half a dozen of the other: problems with working fixed and rotating shifts // International Journal of Stress Management. – Vol. 12, no. 2, 2005. – P. 142–163.
18. Goldstein K. The organism: a holistic approach to biology derived from pathological data in man. – N.Y.: Zone Books, 2000. – 424 p.
19. Hackman J.R., Oldham J.R. Motivation through the design of work // Organizational Behavior and Human Performance, 16, 1976. – P. 250–279.
20. Herzberg F. One more time: how do you motivate employees? // Harvard Business Review, 46(1), 1959. – P. 53–62.
21. Hoskins C. Is the 6-hour day feasible? // Forbes. – Vol. 28, Is. 1, 1931. – P. 16–28.
22. Kenyon G. Is it true that working full time is bad for your brain? // BBC Capital from the 2016 August the 4th. – URL: <https://www.bbc.com/russian/vert-cap-36966164> (дата обращения: 01.11.2019).
23. Lakey G. Viking economics: how the Scandinavians got it right – and how we can, too. – N.Y.: Melville House, 2016. – 287 p.
24. Lombardi D., Folkard S., Willets J., Smith S. Daily sleep, weekly working hours, and risk of work-related injury: US national health interview survey (2004–2008) // Chronobiology International, 27(5), 2010. – P. 1013–1030.
25. Whyman P.B., Bainbridge M.J., Buraimo B.A., Petrescu A.I. Workplace flexibility practices and corporate performance: evidence from the British private sector // British Journal of Management, Vol. 26, Is. 3, 2015. – P. 347–364.
26. Wunder C., Heineck G. Working time preferences, hours mismatch and well-being of couples: Are there spillovers? // Labour Economics, 24, 2013. – P. 244–252.

Информация об авторах

Золотов Сергей Александрович, аспирант, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского.

E-mail: szolotov96@gmail.com

**S.A. ZOLOTOV,
Graduate student**

National Research Nizhny Novgorod State University n.a. N.I. Lobachevsky

LABOR MOTIVATION OF WORKERS BY THE USAGE OF FLEXIBLE REGIME OF THE WORKING HOURS

Abstract. The article explores the potential of work behavior when motivating the workers by usage of flexible working hours. Well-known management models have been analyzed and confirmed with practical experience. It is established that in A. Maslow's model more complete satisfaction of the need for security as applied to the world of work requires flexibility of working time downward. This fact determines the motivating effect of this regime of working time. It was revealed that the implementation of such an effect depends on the level of satisfaction of physiological needs. It is demonstrated that the needs of a higher level in A. Maslow's model are also reflected in motivation by the usage of flexible working time regime. The expediency of including the working time regime among the motivating factors in the Herzberg model is substantiated. The position is formulated that the motivating role of a flexible working time regime is consistent with the theory of the characteristics of the work of J. Hackman and G.R. Oldham. It has been demonstrated that the theory of flexible labor practices attaches paramount importance to quantitative flexibility, including the flexibility of working hours. The compliance of the flexible working time regime with the advanced training and the development of employees' competencies has been established as one of characteristics of the theory of perfect labor practices. It was revealed that motivation by a flexible regime of working hours is consistent with the regularity of a reduction in working hours. The results of an experiment with the participation of the author of the article are given. They have testified the effectiveness of motivation by a flexible working time regime.

Keywords: motivation, working hours, effective work.

Reference

1. *Bylinskaya A.A.* The duration of working hours: dynamics and tendencies / A.A. Bylinskaya // Economics, ecology and society of Russia in the 21st century. Collection of scientific works of the 17th International scientific and practical-conference. Ed. B.R. Okorokov. – 2015. – P. 134–141.
2. *Bobkov V.N.* Quality and level of life of the population in new Russia (1991–2005) / V.N. Bobkov (head of the authors group), I.S. Gorlov, A.A. Gulyugina et al. – M.: VCUZH, 2007.
3. *Zaharova A.* Free time as socio-cultural phenomenon // International cultural journal / A. Zaharova. – URL: <http://harmony.rusigi.dynya.az/rus/archiveru.aler.asp?s=1@htxtid=96> (date accessed: 01.08.2019).
4. *Zolotov A.V.* Dialectics of a worker free development / A.V. Zolotov. – N. Novgorod: Izd-vo NNGU, 2001. – 90 p.
5. *Varshavskaya E.* On flexibility of working hours on the Russian labour market / E. Varshavskaya // Man and labour. – 2012. – No. 11. – P. 36–39.
6. *Maslou A.* Motivation and personality. 3^d ed. / A. Maslou. – SPb.: Piter, 2003. – 352 p. – (Series “Masters of psychology”).
7. *Taunsend*: translated from Eng. – M.: Al'pina Biznes Buks, 2008. – 198 p.
8. Labour Code of the Russian Federation. – M.: Omega-L, 2019. – 230 p.
9. *Fahrutdinova E.V.* Quality of free time as an indicator of estimation of the population level of life / E.V. Fahrutdinova // Economic sciences. – 2013. – No. 12. – P. 80–83.
10. *Akerstedt T.* A 6-hour working day effects on health and well-being / T. Akerstedt, B. Olsson, M. Ingre, M. Holmgren et al. //Journal of Human Ergology [J. Hum Ergol (Tokyo)] 2001, Dec. – Vol. 30 (1-2). – P. 197–202.
11. *Bell L.A.* The incentive for working hard: explaining hours worked differences in the US and Germany / L.A. Bell, R.B. Freeman // Labour Economics. – 2001. – No. 8. – P.181–202.
12. *Boddy D.* Management. An Introduction / D. Boddy. – 7th edition. – Pearson. 2017. – 703 p.
13. *Bosch G.* Working-time reduction and employment: experiences in Europe and economic policy recommendations / G. Bosch, S. Lehndorff // Cambridge Journal of Economics, 2001, 25. – P. 209–243.
14. *Chung H.* Working time flexibility components and working time regimes in Europe: using company-level data across 21 countries / H. Chung, K. Tijens // The International Journal of Human Resource Management, 2013. – Vol. 24, no. 7. – P. 1418–1434.

15. *Coote A.* Why a shorter working week can help us all to flourish in the 21st century / A. Coote, J. Franklin, A. Simms. – London: New Economics Foundation.
16. *Costa D.L.* The Wage and the Length of the Work Day: From the 1890s to 1991 / D.L. Costa // Journal of Labor Economics. – 2000. – Vol. 18. – P. 156–181.
17. *Dundon T.* Understanding employment relations / T. Dundon, D. Rollinson. – McGraw – Hill Education, 2011. – 465 p.
18. *Glazer S.* Six of One, Half a Dozen of the Other: Problems With Working Fixed and Rotating Shifts / S. Glazer // International Journal of Stress Management. – 2005. – Vol. 12, no. 2. – P. 142–163.
19. *Goldstein K.* The organism: A Holistic Approach to Biology Derived from Pathological Data in Man / K. Goldstein; foreword by Oliver Sacks. – New York: Zone Books, 2000. – 424 p.
20. *Hacleman J.R.* Motivation through the design of work / J.R. Hacleman, J.R. Oldham // Organizational behavior and human performance. – Vol. 16. – 1976. – P. 250–279.
21. *Herzberg F.* One more time: how do you motivate employees? / F. Herzberg // Harvard Business Review, 1959. – Vol. 46, no. 1. – P. 53–62.
22. *Hoskins C.* Is the 6-Hour Day Feasible? / C. Hoskins // Forbes; 7/1/1931. – Vol. 28. – Is. 1. – P. 16–28.
23. *Kenion G.* Is it true that working full time is bad for your brain? / G. Kenion // BBC Capital from the 2016 August the 4th. – URL: <https://www.bbc.com/russian/vert-cap-36966164> (date accessed: 01.11.2019).
24. *Lakey G.* Viking Economics. How the Scandinavians Got it Right – and How We Can, Too / G. Lakey. – Melville House Publishing, 2016. – 287 p.
25. *Lombardi D.* Folkard S. Willets J. Smith S. Daily sleep, weekly working hours, and risk of work-related injury: US National health interview survey (2004–2008) / D. Lombardi // Chronobiology International, 27(5): 1013–1030. – 2010.
26. *Whyman P.B.* Workplace flexibility practices and corporate performance: Evidence from the British private sector / P.B. Whyman, M.J. Baimbridge, B.A. Buraimo, A.I. Petrescu // British Journal of Management. – Vol. 26 (3). – P. 347–364.
27. *Wunder C.* Working time preferences, hours mismatch and well-being of couples: Are there spillovers? // Labour Economics. – 2013. – P. 244–252.

УДК 316.3

Ч.И. ИЛЬДАРХАНОВА,
доктор социологических наук

Центр семьи и демографии Академии наук Республики Татарстан

О.Н. КАЛАЧИКОВА,
кандидат экономических наук

Вологодский научный центр Российской академии наук

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЯ «ГЕНЕРАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ МУЖЧИН»: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ГЕНДЕРНОГО ПОДХОДА

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта

*«Генеративное поведение российских мужчин в условиях демографического кризиса:
«Приволжский и Северо-Западный округа РФ (сравнительный анализ)» № 19-011-00644.*

Аннотация. Новые вызовы для демографической политики России связаны с поиском работающей в текущих условиях концепции, объясняющей динамику населения и рождаемости с учетом поведенческих факторов. В свою очередь, демографическое поведение требует социологического понимания в определении закономерностей и детерминант. В данном исследовании предпринята попытка осмысливать связь воспроизводства населения и социального воспроизводства, реализуемых через репродуктивное поведение и родительство, объединенные дефиницией «генеративное поведение». Особая значимость позиции мужчины при планировании семьи, его роль отца определили выбор гендерного подхода к исследованию генеративного поведения мужчин. В работе рассмотрены смыслы и отцовские практики, обусловленные нормативной (гегемонной, патриархатной) маскулинностью, определяющие связь понятий «настоящий мужчина» и «хороший отец». Кризис гегемонной маскулинности стал следствием объективных причин – отсутствием мужского воспитания в неполных семьях, предъявлением новых требований к мужчине, в том числе как к отцу, утратой гарантированных социально-статусных и экономических преимуществ, мобильностью гендерных ролей и семейных обязанностей. Вследствие размытования представлений об истинной маскулинности происходит дезориентация мужчин (как и женщин) при гендерной идентификации себя и детей.

Ключевые слова: генеративное поведение, мужчины, репродуктивное поведение, отцовство, гендер, маскулинность.

Введение

Демографическое развитие России в XX в. поставило новые вызовы перед властью и обществом. Практически двукратное снижение рождаемости при сохранении относительно высокой смертности привело к сокращению численности населения, которое при сохранении данных трендов неизбежно и в дальнейшем [1]. Новая волна депопуляции после относительно благополучных лет начала XXI столетия показала важность актуальных подходов, позволяющих выявить закономерности и детерминанты управляемого фактора воспроизводства населения – демографического поведения. Понимаемое демографией внутрисемейное регулирование рождаемости

опирается на общественные трансформации, изучаемые социологией. В исследовательском поле социodemографической школы представлены недемографические факторы, выявляемые с помощью социологических методов. Речь идет о социальных ролях, смыслах и практиках супружества и родительства.

Методология

На наш взгляд, расширение междисциплинарности возможно через введение нового смысла известного термина «генеративное поведение», которое будем понимать как систему отношений и действий, связанных с рождением и воспитанием детей, основанную на представлениях (установках) о числе и качествах

детей, социальной роли родителей, усвоенных и конструируемых в процессе жизнедеятельности. Отталкиваясь от демографического понятия «воспроизведение населения», предлагающего замещение родительских поколений поколениями детей, учитывая не только количественное, но и качественное измерение поколения как социальной общности, генеративное поведение понимается как совокупность репродуктивного поведения и реализации родительства, целью которого является «генерация» людей нового поколения, не только усвоившего родительский опыт, но и способного к конструированию собственной реальности (рис. 1).

В рамках гендерного подхода оно связано, в первую очередь, с социальной ролью отца и матери, связанных с ними взаимодействиях и практиках. Ведущий российский исследователь гендерна И.С. Кон определил его природу и связь с полом и репродуктивным поведением следующим образом: «В репродуктивном процессе (продолжение рода) мужчина и женщина выступают как противоположные, альтернативные, взаимоисключающие и взаимодополнительные начала. Многие другие различия выглядят менее определенными, изменчивыми, даже факультативными. Конкретные мужчины и женщины бывают разными и по своему физическому облику, и по своим психическим свойствам, и по своим интересам и занятиям, а наши нормативные представления о «муже-

ственности» (маскулинности) и «женственности» (фемининности), хотя и отражают некие реалии, в целом являются не чем иным, как стереотипами общественного сознания» [6].

Принцип формирования гендерных ролей, их межпоколенной трансляции и изменчивости в процессе социализации изложен И.С. Коном в статье «Гендер и маскулинность, сыновья и отцы» [5].

О.В. Котлярова в статье «Мужественность и женственность, маскулинность и фемининность как фундаментальные свойства в формате гендеристики» [7] обращает внимание на два важных аспекта – нетождественность мужественности и маскулинности и сформулированный И.И. Булычевым методологический принцип взаимосвязи маскулинности и фемининности как атрибутов гендерной реальности – закон их дополнения. Первое наблюдение представляется весьма существенным: в российском социокультурном поле «мужественность» – черта ментальная, проявление которой легитимно в общественном сознании и для мужчин, и для женщин. Второе может быть понято двояко: с одной стороны, закон дополнения закрепляет различие между маскулинностью и фемининностью, с другой – их комплементарность, т. е. они являются частью одного целого.

Из вышеизложенного вытекает сразу несколько гипотез, требующих проверки при изучении генеративного поведения.

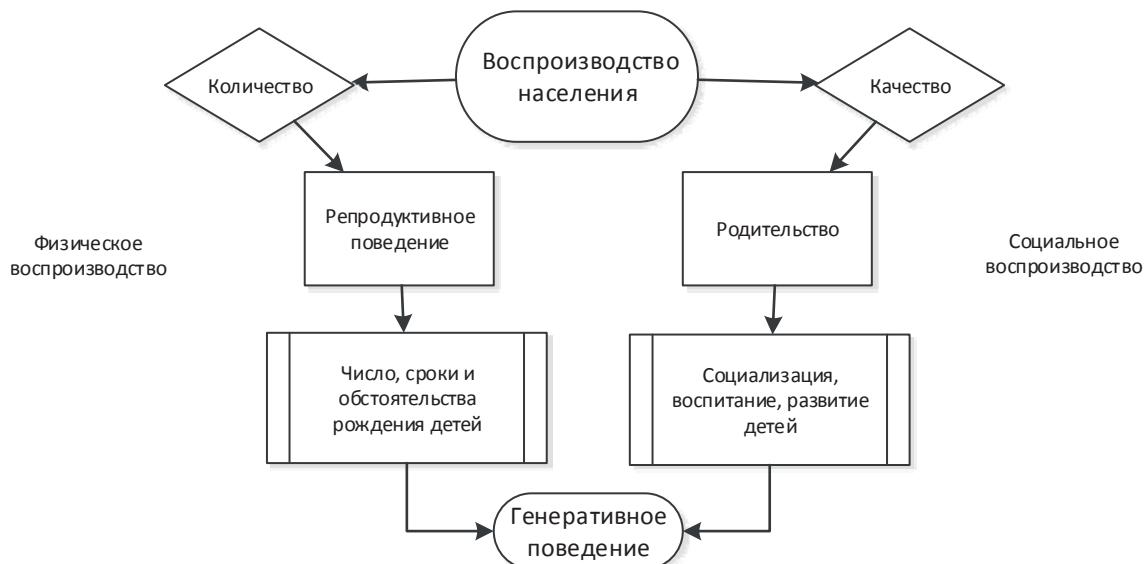


Рис. 1. Авторская интерпретация генеративного поведения: социодемографический подход

Гендер подразумевает дифференциацию, изначально обусловленную наличием неких представлений о качествах, которыми должны обладать мужчина и женщина. Этот набор качеств и определяется как маскулинность и феминность. Среди их атрибутов присутствует и родительство, при различных обстоятельствах наполняемое разными смыслами и оценками. С точки зрения социальных ролей (в позитивной коннотации) это – «хороший отец» и «настоящий мужчина».

Феминность и маскулинность – феномены различающиеся и дополняющие друг друга. В нашем случае речь пойдет о парах «настоящий мужчина – настоящая женщина» и «хороший отец – хорошая мать».

Представления о «настоящем мужчине» исследователи связывают с пониманием некоторого норматива, стандарта, сформированного и транслируемого от поколения к поколению – гегемонная, или нормативная, традиционная маскулинность. Е.В. Сухушиной, М.О. Абрамовой и А.Ю. Рыкун систематизировали подходы к определению гегемонной маскулинности [9] и пришли к выводу, что они вполне соглашаются. Авторы приводят подход Р. Бреннона, изложенный в работе И.С. Кона «Мужчина в меняющемся мире» и работах Э. Гиддена, дополняют набор черт гегемонной маскулинности обязательной гетеросексуальностью и позицией власти. Согласно взглядам Р. Бреннона, отличительными чертами настоящего мужчины являются:

1. Необходимость отличаться от женщины. Мужчина никоим образом и ни в чем не должен уподобляться женщине. Как его внешний облик, так и его социальные практики принципиально отличны от женского внешнего вида и типов деятельности.

2. Постоянная соревновательность – стремление быть лучше других. В социальном плане мужчина не должен находиться в покое, его состояние – это состояние движения и борьбы.

3. Мужчина должен быть сильным и не должен проявлять слабость. Речь идет как о физической силе, так и эмоциональной. Мужчина не только должен уметь физически защитить себя и своих близких, но и не должен проявлять эмоций, связанных в общественном сознании

со слабостью. Неслучайно широкое распространение получило выражение «мальчики не плачут», а единственной эмоцией, легкодоступной (в общественном мнении) для мужчины, является гнев.

4. Мужчина должен быть «крутым», и это значит, что он не должен бояться насилия и должен быть всегда готов принять и нанести физическоеувечье [9].

Отдельного внимания заслуживает развитие сюжета позиции власти и связанных с ним механизмов господства, угнетения и исключения. Е.А. Здравомыслова и А.А. Темкина предлагают интерсекциональный подход в анализе гендерного порядка [3]. Интерсекциональный анализ смещает фокус гендерных исследований от бинарной оппозиции мужского и женского опыта к анализу множественности гендерных позиций, порожденных комплексным действием механизмов господства и угнетения. Эти формы угнетения не действуют изолированно и независимо, они взаимно обусловливают друг друга, создавая матрицу господства – подчинения. Приоритетная задача исследований – обращать внимание на социальные позиции женщин и мужчин, образуемые механизмами угнетения и исключения [3]. Тем более что модель патриархальной гегемонной маскулинности действительно можно уличить в латентном принижении значимости и роли женщины, впрочем, как и в маргинализации групп мужчин, не обладающих набором соответствующих качеств.

Отдельный блок исследований посвящен разделению гендерных ролей и обязанностей [11–13, 15], в нем показано наличие связи между гендером и функционалом как в семейной, так и в производственной сфере.

Весьма важным аспектом в определении маскулинности является критерий социального успеха или как минимум благополучия. То есть если определенная модель (качеств и поведения) позволяет мужчине быть успешным и получать социальные и экономические бонусы, она транслируется. Однако изменение условий неизбежно ведет к кризису, а затем и изменению положения. О кризисе маскулинности социологи начали говорить с появлением неопределенности в эмпирике в связи с размы-

ванием этой самой маскулинности. Согласимся со Е.А. Здравомысловой и А.А. Темкиной в том, что речь идет о кризисе патриархальной гегемонной маскулинности. Размывание канона маскулинности обусловлено новыми требованиями к мужчине, в том числе как к мужу и отцу. Не последнюю роль в этом сыграл выход из тени «меньшинств» (мужчин, не вполне соответствующих «нормативу») и усиление позиции женщины. Принцип комплементарности привел к поиску нового равновесия в связи с изменением роли женщин, активно и успешно выполняющих «мужские» функции и роли как в обществе, так и в семье. В принципе, наблюдается мобильность гендерных ролей: мужские обязанности выполнимы женщинами, женские – мужчинами.

Произошла и утрата гарантированного преимущества, статусных и экономических бонусов ранее гегемонной маскулинности. В современном обществе соответствие патриархатному образу уже не является абсолютным гарантом успешности, тем самым снижая его привлекательность.

Маскулинность конструируется как обществом в целом, так и каждым человеком в отдельности в процессе жизнедеятельности, в том числе и осознанно, с разными целями [14]. Весьма важный аспект с точки зрения родительства – понимание некоего «образца» воспитания ребенка, в том числе будущего мужчины или будущей женщины.

В рамках гегемонии патриархатной маскулинности Э. Бадентер определил условия воспитания мальчика мужчиной [2]:

- отделение от матери, от женского начала;
- становление через боль, через насилие (обряды инициации);
- обязательное получение знания через индивидуальный контакт с мужчиной более старшим по возрасту и опытным.

В контексте исследования репродуктивного поведения и отцовства констатируем, что нормативная патриархатная маскулинность оставляет детей за границами своих главных интересов, определяя заботы о детях как «женские». А вот современные требования к мужчине вследствие нарастания эгалитарности семейных отношений подразумевают как раз «вклю-

ченное или ответственное отцовство». Вместе с тем «хороший отец» близок по функционалу к «хорошой матери», а это уже конфликт с патриархатной маскулинностью. Обобщая ряд российских исследований [9], можно выделить следующие черты современного «настоящего мужчины», унаследованные от патриархатной модели: дисциплинированность,держанность, твердость характера, сила, ум, активное преобразование мира, умение договариваться, наличие критического мышления. Здесь стоит оговориться, что такие функции, как ответственность за семью и мужские обязанности в быту, могут выполняться и женщинами. Отдельного внимания заслуживает обсуждение внешности как атрибута маскулинности. При наличии некоего набора характерных мужских черт информанты артикулируют внутреннюю мужественность, которая может быть скрыта и в не очень маскулинном облике. Главная особенность современного определения маскулинности заключается в осознании отсутствия сугубо мужских качеств. Одни и те же качества могут быть присущи в разной степени и мужчине, и женщине.

Любопытно исследование Т.Б. Сергеевой с коллегами [8] о том, что думает молодежь о «настоящих» мужчине и женщине: «И юноши, и девушки представляют настоящего мужчину как того, кто сможет защитить свою женщину, на которого можно положиться, который держит свое слово. Третье место у обоих полов заняли волевые характеристики. Юноши считают, что настоящий мужчина должен обеспечивать свою семью, в то время как девушки не уделяют такого внимания данной категории. Для девушек важно, чтобы настоящий мужчина хорошо относился к окружающим, а для юношей – имел стабильный заработок и был «мастером на все руки». И у тех, и у других слабо выражена потребность защищать и быть защищаемыми. Меньше всего внимания юноши уделили внешности, а девушки – интеллекту муниципалитета.

Представления о настоящей женщине различаются следующим образом. Как юноши, так и девушки уделяют большое внимание личностным характеристикам женщины, а именно ее доброте и воспитанности. Не остались без

внимания и внешние данные, для юношей и девушек важно, чтобы настоящая женщина была красивой и следила за собой. Но девушки видят себя в большей степени хозяйками, материами, воспитывающими детей, для юношей же это пока не так актуально. Большее внимание они уделяют тому, чтобы девушка была понимающей, любящей. Хотя сами девушки не придали особого значения этой категории. Юношам не важно, будет ли работать настоящая женщина, в то время как девушки, пусть в малой степени, но считают, что настоящая женщина должна работать. Отсутствие вредных привычек у настоящей женщины мало интересует представителей обоих полов».

Конструирование модели маскулинности увязано с возрастом. Подростки сначала разделяют усвоенный образ патриархатной маскулинности и феминности, затем приобретают опыт в условиях изменяющейся социальной реальности, и далее происходит либо подтверждение, либо отрицание, либо модернизация их представлений (что вполне согласуется с концепцией социокультурного механизма саморегуляции молодежи) [4, 10].

Результат

В рамках исследовательского проекта на территории Вологодской области и Республики Татарстан проведено 40 интервью с мужчинами, имеющими разный демографический статус. Первый этап анализа нарратива мужчин Вологодской области позволил выявить следующие особенности их генеративного поведения:

1. Ограниченнное участие в планировании семьи при нейтральном и декларативно отрицательном отношении к аборту. Заботы, связанные с контрацепцией, по факту возлагаются на женщину. Аборт признается приемлемым при различных обстоятельствах.

2. Осознанное откладывание родительства за 25 лет. Подобную позицию демонстрируют молодые мужчины, представители старшего поколения определяют необходимость рождения детей до 25 лет.

3. Осознанная включенность в воспитание детей. Наряду с активностью данной позиции, анализ реальных жизненных обстоятельств

и фактов позволяет предположить, что имеет место завышенная оценка компетентности и участия.

4. Готовность молодых мужчин заботиться о грудных детях. В отличие от старших мужчин, констатирующих неспособность к этому и утверждающих, что это не мужское дело.

5. Готовность к разумному компромиссу в распределении функций, при экономической целесообразности. Если семья получит больше материальных благ при сохранении занятости матери, молодые отцы готовы взять больничный или даже уйти в отпуск по уходу за ребенком.

В риторике отцов заметны последствия размытования патриархатной модели маскулинности, связанные с дезориентацией в выборе стратегии воспитания и девальвацией стремления вырастить будущего «настоящего» мужчину. Это проявляется в предпочтении более понятных в воспитании девочек, смешении «мужского и женского» воспитания, сознательном выборе универсального воспитания – формировании общечеловеческих качеств.

Примеры:

а) «Сначала сына хотел, потом родилась дочь, подумал: «Что и делать с этими мальчиками, девочки лучше» (мужчина, 32 года, один ребенок, в браке);

б) «Как сына ее [дочь] воспитали, а сына, похоже, сейчас воспитываем как дочь» (мужчина, 39 лет, двое детей, проживает отдельно, не разведен);

в) «Качества, которые прививаются ребенку, не зависят от пола родителя» (мужчина, 29 лет, двое детей, в браке);

г) «Не надо на пол обращать внимание, главное, чтобы по жизни потом воспитание смогло помочь» (мужчина, 28 лет, без детей, холост).

Как же видят современные мужчины ответственное отцовство? Ответственность и вовлеченность, изменение образа жизни, воспитание личным примером и обеспечение вхождения в общество ребенку – осознаваемые мужчинами смыслы ответственного родительства:

1. Ответственность:

а) «Ответственен за жизнь ребенка. В ответе за все действия ребенка» (мужчина, 49 лет, двое детей, в браке).

2. Вовлеченность:

а) «Означает ответственность, что нужно мультики смотреть, разные интересные вещи придумывать, очень много всего» (мужчина, 33 года, двое детей, житель города);

б) «Воспитание – это 24-часовое действие» (мужчина, 29 лет, двое детей, в браке, житель города);

в) «Вовлеченность в дела ребенка. Не навязывание, а именно здравая заинтересованность» (мужчина, 54 года, один ребенок, житель села).

3. Другой образ жизни. Жертвенность и борьба:

а) «Готовность изменить себя и свой образ жизни ради ребенка. Фактически «самопожертвование». Кроме того, отец в большей степени, чем мать, должен быть готов к постоянной, фактически ежедневной борьбе с обществом, с окружающими людьми ради создания условий для своей семьи (материальных, психологических и т. д.)» (мужчина, 40 лет, без детей, в сожительстве);

б) «Для меня это было бы, наверно, самым важным этапом в жизни. Но и ответственность огромная. Надо сразу забыть об инфальтильности, у тебя теперь нет возможности вести себя как подросток. Для меня роль отца – это опора для своих детей, чтобы они всегда могли к тебе обратиться за помощью» (мужчина, 24 года, без детей, холост).

4. Социализация (личный пример):

а) «Нужно обеспечить ребенку взросление, чтобы он вырос и стал самостоятельным человеком, нашел себя» (мужчина, 32 года, один ребенок, в браке).

Заключение

Таким образом, понятие «генеративное поведение» может быть использовано как объединяющее демографическую и социальную суть воспроизводства населения как социальной общности, включающее в себя репродуктивное поведение и родительство, т. е. рождение детей и воспитание новых членов общества. В рамках гендерного подхода можно констатировать пересмотр модели маскулинности в сторону смягчения параметров, возможности проявления маскулинных черт как у мужчин,

так и у женщин, стремления к нормативизации общечеловеческого набора качеств современного человека, которые следует передать будущим поколениям.

Литература

1. Антонов А.И. Современные демографические тенденции и аналитические прогнозы, проблемы семейно-демографической политики в социальном государстве // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2010. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoye-demograficheskie-tendentsii-i-analiticheskie-prognozy-problemy-semeupodemograficheskoy-politiki-v-sotsialnom> (дата обращения: 21.11.2019).
2. Бадэнтер Э. Мужская сущность. – М.: Новости, 1995. – 304 с.
3. Здравомыслова Е.А., Тёмкина А.А. Что такое «маскулинность»? Понятийные отмычки критических исследований мужчин и маскулинностей // Мониторинг общественного мнения. Экономические и социальные перемены. – 2018. – № 6. – С. 48–73. – URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring> (дата обращения: 22.11.2019).
4. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Изменяющаяся социальная реальность в кризисном российском обществе // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2017. – № 1 (49).
5. Кон И.С. Гендер и маскулинность, сыновья и отцы // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2012. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gender-i-maskulinnost-synovya-i-ottsy> (дата обращения: 12.11.2019).
6. Кон И.С. Пол и гендер. Заметки о терминах. – URL: <http://nuntiare.org>.
7. Котлярова О.В. Мужественность и женственность, маскулинность и феминность как фундаментальные свойства в формате гендеристики // Universum: Филология и искусствоведение. – 2015. – № 9-10 (22). – URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/>
8. Сергеева Т.Б., Дергунова А.А., Тептина Д.А. Исследование представлений о «настоящем мужчине» и «настоящей женщине» в юношеском возрасте // Концепт. – 2016. – Т. 11. – С. 1721–1725. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/86371.htm>.
9. Сухушина Е.В., Абрамова М.О., Рыкун А.Ю. Современные образы маскулинности // Вестник науки Сибири. – 2017. – № 4 (27). – С. 168–180.
10. Чупров В.И. Саморегуляция жизнедеятельности молодежи в культурном пространстве: концепция социокультурного механизма // Гуманитарий Юга России. – 2018. – № 4. – С. 13–25.

11. Haslam N., Rothschild L., Ernst D. Essentialist Beliefs about Social Categories // British Journal of Social Psychology, 39, 2000. – P. 113–127.
12. Lewis J. Gender and the Development of Welfare Regimes // Journal of European Social Policy, 3, 1992. – P. 159–173.
13. Cooke L.P. “Doing” Gender in Context: Household Bargaining and Risk of Divorce in Germany and the United States // American Journal of Sociology. – Vol. 112, no. 2, 2006. – P. 442–472.
14. Riabov O. Gendering the American Enemy in Early Cold War Soviet Films (1946–1953) // Journal of Cold War Studies. – Vol. 1, no. 1, 2017. – P. 193–219.
15. West C., Zimmerman D. Doing Gender // Gender and Society. – Vol. 1, no. 2, 1987. – P. 125–151.

Информация об авторах

Ильдарханова Чулпан Ильдусовна, доктор социологических наук, директор, Центр семьи и демографии Академии наук Республики Татарстан.

E-mail: chulpanildusovna@gmail.com, 89600516864

Калачикова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, заместитель директора и заведующий отделом исследования уровня и образа жизни населения, Вологодский научный центр Российской академии наук.

E-mail: onk82@yandex.ru

**CH.I. ILDARKHANOVA,
Doctor in Sociology**

Family and demography center, Tatarstan Academy of Sciences

**O.N. KALACHIKOVA,
PhD in Economics**

Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences

CONCEPTUALIZATION OF THE TERM ‘GENERATIVE BEHAVIOR OF MEN’: METHODOLOGICAL POTENTIAL OF GENDER APPROACH

Abstract. New challenges of Russian demographic policy are connected with the search of a concept that is actual in modern conditions and able to explain population and birth dynamics that takes into account behavioral factors. In its turn demographic behavior demands sociologic interpretation while defining the patterns and determinants. This research is aimed to conceptualize connection between population reproduction and social reproduction that are fulfilled by means of reproductive behavior and parenthood and united by definition ‘generative behavior’. Unique significance of a man’s position in family planning, his role as a father determined the choice of a gender approach to the study of generative behavior of men. The article covers paternal meanings and practices that are determined by normative (hegemonic or patriarchal) masculinity and define connection of definitions ‘real man’ and ‘good father’. ‘Erosion’ or crisis of hegemonic masculinity is a consequence of objective reasons – absence of male upbringing in one-parent families, new demands to a man, in particular, as a father, loss of guaranteed advantages, mobility of gender roles and family duties. As a result of erosion of views on true masculinity there occurs disorientation of men (as well as women) in the process of gender identification of parents and children.

Keywords: generative behavior, men, reproductive behavior, parenthood, gender, masculinity.

Reference

1. Antonov A.I. Modern demographic tendencies and analytical prognoses, problems of family and demographic policy in the social state / A.I. Antonov // Vestnik of Moscow university. – Series 18. Sociology and political sciences. – 2010. – No. 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-demograficheskie-tendentsii-i-analiticheskie-prognozy-problemy-semeyno-demograficheskoy-politiki-v-sotsialnom>.
2. Badenter E. Man’s essence / E. Badenter. – M.: Novosti, 1995. – 304 p.
3. Zdravomyslova E.A. What is “masculinity”? Concept of a lock pick of the critical investigations of men and masculinity / E.A. Zdravomyslova, A.A. Tyomkina // Monitoring of public opinion: Economic and social changes. – 2018. – No. 6. – P. 48–73. – URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.6.03>.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 338

Э.М. АХМЕТШИН,
старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента
Елабужский институт (филиал)
Казанского (Приволжского) федерального университета

ТЕНДЕНЦИИ И ФАКТОРЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ УНИВЕРСИТЕТОВ

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ
в рамках научного проекта № 19-29-07037.*

Аннотация. В условиях совершенствования технологических процессов и цифровизации многих сфер жизни и деятельности общества неминуемы изменения в системе и инфраструктуре образовательных организаций. Трансформация общества, индустрии и технологического уклада, несомненно, инициирует и совокупность процессов трансформации университетов. Сущность трансформации заключается не только во внедрении цифровых технологий в деятельность вузов, но и в культурных и организационных изменениях. В цифровую эпоху кардинально меняются требования к управлению и инфраструктуре университета. Возрастает важность развития цифровой инфраструктуры университета для повышения его конкурентоспособности. Цифровая трансформация должна охватывать все направления деятельности университета. Важнейшими направлениями процесса цифровизации университета должны стать: использование цифро-коммуникативных технологий в образовательном процессе; внедрение дистанционных образовательных технологий; разработка базовых информационных сервисов; создание и реализация сервисов, направленных на цифровизацию инфраструктуры и внутренних процессов университета и управления им. Результатом такой трансформации должен стать Университет 5.0 – автоматизированная, индивидуализированная платформа, на которой человек оставляет «цифровой след» и тем самым дает возможность алгоритмам подобрать для него персональную образовательную методику и траекторию. В данной статье рассмотрены основные тенденции и факторы цифровой трансформации университетов.

Ключевые слова: цифровая трансформация университета, цифровизация, Университет 4.0, цифровой университет, цифровое поколение, массовые открытые онлайн-курсы (МООК).

Цифровые технологии активно внедряются практически во все сферы жизни и деятельности людей, включая здравоохранение, безопасность, коммуникации и др. [6, 12]. Сфера образования подвержена влиянию процессов цифровизации в не меньшей степени [3, 13, 14]. Процессы цифровизации уже широко охватили систему среднего и высшего образования. Университет как главное звено системы высшего образования может стать тем самым «навигатором», который задает темп в развитии и в эффективном применении цифровых технологий в остальных сферах деятельности.

Многие университеты уже вступили в новый этап своего развития под названием Университет 4.0 [9], предполагающий комплексную цифровую трансформацию основных видов деятельности [5, 11]. Ошибочно полагать, что цифровая трансформация захватывает лишь образовательную деятельность университетов, и связывать эти процессы исключительно с развитием дистанционного образования, онлайн- обучения, МООС, SPOC, и др. современных технологий. Современный университет – это далеко не только образовательная деятельность. Цифровой трансформации должны быть подвержены и научно-исследовательская,

и инновационная, и предпринимательская деятельность, а также внутренние процессы, управление и система коммуникаций между основными стейххолдерами университета. Более подробно мы писали об этом в предыдущих наших работах [10]. Кроме того, цифровая трансформация университета невозможна и не должна проводиться без наличия и предварительной подготовки университетской инфраструктуры, технологического и программного обеспечения и персонала.

В современных условиях функции университетов существенно меняются. Университет может стать созидаательным центром, задающим темп развития новейших технологий и новых рынков, способным отвечать на глобальные вызовы, решать приоритетные задачи общества и государства, которые не всегда под силу решить организациям и предприятиям. Новый университет может стать центром проектирования концептов и стартапов, закрепляя за собой интеллектуальную собственность на разработки. Он должен быть способен окружить себя предпринимательской инфраструктурой, комплексом малых инновационных предприятий, которые способствуют ускорению процессов трансляции новейших разработок от идеи не только до промышленного образца, но и до полезного для пользователя продукта или услуги [1, 2].

Цифровой университет – это новый формат его работы, предполагающий современные, прогрессивные подходы к реализации основных видов своей деятельности. Цифровизация меняет ход процессов, способствуя повышению их эффективности, значительному росту результативности, скорости и масштабов деятельности. Многие ошибочно полагают, что цифровизация подразумевает лишь внедрение информационных технологий в деятельность университета. Цифровая трансформация невозможна без культурных и организационных изменений. Наличие и распространение цифровой культуры является неотъемлемым фактором успешности процессов цифровизации и повышения их эффективности.

Важность своевременного проведения цифровизации университета обосновывается рядом факторов:

1. Изменения в контингенте обучающихся. Современных студентов вузов можно справедливо назвать цифровым поколением (поколением Z) [4, 8]. Цифровые технологии и Интернет для современных студентов – неотъемлемая часть их жизни, то, что является для них настолько привычным, что практически постоянно применяется в повседневной жизни для самых разных целей, так что жизнь без этого уже может показаться неполноценной. Соответственно, для удержания конкурентных позиций и адаптации университета к работе с новым поколением студентов цифровизация – первоочередная и важнейшая задача [17].

2. Цифровизация и стремительное развитие онлайн-образования постепенно стирают расстояния между обучающимся и университетом, способствуя тому, чтобы студент имел возможность обучаться в университете любой страны посредством онлайн-технологий. Это может привести к тому, что важнейшими факторами конкурентоспособности университета станут: разнообразие, полнота и качество контента и онлайн-курсов, их информационная насыщенность, удобство интерфейса интерактивной платформы, многоязычность и автоматическая подстройка интерфейса и образовательной траектории под индивидуальные особенности пользователя [7]. В условиях глобализации образовательного рынка университеты получают возможность конкурировать между собой на мировом уровне. В этом случае важным фактором сохранения конкурентных позиций современного университета может стать своевременность внедрения, адаптации и развития прогрессивных технологий в его деятельность.

Развитие мирового рынка онлайн-образования характеризуется стремительным ростом числа массовых открытых онлайн-курсов (MOOK, англ. Massive open online courses, MOOC) на площадках Coursera, edX, XuetangX, Udacity, FutureLearn (рис. 1) [15].

Рост количества MOOK сопровождается ростом числа обучающихся на этих курсах пользователей, которых, по данным [16] на конец 2018 г., насчитывается уже более 101 млн человек (рис. 2).

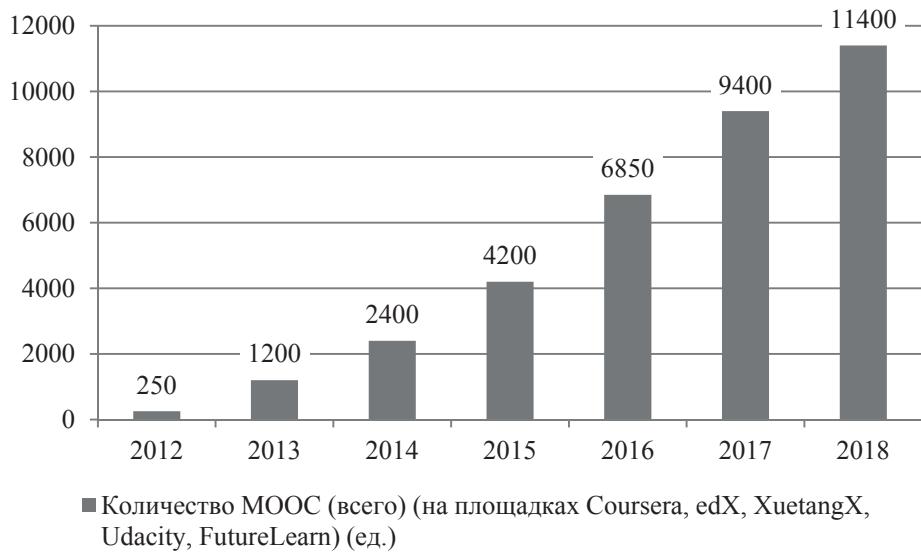


Рис. 1. Количество MOOC (всего) (на площадках Coursera, edX, XuetangX, Udacity, FutureLearn) (ед.)



Рис. 2. Динамика роста числа пользователей, обучающихся на MOOK (на площадках Coursera, edX, XuetangX, Udacity, FutureLearn) (млн. чел.)

Рост количества пользователей MOOK свидетельствует о востребованности онлайн-курсов в мировой системе образования. Университеты всего мира активно интегрируются в процесс создания и размещения своих курсов на онлайн-площадках (рис. 3).

Представленные на рис. 2 данные свидетельствуют о быстром росте количества онлайн-курсов, однако, как отмечают эксперты [16], это не означает, что полезной информации

становится больше, «курсы становятся все короче, а их расписание – более гибким. Количество слушателей увеличивается не так быстро, поэтому каждый курс получает все меньше пользователей» [16].

3. Цифровая трансформация деятельности университета позволяет существенно ускорить и сделать более удобными многие внутренние процессы, происходящие в нем. В основе данной идеологии должна находиться концепция



Рис. 3. Количество университетов, представивших свои МООК на платформах Coursera, edX, XuetangX, Udacity, FutureLearn (ед.)

«чистых» данных, предполагающая стремление к тому, чтобы максимально автоматизировать их сбор, освободить человека от необходимости введения их вручную, автоматизировать информационные и коммуникационные процессы. Одно из главнейших преимуществ, которое, на наш взгляд, будет достигнуто – это сокращение фактов ввода ошибочных данных благодаря тому, что они не будут вводиться вручную, а будут браться из баз и систем первичного учета. При этом очень важна связность данных, т. е. когда мы заносим в систему один документ или регистрируем какой-либо один процесс, то автоматически должны создаваться и регистрироваться все взаимосвязанные с ним данные и подпроцессы или параллельные процессы. В аналоговой среде мы очень часто сталкиваемся с тем, что нам приходится регистрировать одну и ту же информацию в разных документах или источниках. Но цифровая среда способна и должна предоставлять пользователям возможности автоматизации ввода и связности данных. Связность данных, первоисточником которых будут «чистые» данные, полученные из базы данных на основе объективной информации и первичных документов, позволит обеспечить объективность и достоверность информации, автоматизировать и существенно ускорить процесс сбора, передачи и анализа информации и данных, что, в свою

очередь, позволит оптимизировать процесс принятия решений.

Таким образом, в новую цифровую эпоху миссия университета меняется, что, несомненно, вызывает необходимость внутренних преобразований. Для того чтобы стать технологическим лидером, университету необходимо определить спектр наиболее востребованных технологий и стремиться развить в своей инфраструктуре исследовательские и производственные центры (лаборатории и предприятия), нацеленные на перспективные разработки в сфере новейших технологий. Также необходим квалифицированный персонал, который должен иметь предпринимательские компетенции и успешный опыт в развитии стартапов.

Литература

1. Голубецкая Н.П., Грибанов Ю.И., Репин Н.В. Трансформационные процессы предпринимательской деятельности: от индустриальной экономики до цифровой // Экономика и управление. – 2018. – № 2 (148). – С. 29–35.
2. Зеленцова Л.С., Тихонов А.И. Особенности развития наукоемких и высокотехнологичных производств в условиях цифровой трансформации // Финансовая экономика. – 2019. – № 2. – С. 19–22.
3. Иродов М.И., Коречков Ю.В. Высшее образование в цифровой экономике // Вестник евразийской науки. – 2018. – Т. 10. – № 1. – С. 13.

4. Калимуллина О.В., Троценко И.В. Современные цифровые образовательные инструменты и цифровая компетенность: анализ существующих проблем и тенденций // Открытое образование. – 2018. – Т. 22. – № 3. – С. 61–73.
5. Сафиуллин А.Р. Индустрия 4.0: терминологический анализ // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика: труды VIII Начально-практической конференции с международным участием (Санкт-Петербург, 2–4 апреля 2018 г.) / под ред. А.В. Бабкина. – СПб.: Издательство Политехнического университета, 2017. – С. 202–207.
6. Сафиуллин М.Р., Абдукаева А.А., Ельшин Л.А. Оценка эффективности цифровой трансформации экономики регионов России // Экономический вестник Республики Татарстан. – 2019. – № 3. – С. 5–12.
7. Троценко А.Н., Романова И.М. Сравнительный анализ методов оценки влияния социальной инфраструктуры на конкурентоспособность университетов // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 3-1 (68). – С. 563–569.
8. Троценко И.В., Калимуллина О.В. Российское образование в контексте цифровой экономики // Технологическая перспектива в рамках Евразийского пространства: новые рынки и точки экономического роста: материалы 3-й Международной научной конференции (Санкт-Петербург, 26–28 октября 2017 г.). – СПб.: Центр научно-информационных технологий «Астерион», 2017. – С. 404–407.
9. Gafurov I.R., Safiullin M.R., Elshin L.A. Mechanisms of higher school development in the paradigm of its global competitiveness (on the example of the Kazan Federal University) // Quid: Investigación, Ciencia y Tecnología, 1, 2017. – P. 1495.
10. Safiullin M.R., Akhmetshin E.M. Digital Transformation of Educational, Research and Business Activity of A University // International Journal of Engineering and Advanced Technology. – Vol. 9, no. 1, 2019. – P. 7391–7394.
11. Safiullin M.R., Elshin L.A. Role of higher school in the formation of the fourth industrial revolution in the Russian Federation // International Journal of Civil Engineering and Technology. – Vol. 10, no. 2, 2019. – P. 1669–1676.
12. Safiullin M.R., Abdukaeva A.A., Elshin L.A. Integrated multicomponent assessment of the blockchain technology market development in national economy of Russia // Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems. – Vol. 11, no. 8, 2019. – P. 1820–1827.
13. Vasetskaya N., Glukhov V. The Transformation of Universities in Conditions of Digitalization of National Economy // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019 – Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020. – Granada: International Business Information Management Association, 2019. – P. 8845–8851.
14. Vasetskaya N. The Features of the Process of Universities' Digitalization // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019 – Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020. – Granada: International Business Information Management Association, 2019. – P. 9652–9656.
15. Shah D. By the Numbers: MOOCs in 2018 // Class Central. – URL: <https://www.classcentral.com/report/mooc-stats-2018/> (дата обращения: 28.10.2019).
16. MOOC в цифрах: 2018 год. Ежегодный отчет Class Central // Edutainme URL: <http://www.edutainme.ru/post/%D0%9C%D0%9E%D0%9E%D0%A1-2018/> (дата обращения: 28.10.2019).
17. Сидоров Г. Цифровой университет: применение цифровых технологий в современных образовательных учреждениях // itWeek. – URL: <https://www.itweek.ru/idea/article/detail.php?ID=192831> (дата обращения: 28.10.2019).

Информация об авторах

Ахметшин Эльвир Мунирович, старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента, Елабужский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета.

E-mail: elvir@mail.ru

E.M. AKHMETSHIN,
Senior Lecturer of Department of Economics and Management
Elabuga branch of the Kazan (Volga region) Federal University

**TRENDS AND FACTORS OF DIGITAL TRANSFORMATION
OF UNIVERSITIES**

Abstract. In conditions of improving technological processes, digitalization of many areas of life and society, changes in the system and infrastructure of educational organizations are inevitable. The transformation of society, industry, and technology has undoubtedly initiated the process of transformation of universities. The essence of the transformation lies not only in the introduction of digital technologies in the activities of universities, but also in cultural and organizational changes. In the digital era, the requirements for university management and infrastructure are changing dramatically. The importance of developing digital infrastructure for increasing the competitiveness of the university is growing. Digital transformation should cover all areas of the university. The most important areas of the university digitalization process should be: the use of digital communication technologies in the educational process; introduction of distance educational technologies; development of basic information services; creation and implementation of services aimed at digitalizing the infrastructure, internal processes and university management. The result of such a transformation should be “University 5.0” – an automated, individualized platform in which a person leaving a “digital footprint” allows the algorithms to choose for him a personal educational methodology and trajectory. This article discusses the main trends and factors of digital transformation of universities.

Keywords: university digital transformation, digitalization, university 4.0, digital university, digital generation, Massive Open Online Courses (MOOCs).

Reference

1. *Golubetskaya N.P.* Transformational processes of entrepreneurial activity: from the industrial economy to the digital / N.P. Golubetskaya, Yu.I. Gribanov, N.V. Repin // Economics and Management. – 2018. – No. 2 (148). – P. 29–35.
2. *Zelentsova L.S.* Features of the development of high technology and high-tech industries in the context of digital transformation / L.S. Zelentsova, A.I. Tikhonov // Financial Economics. – 2019. – No. 2. – P. 19–22.
3. *Irodov M.I.* Higher education in the digital economy / M.I. Irodov, Yu.V. Korechkov // Bulletin of Eurasian science. – 2018. – Vol. 10. – No. 1. – P. 13.
4. *Kalimullina O.V.* Modern digital educational tools and digital competency: analysis of existing problems and trends / O.V. Kalimullina, I.V. Trotsenko // Open Education. – 2018. – Vol. 22. – No. 3. – P. 61–73.
5. *Safiullin A.R.* Industry 4.0: terminological analysis / A.R. Safiullin; edited by A.V. Babkina // Innovation Clusters in the Digital Economy: Theory and Practice Proceedings of the VIII Scientific and Practical Conference with International Participation. – 2017. – P. 202–207.
6. *Safiullin M.R.* Evaluation of the effectiveness of digital transformation of the economy of the regions of Russia / M.R. Safiullin, A.A. Abdukaeva, L.A. Yelshin // Economic Bulletin of the Republic of Tatarstan. – 2019. – No 3. – P. 5–12.
7. *Trotsenko A.N.* Comparative analysis of methods for assessing the impact of social infrastructure on the competitiveness of universities / A.N. Trotsenko, I.M. Romanova // Economics and Entrepreneurship. – 2016. – No. 3-1 (68). – P. 563–569.
8. *Trotsenko I.V.* Russian education in the context of the digital economy / I.V. Trotsenko, O.V. Kalimullina // Technological perspective within the Eurasian space: new markets and points of economic growth: Materials of the 3rd International Scientific Conference. – St. Petersburg, 2017. – P. 404–407.
9. *Gafurov I.R.* Mechanisms of higher school development in the paradigm of its global competitiveness (on the example of the Kazan Federal University) / I.R. Gafurov, M.R. Safiullin, L.A. Elshin // Quid: Investigación, Ciencia y Tecnología. – 2017. – No. 1. – P. 1495.
10. *Safiullin M.R.* Digital Transformation of Educational, Research and Business Activity of a University / M.R. Safiullin, E.M. Akhmetshin // International Journal of Engineering and Advanced Technology. – 2019. – Vol. 9. – No. 1. – P. 7391–7394.

11. *Safiullin M.R.* Role of higher school in the formation of the fourth industrial revolution in the Russian Federation / M.R. Safiullin, L.A. Elshin // International Journal of Civil Engineering and Technology. – 2019. – Vol. 10. – No. 2. – P. 1669–1676.
12. *Safiullin M.R.* Integrated multicomponent assessment of the blockchain technology market development in national economy of Russia / M.R. Safiullin, A.A. Abdukaeva, L.A. Elshin // Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems. –2019. –Vol. 11. – No 8, Special Issue. –P. 1820–1827.
13. *Vasetskaya N.* The Transformation of Universities in Conditions of Digitalization of National Economy / N. Vasetskaya, V. Glukhov // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019 – Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020. – Granada: International Business Information Management Association, 2019. – P. 8845–8851.
14. *Vasetskaya N.* The Features of the Process of Universities' Digitalization / N. Vasetskaya // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019 – Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020. – Granada: International Business Information Management Association, 2019. – P. 9652–9656.
15. *Shah D.* By The Numbers: MOOCs in 2018 / D. Shah // Class Central. – URL: <https://www.classcentral.com/report/mooc-stats-2018/> (date accessed: 28.10.2019).
16. MOOC in numbers: 2018. Class Central Annual Report // Edutainme. – URL: <http://www.edutainme.ru/post/%D0%9C%D0%9E%D0%9E%D0%A1-2018/> (date accessed: 10.28.2019).
17. *Sidorov G.* Digital University: the use of digital technologies in modern educational institutions / G. Sidorov // ItWeek. – URL: <https://www.itweek.ru/idea/article/detail.php?ID=192831> (date accessed: 10.28.2019).

МАРКЕТИНГ И ОБЩЕСТВО

УДК 330.322.5

Н.В. КАЛЕНСКАЯ,
доктор экономических наук, профессор
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Х.М. САЛИХОВ,
доктор физико-математических наук, профессор
Казанский (Приволжский) федеральный университет

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИИ НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА

Аннотация. В статье рассматривается теоретико-методологическая платформа развития территории с учетом инструментария стратегического маркетинга и маркетинга территории. Авторы статьи придерживаются одной из базовых тенденций социально-экономического развития территории, когда основу повышения инвестиционной привлекательности закладывает правильно выстроенный маркетинг территории. В статье сделан акцент на мероприятиях событийного маркетинга, формирующих «ядро» позиционирования бренда территории. Представленная модель бронирования территории позволяет выявить значимость событийного маркетинга (event-marketing) и провести анализ его влияния на инвестиционную привлекательность территории. В статье детально рассматриваются вопросы институционализации регионального развития, с выделением проблемных зон или «институциональных ловушек», снижающих эффективность территориального маркетинга имиджа, проведен анализ эффективности индивидуально-дифференцированного подхода к управлению ключевыми потенциалами развития территории, а также анализ рейтинга инвестиционного климата региона, сделан акцент на формировании ценностного предложения для потребителя территориального продукта. Кроме того, в статье рассматривается вопрос об эмоциональной составляющей для потребителя территориального продукта и анализируется то, что именно эмоциональность и рационализированность эмоции позволяют увеличить ценность бренда территории.

Ключевые слова: бренд, имидж, эмоция, территория, регион, маркетинг территории, инвестиционная привлекательность, рациональность, ценность.

Проводя анализ трендов устойчивого регионального развития, следует учитывать социально-экономические вызовы, формирующие новые отношения, возникающие в процессе формирования ценностей. Особый интерес вызывает формирование ценности территории.

Если рассматривать бинарность самого понятия «территория», то можно констатировать, что, с одной стороны, это конкретное место или точка локализации потребительского внимания, например, определенный населенный пункт, или какая-либо достопримечательность, или природный заповедник, а с другой – географические границы, защищенные правовым статусом (определенная страна).

Основоположник теории маркетинга территории А.П. Панкрухин обобщил опыт двух научных школ, по-разному трактующих сущность территориального маркетинга [1]. В работе М.Б. Кислюк и В.С. Сурнина предлагается трактовать территориальный маркетинг как «маркетинг, осуществляющийся на уровне региона, отражающий специфику и особенности того или иного региона» [2]. В книге А. Дайана «Маркетинг города» отмечается, что «...маркетинг территории, в частности города, призван улучшить ее имидж, привлечь промышленников, заставить говорить о себе...» [3].

А.П. Панкрухин предлагает разделить трактовки и выделяет два направления для исследования территориального развития:

– объектом выступает сама территория как открытая система;

– объектом выступает сам маркетинг на данной территории, таким образом, территория является базой для формирования потребительской ценности в конкретном территориальном продукте [1].

В своих исследованиях и работах А.П. Панкрухин отмечает, что конкретная территория может рассматриваться как ценностное предложение не только для внешних потребителей территориального продукта или услуги, но и для резидентов.

Таким образом, инвестирование ориентировано и на внешнего потребителя территориального продукта, и на внутреннего.

Такой подход позволяет А.П. Панкрухину рассматривать регион как производителя, ориентированного на потенциальных и латентных потребителей территориального продукта, тем самым ценностные предложения территории являются более эффективными, чем при подходе, концентрирующем внимание только внутренних потребителей [1].

Исходя из этого, нам представляется более целесообразным обратиться к опыту управления территорией как открытой системой и взять за основу модель Ч. Тибу [4]. Модель, предложенная Ч. Тибу, предполагает, что границы территории могут выступать ценностным предложением для потенциальных инвесторов или потребителей конкретной услуги, или условиями для реализации бизнес-идеи.

При этом следует учитывать, что территории в силу неоднородности базовых условий, таких, как географическое местоположение, климатическая зона, территориальное соседство, культурно-этнические особенности и т. п., изначально не могут позиционироваться с равной степенью ценностных предложений для потенциального потребителя.

Особое значение для инвестиционной привлекательности региона приобретают неформальные институты, характерные для данной территории и в определенной степени влияющие на формирование культурно-этнических расхождений в трансляции ценностей территориального продукта. Кроме того, этот фактор формирует и поведение коренного населения,

которое может рассматриваться как репутационный риск для имиджа территории.

Если рассматривать базовые идеи, заложенные в модели Ч. Тибу, можно пересмотреть вопрос о самом процессе позиционирования территории и территориального продукта на основе формирования природы ценностного предложения для потребителя. При этом мы должны точно определить целевого потребителя территориального продукта или услуги. Если речь идет об инвестиционном климате и инвестиционной привлекательности, то в этом случае надо выстраивать программу позиционирования территории с учетом минимального риска наступления политических и/или экономических потрясений для бизнеса. При этом в программу позиционирования территории необходимо закладывать такие показатели, которые отражали бы привлекательность именно этой территории. Именно по такому принципу и формируется ее имидж.

Наблюдения за процессом формирования благоприятного имиджа территории позволяют нам сделать вывод, что имидж территории формируется как комплексный показатель. При этом очень важным является то, чтобы имидж одинаково считывался как резидентами, проживающими на данной территории, так и внешними потребителями территориального продукта. В случае если внутренний потребитель демонстрирует и транслирует негативное отношение к местному (территориальному) продукту, то ни одно имиджевое мероприятие не сможет нивелировать репутационный риск. Очень важным моментом является правильная интерпретация событийного маркетинга местными жителями.

Вышеуказанные меры в конечном итоге направлены на формирование маркетинга имиджа, основная цель которого – формирование и трансляция ценности территории для укрепления положительного образа на условиях регулярности и стабильности.

Более того, мы считаем, что бренд территории, как и любой товарный бренд, должен создаваться под конкретные ожидания потребительской целевой аудитории.

Как отмечают российские и зарубежные исследователи бренда и бренд-идеологии, в по-

следнее время само понятие «бренд» стало трактоваться следующим образом: «Бренд – это товарно-марочное обещание, котороедается и выполняется регулярно». Именно выполнение заявленного обещания позволяет сформировать бренд территории как ценностную категорию.

Таким образом, мы сначала формируем ценностное обещание, которое только при условии регулярности его исполнения позволяет позиционировать территорию как бренд. Здесь надо отметить, что событийный маркетинг лишь усиливает ценностное предложение, но никак его не формирует. Большинство событийных мероприятий носит опережающий характер, в то время как само ценностное предложение еще не сформировано или находится на стадии разработки.

Основной коммуникационной задачей событийного маркетинга является демонстрация потенциальности и устойчивости территории. Каждое событийное мероприятие, проводимое в рамках упрочнения имиджа территории в сознании потенциальных потребителей территориального продукта, призвано демонстрировать и доказывать открытость, безопасность и качество ценностного предложения территориального продукта.

Таким образом, инструментарий событийного маркетинга позволяет визуализировать идеи позиционирования территории. Регулярность, периодичность событийных мероприятий позволяет укрепить в сознании потребителя рационализированность эмоции по отношению к территории. Следует отметить, что рационализированная эмоция увеличивает ценность бренда территории, поскольку к факторам рационального поведения потребителя относят: доверие, справедливость, честность,

открытость, а также традиции, историю и легенды. Все это формирует в сознании потребителя ценностные ассоциации и эмоции, которые и складываются у благополучателя в единый устойчивый позитивный образ, или имидж. Для территориального продукта это ключевые характеристики устойчивого позиционирования в представлениях о надежности обещаний и ценностных предложений. Исходя из этого, мы можем сделать вывод, что эмоции могут быть коммерциализированы и рационализированы в сознании благополучателя.

Визуализация атрибутов бренда позволяет позиционировать территориальный продукт с точки зрения рационализированных эмоций. Данная последовательность представлена на рис. 1.

Эмоции могут быть коммерциализированы посредством удовлетворения потребительских ожиданий, касающихся качества товара или услуги, атмосферы оказания услуги или места продажи товара. Рационализирование эмоции происходит в процессе сравнения и сопоставления реальности с ожиданиями. При этом следует отметить, что потребительские ожидания формируются на основе ценностных представлений о свойствах товара или услуги. В случае, когда потребительские ожидания ниже предложенного уровня оказания услуги или качества товара, происходит увеличение ценностного восприятия бренда.

Здесь следует отметить, что важным моментом в позиционировании бренда территории является то, что отдельные территориальные бренды должны логически надстраивать картину воспринимаемой ценности бренда, а не рассматриваться точечно, без привязки к бренду самой территории.



Рис. 1. Механизм увеличения ценности бренда территории

Анализ формирования бренда территории позволяет нам рассматривать бренд территории как совокупность ассоциаций, ценностей и эмоций в сознании потребителя. При этом эмоции, относящиеся к атрибутике бренда, должны напрямую ассоциироваться с конкретной территорией [9].

В качестве примера можно взять Республику Татарстан, в частности город Казань, и провести анализ базовых ассоциаций.

Например, для жителей других городов и регионов основными ассоциациями будут следующие: памятники архитектуры, международные мероприятия.

При этом международные мероприятия будут на первом месте для аудитории моложе 30 лет, а памятники архитектуры – для аудитории старше 40 лет. Что касается национальной кухни, то ассоциация будет сформирована, если респондент уже был в Республике Татарстан и пробовал местную кухню. Следует отметить, что привлекательность территории формируется не только на основе эмоциональных ассоциаций, здесь следует учитывать и долю голоса, т. е. частоту сообщений о данной территории со стороны средств массовой информации.

Рейтингование территории также может сформировать отдельную рационализированную эмоцию, увеличивающую ценность бренда территории. При формировании ценности бренда по качественным характеристикам необходимо сформировать неотделимость эмо-

ции от ассоциации, т. е. эмоцию как следствие определенной ассоциации с качественными показателями развития территории. Особо следует учитывать непрерывность потребительских ценностей и ассоциаций. На рисунке 2 показана логика построения ценностных ассоциаций.

Проанализировав цели формирования бренда территории, можно сделать вывод, что вызовом для брендирования являются стратегические ориентиры развития территории и долгосрочные критерии, на основе которых формируется стабильность и устойчивость воспринимаемых ценностей и ассоциаций потребителей территориального продукта. Таким образом, рационализированность эмоции, относящейся к бренду территории, определяется ассоциациями и стереотипами потребителя.

Достижение целей формирования законченного бренда с устойчивыми ассоциациями и эмоциями возможно только в том случае, когда методы брендирования включают в себя следующие последовательные мероприятия:

1. Визуализацию ассоциаций и включение отдельных атрибутов бренда территории в единое эмоциональное пространство доверия и приверженности (лояльности).

2. Событийные мероприятия, закрепляющие визуализацию потребительских ожиданий и усиливающие силу бренда и его ценность.

Результатом брендирования территории в конечном счете выступают узнаваемость бренда и лояльность к нему, при этом необхо-



Рис. 2. Формирование лояльности к бренду территории

димо учитывать регулярность исполнения обещаний в долгосрочной перспективе, исходя из определения самого бренда как категории.

При этом следует уточнить, что эмоциональная сила бренда территории является собой стратегический ресурс и формирует основу для позиционирования ценности данной территории, что отражается на ее инвестиционной привлекательности [4].

На ежегодном Петербургском международном экономическом форуме в 2019 г. был представлен новый рейтинг инвестиционного климата. Данный рейтинг составляется на основе опроса представителей регионального бизнеса [11]. Результаты рейтинга за период 2017–2019 гг. представлены в табл. 1 [12].

Позиционирование бренда территории, безусловно, ставит основной своей задачей устойчивую ассоциацию территории с количественными и качественными показателями. В конечном итоге именно правильная программа позиционирования формирует целевую аудиторию бренда и позволяет наращивать его ценность.

Таблица 1
Рейтинг инвестиционного
климата регионов

Регион	Место в рейтинге, 2017	Место в рейтинге, 2018	Место в рейтинге, 2019
Москва	3	2	1
Республика Татарстан	1	3	3
Тюменская область	6	1	3
Санкт-Петербург	17	4	5

Однозначность трактовок позволяет коммерциализировать эмоции и получить лояльных потребителей территориального продукта. Причинно-следственная связь позволяет говорить о том, что инвестиции, вложенные в бренд, возвращаются в виде прямых и косвенных эффектов не только для внешних, но и для внутренних потребителей территориального продукта.

Практика эффективного брендинга территории доказала, что качественным пока-

зателем эффективности бренда является ассоциативный ряд потребителя, основанный на рационализированной эмоции, относящейся к бренду территории, что и приводит к увеличению ценности бренда.

Литература

1. Панкрухин А.П. Маркетинг территории. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
2. Кислюк М.Б., Сурнин В.С. Кузбасская модель реформирования экономики (теория, практика, опыт) // Кузбасская энциклопедия. Т. 2. Серия экономическая. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 1995. – 413 с.
3. Даian A. Маркетинг города // Академия рынка: маркетинг / пер. с франц. / науч. ред. А.Г. Худокормов. – М.: Экономика, 1993. – С. 103.
4. Каленская Н.В. Формирование модели брендинга региона // Казанский экономический вестник. – 2015. – № 1 (15). – С. 43–48.
5. Каленская Н.В., Насретдинов А.Р. Брендирование населенных пунктов в условиях современности // Евразийское Научное Объединение. – 2015. – Т. 1. – № 7. – С. 59–61.
6. Рубцов В.А., Габдрахманов Н.К., Байбаков Э.И., Хосейни С.С. Туризм и устойчивое развитие // Экологический консалтинг. – 2016. – № 1 (61). – С. 2–13.
7. Федеральный закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» от 25.06.2002 № 73-ФЗ. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/ (дата обращения: 11.11.2019).
8. Kalenskaya N., Novenkova A. The Formation of the Model Branding of the Territory under an Asymmetric Institutional Environment // 2nd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism (BEMTUR) (Prague, 29–31 October, 2014).
9. Ageeva E., Melewar T., Foroudi P., Dennis C. Tourists' Destination Image Through Regional Tourism: From Supply and Demand Sides Perspectives // Journal of Business Research, 98, 2019. – P. 15–32.
10. Foroudi P., Akarsu T., Ageeva E., Dennis C., Melewar T. Promising the Dream: Changing Destination Image of London Through the Effect of Website Place // Journal of Business Research, 83, 2018. – P. 97–110.
11. Петербургский международный экономический форум. – URL: <https://forumspb.com/?lang=ru> (дата обращения: 11.11.2019).
12. Агентство стратегических инициатив. – URL: <https://asi.ru/> (дата обращения: 11.11.2019).

Информация об авторах

Каленская Наталья Валерьевна, доктор экономических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: kalen7979@mail.ru

Салихов Хафиз Миргазиевич, доктор физико-математических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: 2911379@mail.ru

N.V. KALENSKAYA,
Doctor of Economics, Professor
Kazan (Volga region) Federal University

H.M. SALIKHOV,
Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Professor
Kazan (Volga region) Federal University

INFLUENCE OF THE TERRITORY MARKETING ON THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE REGION

Abstract. The article considers the theoretical and methodological platform for the development of the territory, taking into account the tools of strategic marketing and marketing of the territory. The authors of the article adhere to one of the basic trends in the socio-economic development of the territory, where the basis for increasing investment attractiveness is laid by a properly built marketing of the territory. The article focuses on event marketing that forms the “core” of territory brand positioning.

The presented model of booking a territory allows us to identify the significance of event marketing (event-marketing) and analyze its impact on the investment attractiveness of the territory. The article examines in detail the issues of institutionalization of regional development with the identification of problem areas or “institutional traps” that reduce the effectiveness of territorial image marketing. The article analyzes the effectiveness of the individually-differentiated approach in managing the development of the territory and managing the potentials of the territory. In addition, the article analyzes the rating of the investment climate in the region.

The article focuses on the formation of a value proposition for a consumer of a territorial product. In addition, the article discusses the issue of the emotional component for the beneficiary of a territorial product, and analyzes that it is the emotionality and rationalization of emotions that can increase the value of the brand of the territory.

Keywords: brand, image, emotion, territory, region, territory marketing, investment attractiveness, rationality, value.

Reference

1. *Pankrukhin A.P. Territory Marketing* / A.P. Pankrukhin. – Peter, 2006.
2. *Kislyuk M.B. Kuzbass model of economic reform (theory, practice, experience)* / M.B. Kislyuk, V.S. Surnin // *Kuzbass encyclopedia*. – Vol. 2. – Series of economic. – Kemerovo: Kuzbassvuziz-dates, 1995. – P. 324.
3. *Diane A. Marketing of the city* / A. Diane et al.; transl. from French.; scientific ed. A.G. Art feed // Market Academy: Marketing. – M., Economics, 1993. – P. 103.
4. *Kalenskaya N.V. Formation of a branding model for a region* / N.V. Kalenskaya // *Kazan Economic Bulletin*. 2015. – No. 1 (15). – P. 43–48.
5. *Kalenskaya N.V. Branding of settlements in modern conditions* / N.V. Kalenskaya, A.R. Nasretdinov // *Eurasian Scientific Association*. – 2015. – Vol. 1. – No. 7 (7). – P. 59–61.
6. *Kalenskaya N. The Formation of the Model Branding of the Territory under an Asymmetric Institutional Environment* / N. Kalenskaya, A. Novenkova // *2nd Global Conference on Business, Economics and Management and Tourism (BEMTUR)*. – Prague, Czech Republic: Oct. 29–31, 2014.
7. *Rubcov V.A. Tourism and stable development* / V.A. Rubcov, N.K. Gabdrakhmanov, E.H.I. Bajbakov, S.S. Hosseini // *Ecologic consulting*. – 2016. – No. 1 (61). – P. 2–13.

8. Federal law of RF, date 25.06.2002. № 73-FZ “On the objects of cultural heritage, historical and cultural monuments of peoples of Russian Federation”. – M: 2002.
9. Ageeva E. Tourists’ destination image through regional tourism: from supply and demand sides perspectives / E. Ageeva, T.C. Melewar, P. Foroudi, C. Dennis // Journal of Business Research. – No. 98. – P. 15–32.
10. Foroudi P. Promising the dream: Changing destination image of London through the effect of website place / P. Foroudi, T.N. Akarsu, E. Ageeva, C. Dennis, T.C. Melewar // 2018 Journal of Business Research. – No. 83. – P. 97–110.
11. The official website of the St. Petersburg Economic Forum. – URL: <https://forumspb.com/?lang=en> (date accessed: 11.11.2019).
12. The official website of the Agency for Strategic Initiatives. – URL: <https://asi.ru/> (date accessed: 11.11.2019).

УДК 339.13

О.В. МАРТЫНОВА,
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Н.Г. АНТОНЧЕНКО,
кандидат экономических наук, старший преподаватель
Казанский (Приволжский) федеральный университет

РАЗРАБОТКА ПОЛИТИКИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА НА ОСНОВЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Аннотация. Статья посвящена разработке и выведению на локальный рынок новой торговой марки питьевой воды. Сложность реализации данных мероприятий связана, в первую очередь, с наличием высокого уровня конкуренции на рынке данного товара. В статье приведены профили самых больших по объему сегментов потребителей, отличающихся по своему поведению и общим факторам выбора питьевой воды. По результатам опроса, направленного на выявление предпочтений относительно питьевой бутилированной воды, представлены основные факторы, влияющие на выбор питьевой воды целевыми сегментами. Выявлено значение таких критериев (факторов) выбора бутилированной воды, как категория воды и локальность производителя. Согласно результатам проведенного исследования, в качестве атрибутов позиционирования торговой марки (бренда) предлагается использовать такие, как состав воды, наличие в ней полезных элементов и место ее производства (локальности производства). Именно эти атрибуты должны использоваться при разработке концепции позиционирования данного бренда. Успешная реализация политики позиционирования бренда возможна за счет разработки его концептуальной основы и активного использования маркетинговых инструментов, связанных с ценовой, товарной и коммуникационной составляющими.

Ключевые слова: предпочтения потребителей, восприятие потребителей, бренд, торговая марка, позиционирование, политика позиционирования, потребительские предпочтения, исследование потребительских предпочтений.

На рынке бутилированной воды наметились тенденции к росту после объявления Всемирной организацией здоровья нормы потребления воды на каждого человека в объеме 2 л [1]. Игрохи рынка стали наращивать объемы своих продаж, локальные производители задумались о выводе на рынок собственных торговых марок [2].

Перед одним из таких крупных локальных производителей алкогольной продукции встал вопрос о диверсификации своего бизнеса с целью его расширения и роста [3]. В процессе диверсификации бизнеса компания приняла решение о выходе на рынок бутилированной воды и создании собственной торговой марки под названием «Святой родник». Миссия бренда была определена следующим образом: «Мы заботимся о будущем родного края!».

Одним из ключевых аспектов при разработке и выведении торговой марки на рынок является определение ее позиционирования в умах

потребителей [9]. От грамотного позиционирования зависит эффективность продвижения торговой марки на рынке и формирование покупательской лояльности к ней [4]. Для более качественного определения позиционирования вновь создаваемого бренда очень важно учитывать мнение потребителей и выявлять их предпочтения [6].

С этой целью компания провела опрос потребителей, чтобы выявить их предпочтения при выборе питьевой бутилированной воды. Выборка составила 1 200 человек.

По результатам проведенного исследования были сформированы четыре основных, самых больших по объему целевых сегмента потребителей бутилированной воды, отличающихся по своему поведению и общим факторам выбора питьевой воды.

Первый целевой сегмент составил 13,67 % от общей выборки и характеризовался следующими факторами выбора питьевой воды (табл. 1).

Таблица 1
**Факторы выбора питьевой воды
 первым целевым сегментом**

Внешний вид бутылки	6,97
Известный бренд	6,45
Легко найти в продаже	5,68
Наличие наград и рекомендаций от контролирующих органов	6,55
Наличие скидок	6,97
Производитель	6,94
Состав и наличие полезных элементов	7,03
Цена	7,32

В первый целевой сегмент вошли люди из небольших семей (2–3 человека) со средним достатком (от 30 до 50 тыс. руб.) и достатком выше среднего (от 50 до 70 тыс. руб.). При этом тип занятости, который указывали респонденты, значился как «работаю». Для данного целевого сегмента наиболее значимыми факторами при выборе питьевой воды оказались следующие: цена, состав и наличие полезных элементов, наличие скидок, внешний вид бутылки, а также производитель.

Вторым целевым сегментом, составившим 22,3 % от общей выборки, были выбраны следующие факторы предпочтения питьевой воды (табл. 2).

Таблица 2
**Факторы выбора питьевой воды
 вторым целевым сегментом**

Внешний вид бутылки	1,39
Известный бренд	1,19
Легко найти в продаже	1,26
Наличие наград и рекомендаций от контролирующих органов	1,13
Наличие скидок	1,26
Производитель	1,29
Состав и наличие полезных элементов	1,48
Цена	1,19

Во второй целевой сегмент вошли студенты и учащиеся из больших семей, состоящих в основном из четырех и более человек, и холостые. Интересной характеристикой данного сегмента явилось то, что при общем интересе к употреблению и покупке питьевой воды ни один из представленных факторов выбора не

показался данной целевой группе значимым. Единственный отклик нашел фактор состава питьевой воды и наличия в ней полезных элементов. Это можно объяснить интересом молодого поколения к тому, из чего состоит вода, которую они пьют [5].

Третий целевой сегмент составил 14,39 % от общей выборки. Факторы, влияющие на выбор питьевой воды данным сегментом, представлены в табл. 3.

К третьему целевому сегменту относятся семейные люди в возрасте 26–35 лет, среднего достатка, преимущественно работающие. Большинство из предложенных факторов выбора питьевой воды для них является значимым. Однако при этом фактор цены меньше влияет на выбор воды, так как они не рассматривают воду премиум-сегмента и у них сложилось определенное восприятие цены на воду.

Таблица 3
**Факторы выбора питьевой воды
 третьим целевым сегментом**

Внешний вид бутылки	9,65
Известный бренд	9,75
Легко найти в продаже	9,15
Наличие наград и рекомендаций от контролирующих органов	9,90
Наличие скидок	9,36
Производитель	9,90
Состав и наличие полезных элементов	9,90
Цена	7,60

Четвертый целевой сегмент, с долей в общей выборке 22,5 %, учитывает следующие факторы при выборе питьевой воды (табл. 4).

Таблица 4
**Факторы выбора питьевой воды
 четвертым целевым сегментом**

Внешний вид бутылки	3,21
Известный бренд	6,21
Легко найти в продаже	7,21
Наличие наград и рекомендаций от контролирующих органов	5,21
Наличие скидок	5,00
Производитель	5,53
Состав и наличие полезных элементов	7,16
Цена	2,74

В четвертый целевой сегмент входят люди из небольших семей с маленькими детьми либо холостые/не замужем, среднего достатка (от 30 до 50 тыс. руб.) и достатком выше среднего (от 50 до 70 тыс. руб.).

Для данного сегмента главными факторами выбора питьевой воды стали следующие: легко найти в продаже, состав воды и наличие в ней полезных элементов, известный бренд. Стоит отметить, что для данного сегмента фактор цены также оказывает меньшее влияние на выбор воды по сравнению с другими факторами. У этих людей сложилось определенное восприятие средних цен на продукт, и они не рассматривают бренды воды премиум-сегмента.

Именно эти четыре сегмента являются потенциальными потребителями воды торговой марки «Святой родник», именно их мнение важно для дальнейшей разработки позиционирования и аспектов продвижения данной торговой марки.

Респонденты, формирующие четыре целевых сегмента относительно общей выборки, чаще всего покупают воду большого объема (1,5 л и 5 л) – это объясняется тем, что размер их семьи составляет 3 и более человек. При этом респонденты данных целевых сегментов также выбирают воду объемом 0,5 л, при этом указывая, что цель покупки – в поездку или на прогулку.

Определяющим фактором выбора воды объемом 0,5 л и 1,5 л для респондентов из общей выборки является наличие скидок, что говорит

об актуальности использования акций и скидок при выведении торговой марки на рынок [8]. Для воды объемом 5 л определяющими факторами выбора для респондентов из общей выборки являются цена, наличие скидок и доступность товара.

Также респондентам был задан вопрос: «Обращаете ли Вы внимание, к какой категории относится питьевая вода?» Результаты представлены на рис. 1, и по ним видно, что большинство потребителей не обращает внимания на категорию воды и не ищет эту информацию на упаковке.

Еще один вопрос, который задавался респондентам: «Питьевую воду какого производителя Вы, вероятнее всего, выберете?» Результаты представлены на рис. 2.

Существенной разницы при выборе производителя в категории «местный/федеральный» для потребителей нет, хотя небольшое предпочтение отдается локальному производителю.

Также респонденты были опрошены на предмет ценовых ожиданий для пластиковых и стеклянных тар – бутылок с питьевой водой объемом 0,5 л. Согласно полученным данным, ценовые ожидания клиентов варьируются от 15 до 30 руб. – для пластиковой тары и от 20 до 40 руб. – для стеклянной тары. Исходя из полученных данных, рекомендуется ставить среднее значение цены, а именно 18–20 руб. – за пластиковую тару и 30–32 руб. – за стеклянную тару.

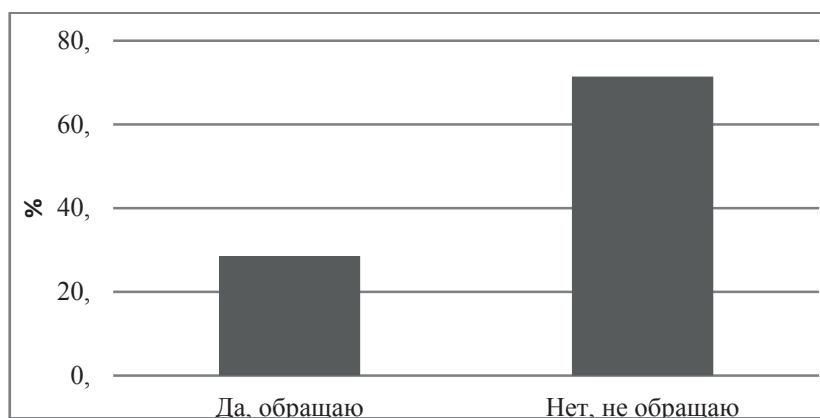


Рис. 1. Результаты ответа на вопрос: «Обращаете ли Вы внимание, к какой категории относится питьевая вода?»

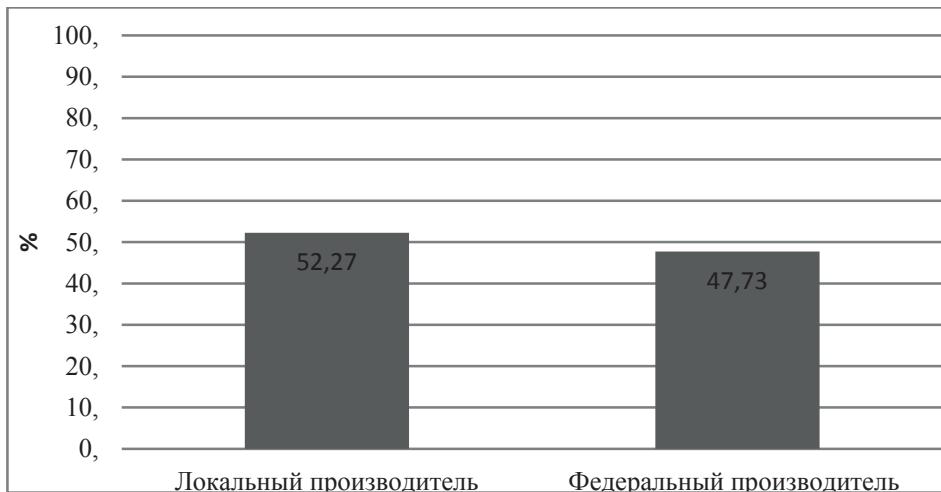


Рис. 2. Результаты ответа на вопрос: «Питьевую воду какого производителя Вы, вероятнее всего, выберете?»

По результатам опроса и анализа были сделаны следующие выводы, касающиеся продвижения торговой марки «Святой родник» на локальный рынок:

1. При дальнейшем продвижении товара на рынок стоит ориентироваться на четыре основных целевых сегмента и при этом обращать внимание на то, что наиболее значимым факторами выбора питьевой воды для всех целевых сегментов являются ее состав и наличие в ней полезных элементов [7].

2. Рекомендуется не делать ставку на производство воды в стеклянной таре и увеличить объем выпуска пластиковой упаковки объемом 0,5 л, 1,5 л и 5 л.

3. Рекомендуется выстраивать логику ценообразования, ориентируясь на людей среднего достатка, с учетом ценовых ожиданий потребителей.

4. Информация о категории воды не является ключевым фактором выбора для целевой аудитории, соответственно, при позиционировании не рекомендуется работать с этой информацией.

5. При позиционировании рекомендуется делать акцент на локальности производства [10].

Литература

1. Всемирная организация здравоохранения. – URL: <https://www.who.int/ru> (дата обращения: 05.02.2019).

2. Жажды прибыли // Профиль. – URL: <https://profile.ru/economy/zhazhda-pribyli-5697/> (дата обращения: 05.02.2019).

3. Белобородова А.Л., Мартынова О.В. Развитие торговой отрасли в России: тенденции, проблемы, перспективы // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление. – 2016. – № 1 (29). – С. 53–60.

4. Антонченко Н.Г. Направления совершенствования процесса разработки и принятия управленческих решений в предпринимательских структурах // Казанский экономический вестник. – 2015. – № 1 (15). – С. 29–33.

5. Лукина А.В. Экологический фактор в отношении и поведении российских потребителей // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2012. – № 6 (48). – С. 74–80.

6. Antonchenko N.G., Kalenskaya N.V. Developing a Methodology for Assessing the Efficacy of Managerial Decisions in Entrepreneurial Establishments // Life Science Journal, 11(7s), 2014. – P. 365–369.

7. Beloborodova A.L., Antonchenko N.G., Pavlova A.V., Hajrullina A.D. Analysis of the General Development Trends and the Level of Digitization of the Pharmaceutical Market in the Russian Federation // Springer Nature Switzerland AG, 2019. – P. 1–11.

8. Beloborodova A.L. Martynova O.V., Novikova E.N., Shafiqullina A.V. Trends of Online Trading Development in Russia // The Social Sciences, 12(2), 2017. – P. 187–190.

9. Skorobogatykh I.I., Sidorukh R.R., Meshkov A.A., Ivashkova N.I., Musatov B.V. Do Coalition Loyalty

Programs Really Work? Analyzing the Effect of Coalition Loyalty Program // Indian Journal of Science and Technology, 9(14), 2016. – P. 1–7.

10. *Shafigullina A.V., Palyakin R.B.* Social Media Marketing as an Effective Instrument of the Promotion

of Social Business-Project in Social Entrepreneurial Activity // Academy of Marketing Studies Journal. – Vol. 20, Spec. Is. 1, 2016. – P. 1–7.

Информация об авторах

Мартынова Ольга Вячеславовна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: olgav1982@mail.ru

Антонченко Наталия Геннадьевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: anton4enkonataly@gmail.ru

O.V. MARTYNOVA,
PhD in Economics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University

N.G. ANTONCHENKO,
PhD in Economics, Senior Lecturer
Kazan (Volga region) Federal University

DEVELOPMENT OF A BRAND POSITIONING POLICY BASED ON CONSUMER PREFERENCES

Abstract. The article is devoted to the development and introduction of a new brand of drinking water on the local market. The complexity of the implementation of these measures is primarily due to the presence of a high level of competition in the market of this product. The article presents the profiles of consumer segments, which were the largest in volume, differed in their behavior and general factors of choice of drinking water. According to the results of the survey aimed at identifying preferences for drinking bottled water, the main factors influencing the choice of drinking water by target segments are presented. The importance of such criteria (factors) of bottled water selection as water categories and locality of the producer is revealed. According to the results of the study, it is proposed to use such attributes as the composition and presence of useful elements, and the place of its production (locality of production) as the attributes of brand positioning. These attributes should be used in the development of the concept of positioning of the brand. Successful implementation of the brand positioning policy is possible due to the development of a conceptual framework for brand positioning, as well as the active use of marketing tools that are associated with price, product and communication components.

Keywords: consumer preferences, consumer perception, brand, trademark, positioning, positioning policy, consumer preferences, consumer preference research.

Reference

1. Official site of the World Health organization. – URL: <https://www.who.int/ru> (date accessed: 05.02.2019).
2. Thirst for profit // Daily journal “Profile”. – URL: <https://profile.ru/economy/zhazhda-pribyli-5697/> (date accessed: 05.02.2019).
3. *Beloborodova A.L.* Trade development in Russia: tendencies, problems, perspectives / A.L. Beloborodova, O.V. Martynova // Vestnik of the Volga region State Technological University. Series: Economics and management. – 2016. – No. 1 (29). – S. 53–60.

4. *Antonchenko N.G.* Directions of improvement of the process of developing and making the management decisions in business entities / N.G. Antonchenko // Kazan Economic Vestnik. – 2015. – No. 1 (15). – P. 29–33.
5. *Lukina A.V.* Ecological factor in attitude and behavior of Russian consumers / A.V. Lukina // Vestnik of Russian economic university n. a. Plekhanov G.V. – 2012. – No. 6(48). – P. 74–80.
6. *Antonchenko N.G.* Developing a Methodology for Assessing the Efficacy of Managerial Decisions in Entrepreneurial Establishments / N.G. Antonchenko, N.V. Kalenskaya // Life Science Journal. – 2014. – № 11(7s). – P. 365–369.
7. *Beloborodova A.L.* Analysis of the General Development Trends and the Level of Digitization of the Pharmaceutical Market in the Russian Federation / A.L. Beloborodova, N.G. Antonchenko, A.V. Pavlova, A.D. Hajrullina // Springer Nature Switzerland AG. – 2019. – P. 1–11.
8. *Beloborodova A.L.* Trends of online trading development in Russia / A.L. Beloborodova, O.V. Martynova, E.N. Novikova, A.V. Shafiqullina // The Social Sciences. – No. 12 (2). – 2017. – P. 187–190.
9. *Skorobogatykh I.I.* Do coalition loyalty programs really work? Analyzing the effect of coalition loyalty program / I.I. Skorobogatykh, S. Roman, A. Meshkov et al. // Indian Journal of Science and Technology. – Vol. 9(14). – 2016. – P. 1–7.
10. *Shafiqullina A.V.* Social media marketing as an effective instrument of the promotion of social business-project in social entrepreneurial activity / A.V. Shafiqullina, R.B. Palyakin // Academy of Marketing Studies Journal. – 2016. – Vol. 20, Special Issue 1. – P. 1–7.

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 предлогами).
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.

