

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Вольное экономическое общество России  
Уральское отделение Вольного экономического общества России  
Уральское отделение Российской академии наук



Уральский государственный экономический университет

# **Урал — ДРАЙВЕР НЕОИНДУСТРИАЛЬНОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ**

Материалы

I Уральского экономического форума

(Екатеринбург, 24—25 октября 2019 г.)

Том 2

Екатеринбург  
Издательство Уральского государственного  
экономического университета  
2019

**Ответственные за выпуск:**

доктор экономических наук, профессор,  
ректор Уральского государственного экономического университета  
*Я. П. Силин*

доктор экономических наук, профессор, проректор по научной работе  
Уральского государственного экономического университета  
*Е. Б. Дворядкина*

**Редакционная коллегия:**

доктор географических наук, профессор *Е. Г. Анимица* (председатель);  
доктор экономических наук, профессор *В. Ж. Дубровский*;  
кандидат экономических наук *Е. В. Кислицын*;  
кандидат экономических наук, доцент *А. Ю. Коковихин*;  
доктор экономических наук, профессор *М. С. Марамыгин*;  
кандидат педагогических наук *В. П. Соловьева*

**Ответственный секретарь**

*А. Ю. Фомин*

У68

**Урал — драйвер неиндустриального и инновационного развития России** [Текст] : материалы I Урал. экон. форума (Екатеринбург, 24–25 октября 2019 г.) : [в 2 т.] / [отв. за вып. : Я. П. Силин, Е. Б. Дворядкина] ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Вольное экон. о-во России, Урал. отд-ние Вольного экон. о-ва России, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2019. — Т. 2. — 194 с.

В сборнике материалов I Уральского экономического форума, издаваемом в двух томах, рассмотрен широкий круг вопросов неиндустриального и инновационного развития Урала. Во втором томе представлены базовые концепции и эмпирические данные, характеризующие развитие сферы услуг и индустрии гостеприимства в экономическом пространстве Уральского макрорегиона; раскрыты особенности структуры и содержания социально-экономической политики и управленческих технологий в условиях цифровизации экономики; изложены доказательства становления региональных инновационных рынков, новых технологий и институтов в качестве драйверов экономического развития Уральского макрорегиона.

Для научных и практических работников, магистрантов и аспирантов, специалистов, занимающихся вопросами регионального развития и управления.

УДК 332.14(470.5)  
ББК 65.9(235.55)2

© Авторы, указанные в содержании, 2019  
© Уральский государственный  
экономический университет, 2019

# НОВАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ УРАЛЬСКОГО МАКРОРЕГИОНА

---

П. В. Бочков, С. А. Шумова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Территориальный брендинг и маркетинг в стратегии регионального развития (на примере Уральского макрорегиона)

**Аннотация.** Раскрыто содержание маркетинга и брендинга территории как системообразующих управленческих концепций, с одной стороны, и как важных элементов стратегии регионального развития — с другой. Представлен анализ основных положений маркетингового управления как основы обеспечения устойчивого развития территории, методологии территориального брендинга. Приведены примеры формирования бренда территории на примере городов Уральского макрорегиона.

**Ключевые слова:** маркетинг; брендинг; территория; стратегия регионального развития; устойчивое развитие территории.

Развитие территориального маркетинга и брендинга в стратегии региональной и муниципальной экономической политики территорий РФ в целом и Уральского макрорегиона в частности обусловлено рядом причин, которые прослеживаются во многих высказываниях отечественных ученых: усиление конкуренции на рынке территорий; уменьшение финансирования государственных программ и услуг из-за дефицита федерального бюджета; изменения в социальной структуре; активизация роста общественных движений, инициативных групп и групп давления, воздействующих на государственную политику; и пр.

С учетом объекта исследования наиболее актуально рассмотреть понятие маркетинга в территориальном разрезе на примере Уральского макрорегиона. Необходимо раскрыть маркетинг отношений на уровне территории, определить цели, функции и задачи брендинга территориального образования. В этом смысле необходимо представить экономику территории как интегральное выражение всех имеющихся ресурсов и возможностей, позитивных и негативных факторов, а также тенденции развития в их ретроспективе. Таким образом, понятия маркетинга и брендинга территорий должны включать в себя аспекты процесса

расширенного воспроизводства экономики любой территории, определяющего ее конкурентоспособность как целого, единого хозяйствующего субъекта в условиях развития рыночных отношений.

Необходимость на современном этапе принципиально новых целей и новые задачи территориального управления в РФ создают основу для поиска перспективных технологий, инструментов, средств управления, адаптации существующей теоретико-методологической базы в области маркетинга к практике территориального управления.

Рассмотрим два основных подхода, раскрывающих вопросы маркетинговых исследований управления территорией, отраженных в отечественной научной литературе.

Первым подходом в определении новой сущности управления территориальным развитием является экономико-географический. Его представители — А. М. Лавров [5, с. 54], В. С. Сурнин, В. И. Бутов — определяют понятие «региональный маркетинг» как элемент системы развития рыночных отношений на мезоуровне.

Представителями второго подхода выступают А. Л. Гапоненко, Г. В. Гутман, Е. П. Голубков и ряд других авторов. Согласно их мнению территориальный (региональный) маркетинг «представляет собой систему мер по привлечению в город новых экономических агентов» [2, с. 78].



Цикл маркетинга территории

За рубежом накоплен богатый опыт территориального маркетинга; ярким представителем является Филипп Котлер, который в своих трудах использует термин «маркетинг места» (place marketing) [6, с. 55].

А. Дайян солидарен с Ф. Котлером и акцентирует внимание на том, что маркетинг территории призван улучшить ее имидж вне зависимости от размера и уровня территориального образования. Рассмотрим последовательно все стадии цикла территориального маркетинга (см. рисунок).

Анализируя действующие стратегии социально-экономического развития субъектов Уральского федерального округа, муниципальных образований, а также муниципальные программы и проекты ряда крупнейших городов, можно сделать вывод, что маркетинговые функции в большей степени представлены в стратегиях субъектов РФ.

Образ Уральского макрорегиона представляет собой целую систему различных компонентов, включающих природные, географические, исторические и культурные особенности региона. Можно сказать, что регион состоит из серии культурно-географических образов, интерпретирующих локальное пространство.

При проектировании бренда региона, создаваемого с целью позитивного влияния на имидж территории, необходимо рассмотреть все факторы, влияющие на ее существующий имидж, и изучить возможности использования ресурсов для продвижения имиджа территории. При проектировании коллекции, направленной на продвижение такого сложного объекта, как целый регион, правильнее будет брать за основу сразу несколько символов территории, объединяя их в целостную систему. Разделим символы Уральского региона на группы и рассмотрим их перспективы применения в дизайне.

*1. Исторические символы.* При анализе исторических символов Урала на предмет идентификации с регионом на первый план выходят следующие события и исторические личности: поход на Урал Ермака, добыча золота и других полезных ископаемых на Уральской земле, деятельность В. Н. Татищева и Г. В. де Геннина, развитие горнодобывающей промышленности, династии Демидовых и Строгановых, место расстрела Царской семьи, родина писателей П. П. Бажова и Д. Н. Мамина-Сибиряка, место рождения и начала политической карьеры Б. Н. Ельцина, деятельность преступных группировок 1990-х годов, проведение международной промышленной выставки ИННОПРОМ. Не все события позитивно влияют на имидж Урала, поэтому при проектировании бренда территории лучше не брать неоднозначные символы территории. Вообще образ исторических личностей и событий при брендинге территорий нужно использовать очень осторожно, так как оценки событий и деятельности людей могут быть совершенно разными и противоречивыми.

*2. Географические символы.* Семантически понятие «Уральский хребет» имеет два значения: «шов», соединяющий две части России в одну большую державу, и разграничение двух частей света — Европы

и Азии, Востока и Запада. В литературе Уралу приписываются следующие эпитеты: «хребет России», «каменный пояс», «камень», «горная страна». А. В. Головнев писал, что «...здесь сходятся как Запад с Востоком, так и Юг с Севером, образуя замысловатую „розу путей“». Горная система и центральное положение на карте страны — основные характеристики географической идентичности Урала. При проектировании бренда территории идея гармоничного синтеза двух культур — восточной и западной — может быть интерпретирована в концепции дизайн-продукта. Урал, занимающий большую площадь на карте России, объединяет девять областей, причем площадь каждой области сравнима с площадью многих европейских стран.

3. *Культурные символы.* На современном этапе необходимо ограничить исследования территорий Среднего Урала, в частности, территорией Свердловской области. С точки зрения культурно-этнических особенностей единственную этническую детерминанту Свердловской области невозможно выделить, так как на данной территории исторически проживало множество этносов, каждый со своей неповторимой культурой. Поэтому полиэтнический образ Свердловской области можно назвать «мозаикой культур». «Этничность на Урале во все времена меняла свой облик, дрейфуя между пиками и спадами политики, религии и экономики. Генезис этничности носит стихийный характер, поэтому этнический лик Урала не имеет завершенности черт и является генерируемым явлением» [1]. Поэтому опираться при проектировании бренда территории на этническую идентичность территории не имеет смысла.

Культурными достопримечательностями богата вся территория Свердловской области, самыми известными и посещаемыми можно назвать Невьянскую падающую башню, православные храмы Верхотурья, музей деревянного зодчества в Нижней Синячихе, музей-завод в Нижнем Тагиле и еще очень много интереснейших мест, которые включены в разнообразные туристические маршруты по области.

4. *Природные символы.* Природа Урала совершенно особенная и уникальная. Ландшафт Уральского региона чрезвычайно разнообразен: степи Южного Урала, таежные равнины Северного Предуралья, пестрые леса Среднего Урала, тундры Полярного Урала, озера Сибирского Зауралья, суровый ландшафт Прикамья.

По разнообразию добываемых ископаемых Свердловская область не сравнится ни с одним регионом России. Субъекты УрФО располагают значительным минерально-сырьевым потенциалом. Здесь сосредоточены эксплуатируемые и подготовленные к освоению месторождения черных, цветных, редких и благородных металлов, неметалличе-

ских полезных ископаемых; в области развита добыча энергетических ресурсов, драгоценных и поделочных камней.

В большинстве муниципальных образований маркетинговые функции реализуются в большей степени косвенно, посредством таких программ, как «Развитие инвестиционной привлекательности города», «Формирование и развитие туристического потенциала», «Создание комфортной среды жизнедеятельности». В частности, в Стратегическом плане развития Екатеринбурга, утвержденном в 2003 г., были такие программы, как «Екатеринбург — международный центр деловых коммуникаций», «Екатеринбург — Евроазиатский транспортно-логистический узел», «Финансовый центр Урала», «Екатеринбург — столичный город». В актуализированной редакции Стратегического плана развития Екатеринбурга до 2030 г., который был утвержден в 2018 г., содержатся программы: «Екатеринбург — международный центр деловых коммуникаций и туризма», «Екатеринбург — мегаполис культуры и искусства», «Екатеринбург — межрегиональный центр притяжения финансовых и инвестиционных ресурсов», «Екатеринбург — евроазиатский транспортно-логистический узел». Эти программы формируют механизмы продвижения Екатеринбурга внешним потребителям. Все больше становится проектов, связанных с формированием брендов продукции, выпускаемой на предприятиях города [4, с. 20].

В Стратегии развития Челябинска до 2020 г. имеется раздел, напрямую направленный на формирование имиджа города: «Маркетинговое развитие территории, формирование имиджа города Челябинска и его продвижение». В нем обозначены основные группы потребителей, анализируются сильные и проблемные параметры имиджа Челябинска, обозначена необходимость его ребрендинга<sup>1</sup>.

Тем не менее, во многих регионах и городах происходит осознание необходимости изучения имеющихся преимуществ и более активного продвижения потенциала, а следовательно, делаются шаги по формированию маркетинговых стратегий.

В частности, при разработке проекта Стратегии социально-экономического развития городского округа Верхняя Пышма на период до 2035 г. администрация города инициировала конкурс молодежных сочинений на тему «Какой я вижу Верхнюю Пышму к 2035 г.». Каждый 14-й житель Верхней Пышмы в возрасте от 14 до 19 лет принял участие в конкурсе сочинений. Было проанализировано около 300 сочинений старшеклассников и студентов техникума, что позволило выявить видение и потребности молодежи в развитии города. Контент-

---

<sup>1</sup> О Стратегии развития города Челябинска до 2020 г. : решение Челябинской городской думы Челябинской области от 26 ноября 2009 г. № 8/1.

анализ сочинений продемонстрировал, что молодежь видит Верхнюю Пышму к 2035 г. как большой, комфортный, красивый, продвинутый промышленный центр.

Маркетинг территории во многом использует те же инструменты, что и традиционный маркетинг [11], эволюционируя со временем. Имеются в виду такие традиционные виды рекламы, как печатная реклама и реклама в прессе, аудиовизуальная, радио- и телереклама, наружная реклама (в том числе на транспорте), а также реклама в сети Интернет. В маркетинге территории рационально применять средства BTL-маркетинга, включая событийный маркетинг. Также с небольшими доработками и уточнениями могут использоваться общие методики анализа и оценки бренда [7; 10].

Анализ процессов формирования культурного потенциала и культурного пространства как драйвера социально-экономического развития территорий на основе экономики впечатлений имеет достаточно длительную историю. Можно отметить работу Д. Тросби, где вводится понятие культурного капитала, делается акцент на формировании экономики креативности и анализируется культурный контекст экономического поведения [9, с. 66]. Ш. Зукин детально исследует сложившиеся практики культурного пространства городов и описывает культурные стратегии экономического развития, рассматривая культуру достаточно широко [3, с. 36].

Современные стратегии территориального развития в целом и стратегии формирования имиджа и бренда территории в частности во многом базируются на культурном потенциале [8, с. 40].

Можно выделить несколько типов стратегий формирования культурной составляющей экономики. Первый тип стратегий формирования культурной составляющей экономики — трансформация бывших промышленных, транспортных, складских объектов в культурные кластеры, кардинальная трансформация функций и имиджа территории. По этому пути идут многие традиционно промышленные территории, пытаясь справиться с кризисом деиндустриализации и экономическим спадом. В традиционно индустриальной Свердловской области есть несколько примеров успешного формирования музейных комплексов на базе существующего индустриального наследия, причем в этом процессе задействованы различные стейкхолдеры. Так, развитием музейного комплекса «Северная домна» в городе Полевском занимается Северский трубный завод. Музейный комплекс размещается на территории 8 000 м<sup>2</sup> и включает доменный цех XIX века с сохранившимся оборудованием для выплавки чугуна, здание кричной фабрики, различное оборудование, размещенное под открытым небом, и другие объекты. Нижний Тагил концентрирует ряд подобных объектов, крупнейшим из ко-

торых является Нижнетагильский музей-завод истории развития техники черной металлургии, созданный на базе Нижнетагильского чугуноплавильного и железоделательного завода — наследия Демидовых. В городе Березовском, продвигающем себя под брендом «Родина российского золота», функционирует музей золота, по частной инициативе проводятся экскурсии в учебную шахту.

Второй тип стратегии — создание «виртуальных» объектов культуры, или мобильных проектов, которые легко переносятся с места на место, но, однако, являются инструментом продвижения определенной территории. Ярким примером служит Венский фестиваль музыкальных фильмов в Екатеринбурге, который зародился в Вене в 1991 г. и успешно расширил свои границы. В Екатеринбурге данное мероприятие организуется по инициативе Почетного консульства Австрии с 2010 г., собирая ежегодно огромное количество зрителей. Таким образом, укрепляется бренд Вены как музыкальной столицы мира. Отдельно необходимо отметить Уральскую индустриальную биеннале современного искусства.

В заключение отметим, что формирование бренда территорий Уральского макрорегиона — достаточно противоречивый процесс, когда, с одной стороны, необходимо сохранять исторические объекты или ландшафты, а с другой — требуется приводить в соответствие культурный, туристический или инвестиционный потенциал территории, что зачастую влечет за собой разрушение аутентичной исторической среды. Поэтому подобные процессы нередко сопровождаются конфликтами между различными группами интересов.

### Библиографический список

1. *Головнев А. В.* Этничность и идентичность на Урале // Уральский исторический вестник. — 2011. — № 2(31).
2. *Гутман Г. В., Мироедов А. А., Федин С. В.* Управление муниципальной экономикой / под ред. Г. В. Гутмана. — М. : Финансы и статистика, 2002.
3. *Зукун Ш.* Культуры городов : пер. с англ. — М. : Новое литературное обозрение, 2015.
4. *Капустина Л. М., Нестерова З. В., Солосиченко Т. Ж.* Продвижение муниципального знака качества на основе применения технологий бренд-менеджмента // Управленец. — 2015. — № 4 (56).
5. *Лавров А. М., Сурнин В. С.* Реформирование экономики: муниципальные аспекты. Муниципальный маркетинг и тенденции его развития. — Кемерово : Кузбассвузиздат, 1994.
6. *Маркетинг* мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн и др. — СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2005.

7. *Окольнишникова И. Ю.* Баллада о брендоэффективности. Разработка методических подходов к оценке эффективности брендинга // Креативная экономика. — 2011. — № 1.

8. *Савельева И. П., Трофименко Е. Ю.* Формирование имиджа города как социальный индикатор конкурентоспособности региона // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер.: Экономика и менеджмент. — 2014. — Т. 8, № 2.

9. *Тросби Д.* Экономика и культура : пер. с англ. — М. : Изд. дом ВШЭ, 2013.

10. *Юлдашева О. У., Никифорова Г. Ю., Никифорова С. В.* Экономическая оценка бренда территории // Бренд-менеджмент. — 2013. — № 3.

11. *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions* / ed. by J. R. Gold, S. V. Ward. — L. : John Wiley and Sons, 1994.

**Н. К. Габдрахманов**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург;

**К. В. Крыстев**

Экономический университет, г. Варна (Болгария)

## **Специфика образовательного сервиса в формировании точек притяжения человеческого капитала в регионах России**

**Аннотация.** Рассмотрено понятие образовательного сервиса как одного из элементов инфраструктуры социума в условиях реформирования системы образования последних лет. Пространственная трансформация структуры вузовской сети оказала значительное влияние на размещение точек притяжения и накопления человеческого капитала. Образовательная миграция остается одной из наиболее масштабных, не уступая трудовой миграции. Неравномерное размещение образовательных центров на карте России формирует предпосылки разного уровня доступности качественного образования для молодежи. Речь идет не только об университетах, но и об отдельных направлениях подготовки. Это обусловлено такими причинами, как распределение контрольных цифр приема по укрупненным группам специальностей, стоимость обучения и пороговые значения единого государственного экзамена. Проанализированы результаты интервенции образовательного сервиса на формирование точек притяжения и прироста человеческого капитала в регионах России.

**Ключевые слова:** образовательный сервис; образовательная миграция; возрастная структура населения; демографический прогноз; трудоустройство выпускников; бюджетные места; доступность высшего образования; региональные различия.

Специфика образовательного сервиса, являясь одним из самых важных элементов инфраструктуры социума, считается необходимым компонентом формирования образовательного пространства. При этом хотя само понятие «образовательный сервис» и не определено в научной литературе, однако оно зафиксировано в международных и россий-

ских классификаторах. В таблице рассмотрены основные подходы к определению понятия «образовательный сервис».

### Подходы к определению понятия «образовательный сервис»

Подход	Представитель	Характеристика
Интеллектуальный	В. К. Карнаухова, Т. А. Краковская	Образовательный сервис рассматривается с точки зрения развития интеллектуального капитала и удовлетворения, предвосхищения потребности в получении знаний
Маркетинговый	О. В. Митасова, А. А. Танцев, Н. А. Платонова	Образовательный сервис рассматривается с точки зрения учета конкурентоспособности и востребованности образовательных сервисов в рыночных условиях
Педагогический	Н. И. Башмакова, И. И. Мельников, О. Е. Лебедев	Понятие связано с изучением явления на основе анализа результатов его влияния на учебно-воспитательный процесс
Интегративный	А. П. Беляева, Н. В. Ипполитова, А. А. Лактионова, А. А. Лукин, И. П. Яковлев	Образовательный сервис рассматривается как возможность создания максимально комфортных условий для развития личности

В современных условиях задачей развития образовательных сервисов является совершенствование процессов познания, воспитания и образования с учетом особенностей личности как субъекта труда и субъекта творчества в условиях нестабильной экономической среды и неопределенности. Ведущие университеты остаются ключевыми факторами молодежи с наиболее высоким накопленным человеческим капиталом.

Главной стратегической целью региональной политики является привлечение и воспитание талантливой молодежи внутри региона. Ключевую роль в этом процессе играют вузы [2]. Это напрямую связано со стратегией социально-экономического развития нашей страны. Тем самым в программе отражена необходимость усиления вклада университетов в экономику региона, прежде всего посредством формирования и накопления человеческого капитала. Усилившаяся в настоящее время мобильность выпускников школ позволила университетам в зависимости от выбранной стратегии привлекать наиболее редкие и качественные по своему составу человеческие ресурсы [3]. Это происходит как за счет ресурсов собственного региона, так и других регионов.

Процесс стигматизации человеческого капитала ведущими университетами был характерен для всех периодов исторического развития, так как лучшие университеты давали лучшее образование и тем самым обеспечивали максимальный прирост человеческого капитала. Рефор-

мы системы образования последних лет предоставили выпускникам школ больше свобод в выборе образовательной траектории. В итоге это привело к формированию точек притяжения разной силы на карте российского высшего образования.

Определение образовательной траектории и выбор высшего учебного заведения — это наиболее важные решения в жизни человека, зачастую определяющие всю его последующую жизнь. Вместе с тем в масштабах региона и страны это формирует пространственные различия и центры притяжения человеческого капитала, а значит, межрегиональную и межвузовскую конкуренцию за талантливую молодежь, успех которой становится главным фактором развития региона.

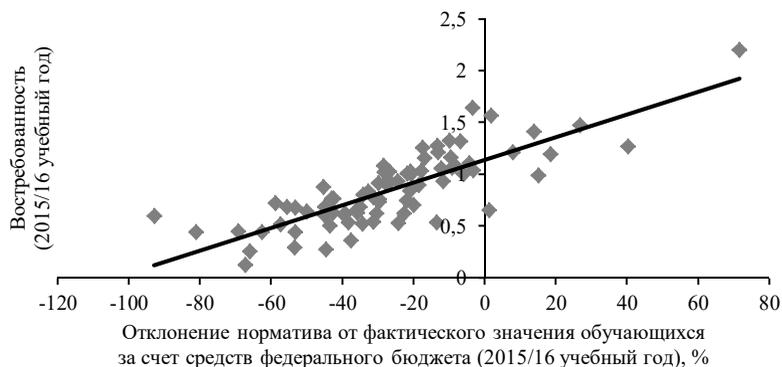
Студенческая миграция существенно отличается от других видов миграции, во-первых, масштабом — молодежь является одной из наиболее мобильных возрастных когорт; во-вторых, направленностью — миграция молодежи студенческого возраста не всегда происходит в центры притяжения мигрантов, она идет и в прочие (что менее характерно для России в условиях отсутствия классических университетских городов стран англо-саксонской модели); в-третьих, влиянием иных факторов — престижность и репутация вуза, возможность дальнейшего трудоустройства в регионе и экономическое благополучие. Таким образом, на миграцию молодежи с целью получения образования влияет множество факторов, она подчиняется особым законам и требует пристального внимания.

Проведенный анализ позволил выявить пространственные диспропорции в распределении контрольных цифр приема (КЦП) как одного из катализаторов образовательной миграции в региональном разрезе, а также доступности высшего образования с учетом демографических прогнозов и востребованности. Текущая система распределения бюджетных мест между регионами России в целом соответствует востребованности региональных систем (за исключением нескольких случаев). Однако такой вывод можно сделать, если пренебречь тем, что наличие бюджетных мест в вузе и проходной балл единого государственного экзамена (ЕГЭ) могут играть роль цены и косвенным образом влиять на выбор абитуриентов [1] (рис. 1).

Текущая система распределения бюджетных мест является предпосылкой формирования активной миграционной активности молодежи, и большей востребованностью пользуются те региональные системы высшего образования, которые предоставляют возможность получить образование бесплатно.

Анализ показывает, что наибольшее количество бюджетных мест получают регионы, которые характеризуются как наиболее привлекательные для выпускников школ (равно как и наоборот). Можно выде-

лить ряд регионов, которые при высокой востребованности получают меньшее количество бюджетных мест, ноаблюдается и обратная картина. Можно выделить ряд регионов, которые получают большее финансирование (НПФ) при меньших показателях востребованности. Этот факт требует более детального и глубокого анализа. Так образуется замкнутый круг, который можно изобразить следующим образом (рис. 2).



**Рис. 1.** Связь между востребованностью региональных систем высшего образования и отклонениями контрольных цифр приема от норматива



**Рис. 2.** Взаимообусловленные эффекты в распределении контрольных цифр приема

Селективный вуз [4], который характеризуется высоким конкурсом среди поступающих, будет аккумулировать более способных студентов. Высокий проходной балл будет влиять на значение показателя «потенциал образовательной организации», который учитывается в формуле расчета КЦП вуза<sup>1</sup>. Это, в свою очередь, будет способствовать доступу к большему количеству бюджетных мест и, как результат, большей востребованности среди выпускников школ. Высокий конкурс на бюджетные места приводит к усилению конкуренции между абитуриентами и росту проходного балла. Таким образом, образуется замкнутый круг с уровнями различной иерархии.

Учет региональных особенностей является необходимым условием создания единого образовательного пространства в Российской Федерации и создания равных условий для ее граждан в получении образования. Результаты реформирования системы высшего образования последних лет наложили отпечаток на условия формирования человеческого капитала в регионах России. Однако работ, посвященных оценке роли ведущих университетов в формировании человеческого капитала, в настоящее время нет. Оценка масштабов стягивания человеческого капитала в ведущих университетах путем построения гравитационной модели является чрезвычайно важной для дальнейшего социально-экономического развития регионов России.

Итак, образовательный сервис в современных условиях может быть определен как организация образовательных услуг всех видов и уровней, удовлетворяющих потребность в освоении универсальных знаний, приобретении компетенций, умений и навыков.

По результатам исследования можно составить научное понимание моделей поведения региональных образовательных центров, оценку аттрактивной функции ведущих университетов на селективную молодежь, а также оценить последствия сжатия пространства для регионов-доноров. Наконец, результаты исследования позволяют оценить влияние ведущих университетов на формирование человеческого капитала, определить зону и силу этого влияния, политику селективности по укрупненным группам специальности и пространственную локализацию образовательного сервиса.

---

<sup>1</sup> Методика проведения конкурсного отбора и критерии принятия решения о распределении контрольных цифр приема по специальностям и направлениям подготовки и (или) укрупненным группам специальностей и направлений подготовки для обучения по образовательным программам высшего образования за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета : прил. 1 к Приказу Минобрнауки РФ от 1 апреля 2015 г. № 340.

## Библиографический список

1. *Вербецкий А. Д., Фридман А. А.* Политика приема в вузы и конкуренция абитуриентов // Экономическая политика. — 2016. — Т. 11, № 5.
2. *Габдрахманов Н. К.* Высшие учебные заведения в пространственном развитии регионов Приволжского федерального округа // Современные тенденции пространственного развития и приоритеты общественной географии : материалы Междунар. науч. конф. в рамках IX ежегодной научной ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов (Барнаул, 12–19 сентября 2018 г.). — Барнаул : АлтГУ, 2018. — Т. 2.
3. *Габдрахманов Н. К.* Концентрация студентов в системе высшего образования на карте Российской Федерации // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Экономика. — 2019. — Т. 27, № 1.
4. *Прахов И. А.* Барьеры доступа к качественному высшему образованию в условиях ЕГЭ: семья и школа как сдерживающие факторы // Вопросы образования. — 2015. — № 1.

### О. Б. Долганова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Развитие межкультурной коммуникации в природном туризме города Екатеринбурга

**Аннотация.** Рассмотрена специфика развития в последнее время туризма, в том числе международного, в Уральском регионе. Дано определение понятия «межкультурная коммуникация». Туристам предлагаются для посещения несколько достопримечательностей, традиционно популярных у приезжающих, но поскольку большая часть интереснейших и необычайно красивых мест не посещаются, сделан вывод о том, что работникам туристической индустрии необходимо включить эти места в маршруты для гостей нашего региона.

**Ключевые слова:** гора; скалы; источник; необычайное озеро; растительный мир; легенды.

Развитие международной коммуникации в современных условиях происходит во всех сферах жизни: спорте, туризме, личных контактах и т. д. Все люди открыты для восприятия чужого культурного опыта, и готовы делиться продуктами собственной культуры. Эти отношения получили название «межкультурная коммуникация».

Такую сферу жизни, как туризм особенно трудно представить себе без коммуникации. Специалистам в сфере туризма приходится сталкиваться с решением многих задач коммуникативного характера, поэтому знание культурных традиций необходимо для работников туристической отрасли. Неотъемлемой характеристикой туристов является их любознательность в отношении изучения различных уголков мира, она формирует один из самых сильных побудительных туристских мо-

тивов. Совмещение отдыха с познанием жизни, истории и культуры народа — одна из задач, которую способен решить туризм [2].

За последние годы Уральский регион и Екатеринбург стали привлекательными для туристов не только из России, но и из других стран. Самыми популярными местами являются достопримечательности Екатеринбурга, Ганина яма, Верхотурье. Однако есть множество мест, расположенных недалеко от Екатеринбурга, которые могут оказаться привлекательными, интересными и незабываемыми.

**Ревун (весна).** Именно весной Ревун особенно привлекателен. Кипящий, грохочущий, ревущий поток воды с радугой над облаком брызг! Как у нас, на Среднем Урале, где нет ни высоких гор, ни широких рек, мог появиться такой порог? А когда в стремнину потока входит очередной катамаран, хочется закричать: «Стойте! Куда вы? Там нет прохода!». С замиранием сердца смотришь на борьбу четверки отчаянных смельчаков с буйством воды. Вот вам и Исеть, которую мы переходим по мостику в парке Маяковского.

**Шунут-камень (гора Шунут).** На Урале есть высокие горы, и Шунут — главная вершина Коноваловского увала Свердловской области. Добраться до вершины Шунута непросто, особенно в зимнее время года. Некоторые агентства устраивают организованные экскурсии, обеспечивая желающих транспортом, и даже могут предоставить в аренду лошадей. При подъеме на вершину нехватки кислорода не ощущается, возникает необычайное чувство восторга<sup>1</sup>.

Происхождение названия горы вызывает много споров среди географов и лингвистов. Одни считают, что слово это башкирского происхождения, другие говорят о влиянии языка манси; кто-то считает, что слово по происхождению является чисто тюркским. В элементе «ут» действительно заманчиво видеть тюркское «ут» — «огонь», так как есть много примеров, когда в случае приближающейся опасности на высокой горе зажигался огонь как сигнал для жителей близлежащих территорий.

Находясь на вершине, легко представляешь, что в древности между горами Шунут и Азов наверняка должна была существовать связь, осуществляемая сигнальными кострами или факельными огнями, передающими сигнал о грозящей опасности. На вершине горы находятся скалы-останцы. Схожие можно встретить и в других уральских местах. Географы и историки выдвигают невероятные гипотезы относительно их происхождения, ссылаясь на времена язычества, языческие обряды и выражая уверенность в особом, сознательном, устройстве каменных

---

<sup>1</sup> Гора Шунут (Шунут-камень). — URL : <https://uraloved.ru/mesta/sverdlovskaya-obl/gora-shunut>.

сооружений. Гора является геологическим природным памятником с южно-таежным ландшафтом, и, в основном, она покрыта лесом. Но если, поднимаясь по тропе к вершине, вы захотите остановиться и немного отдохнуть, то, внимательно оглядевшись по сторонам, сможете увидеть некоторые редкие виды растений: Венерин башмачок, саранку, ветреницу уральскую, подлесник европейский и др.

**Оленьи Ручьи.** Часто гидов спрашивают: «А почему Оленьи? Мы что, оленей увидим?». Некоторые отвечают шутя: «Увидите, целое стадо». Но редким туристам удастся увидеть оленей, хотя они там есть. Вместе с гидом идете обустроенной широкой тропой по дивному реликтовому лесу. Вот гигантские лиственницы в три охвата, под ногами цветной ковер, вверху — чистое небо. А воздух — ножом режь! Кажется, сейчас возникает избушка на курьих ножках. Выходите на скалистый берег реки Серьги и со смотровой площадки видите фигурку ангела на соседнем утесе. Оказывается, в мире таких ангелов всего семь. Камень Дыроватик стоит прямо в воде. За рекой, говорят, есть еще пещера и Провал — впечатляющая ямина. И вы просто стоите и смотрите, как картинка блекнет в наступающих сумерках.

**Озеро Тальков Камень.** Одно из самых красивых озер Среднего Урала — озеро Тальков Камень, рожденное не природой, а человеком. В начале XVIII века, когда по приказу Петра I началась разработка полезных ископаемых в Уральских горах, в этом месте начали добывать тальк, который шел на изготовление огнеупорных материалов для заводов Сысертского горного округа. Тальк — это мягкий минерал светло-зеленого цвета с перламутровым блеском, отшелушивающийся листочками, жирными на ощупь. В ходе добычи был задет водоносный слой, и на дне карьера стали просачиваться грунтовые воды [3]. Уже через несколько лет карьер оказался полностью затоплен и превратился в живописное лесное озеро. Вода в озере прозрачная, зеленоватого цвета, берега крутые и высокие. В озере встречаются простейшие обитатели, а вот рыбы здесь нет. Незабываемая красота озера может привлечь отдыхающих в качестве маршрута выходного дня. Для туристов, желающих остаться подольше, предусмотрены дополнительные условия: аренда палаток, мангалов, закупка дров.

**Платонида.** Один из самых интригующих целебных источников Урала расположен недалеко от горы Шунут. Платонида является интересным и легендарным местом в глухих лесах Ревдинского района. Когда-то здесь стоял старообрядческий скит. Сейчас сюда тянутся как старообрядцы, так и православные, различные оккультисты, просто туристы. Организуются крестные ходы, проводятся службы и крещенские купания. Существует множество легенд об отшельнице Платониде.

Каждый год к ней на поклонение и в надежде на исцеление от недугов приходило и приходит множество паломников со всего Урала и страны.

Святой источник находится в верховьях небольшой таежной речки Малый Ик. Вода здесь чистая, очень холодная и замечательно прозрачная. В реке водятся редкие виды рыбы, такие как хариус, сиг, судак. Лабораторный анализ воды показал, что содержание в ней тяжелых металлов ничтожно, опасные элементы отсутствуют, зато содержание марганца в три раза выше нормы, а концентрация радона делает воду лечебной. Родник бьет из-под земли и попадает в своеобразный резервуар в виде креста. Старожилы говорят, что несколько лет назад над крестом стояла легкая и гармоничная беседка, но зимой 2005 года неизвестные вандалы выломали и увезли ее. Теперь над источником установлен мрачный железный купол с православным крестом. Кому-то он напоминает корону российских императоров.

Недалеко находится большой деревянный Поклонный крест, принесенный сюда во время крестного хода. В былые времена дважды в год сюда тянулись крестные ходы от Верхних Серег, Краснояра, Мариинска, Полевского. Сейчас эта традиция возрождается. Несколько раз в год паломнические поездки на вездеходах и крестные ходы к Платониде устраивает Введенское архиерейское подворье поселка Верхние Серьги. Платонида сейчас продолжает обрастать легендами.

Думается, гостям нашего региона было бы интересно посетить как эти, так и другие места, ведь благодаря полученному опыту межкультурного общения мы смотрим на мир шире и с большим интересом относимся к культурному своеобразию других народов [1].

Туризм, и международный туризм в том числе, всегда служил и должен служить целям единения и взаимопонимания между народами и культурами.

### **Библиографический список**

1. *Вапнярская О. И.* Развитие межкультурных коммуникаций в туризме // *Сервис plus*. — 2017. — № 3.
2. *Дудник Ю. А.* Значение межкультурной коммуникации в туристской деятельности // *Интерактивная наука*. — 2016. — № 6.
3. *Емлин Э. Ф., Вахрушева Н. В., Кайнов В. И.* Самоцветная полоса Урала. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. горного ун-та, 2002.

**О. Т. Ергунова**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург;

**Л. М. Алманза**

Государственный технологический университет  
имени Симона Боливара (IESTP Simon Bolivar), г. Лима (Перу)

## **Значение МЦЕ-индустрии для развития внешнеэкономических связей Уральского региона**

**Аннотация.** В статье приведено обобщенное определение международного делового туризма (МЦЕ-индустрии), осуществляемого с целью повышения эффективности деятельности бизнес-субъектов и ее отдельных составляющих. Представленная характеристика основных видов делового туризма позволила выявить лидирующие позиции делового туризма по экономическим показателям среди всех секторов туризма. Исследование структуры туристического рынка показало, что расходы на организацию делового туризма в сравнении с расходами на организацию других видов туризма составляют лишь 23 % совокупных затрат туристической отрасли. Проведена оценка вклада МЦЕ-индустрии в экономику РФ и Уральского макрорегиона. Определены факторы внешней среды, оказывающие влияние на формирование рынка делового туризма в Свердловской области.

**Ключевые слова:** туризм; международный деловой туризм; МЦЕ-индустрия; внешнеэкономические связи.

Деловой туризм справедливо считается одним из самых перспективных и доходных видов путешествий, характеризующихся стабильным и высоким ростом доходов и устойчивостью к воздействию политических, экономических, погодных, климатических и других факторов [4]. Это позволяет сделать вывод: развитие международного делового туризма не только позволяет стимулировать рост объемов туристических услуг, но и способствует развитию экономики соответствующей территории (как страны в целом, так и региона в частности).

В целях более полного раскрытия данного понятия сконцентрируемся только на тех видах туризма, которые могут лучше описать, что представляет собой международный деловой туризм.

«Международный деловой туризм (бизнес-туризм) — это поездки сотрудников компаний одной страны (региона) в другие страны (регионы) с деловыми целями, иными словами — это командировки. Такие поездки связаны с выполнением профессиональных обязанностей» [6], а следовательно, осуществляются в целях бизнеса. К наиболее популярным бизнес-целям относят:

- расширение присутствия на рынке или выход на новый рынок;
- улучшение производственных процессов;
- развитие новых продуктов/услуг;
- повышение эффективности процесса управления;
- наращивание производственных мощностей;

— заключение сделок по слиянию и поглощению [2, с. 191].

Перечисленные цели свидетельствуют о том, что международный деловой туризм направлен на повышение эффективности деятельности бизнес-субъектов и ее отдельных составляющих.

Примечательно, что деловой туризм может быть классифицирован также по формам и категориям, транспортным средствам и другим признакам в зависимости от условий осуществления<sup>1</sup>. Например, поездка, при которой члены одной семьи, образовавшие предприятие, направляются в другой регион с бизнес-целями, может быть отнесена как к групповому, так и к семейному виду туризма. Если с аналогичными целями выезжают работники социальных предприятий, и их поездка оплачена из соответствующего бюджета, такой туризм можно отнести и к социальному.

Примечательно, что в отношении делового туризма, традиционным для которого является общение на английском языке, термин «туризм» не применяется. Вместо него используются словосочетание *business travel* (деловое путешествие) и все чаще встречающаяся аббревиатура MICE. Эта аббревиатура указывает на то, что бизнес-туризм включает такие сегменты, как<sup>2</sup>:

- M — Meetings — деловые встречи;
- I — Incentives — ин센див-туризм;
- C — Conferences — конференции;
- E — Exhibitions — выставки.

Виды делового туризма на основе перечисленных составляющих представлены на рис. 1.



Рис. 1. Виды делового туризма

<sup>1</sup> *Tourism Statistics* // UNWTO E-library. — URL : <https://www.e-unwto.org/toc/unwto/totfb/current>.

<sup>2</sup> *Russia GDP per capita* // Trading Economics. — URL : <https://tradingeconomics.com/russia/gdp-per-capita>.

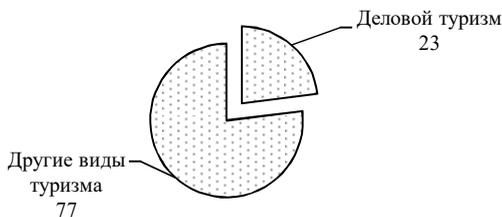
Одним из ключевых понятий МІСЕ-индустрии является «встреча», т. е. собрание группы людей для обсуждения или демонстрации какого-либо предмета, проведения масштабного мероприятия.

Исследования маркетинговой компании Horvat Consulting, проводимые по всему миру, показывают, что *деловой туризм является лидирующим по экономическим показателям среди всех секторов туризма* (рис. 2).



**Рис. 2.** Структура туристического рынка по экономическим показателям<sup>1</sup>

Однако, если сравнивать расходы на организацию делового туризма с расходами на организацию других видов туризма, то окажется, что они составляют всего 23 % совокупных затрат туристической отрасли (рис. 3).



**Рис. 3.** Доля затрат на организацию делового туризма в совокупных расходах туристической отрасли в 2018 г.<sup>2</sup>, %

<sup>1</sup> *Международные рынки // Экспортеры России.* — URL : <http://www.rusexporter.ru/research/country/detail/4863>.

<sup>2</sup> *Business Traveller Awards // Business Traveller.* — URL : <https://awards2018.businessraveller.com.ru>.

Несмотря на то, что расходы отдельного сегмента гораздо ниже совокупных расходов всех остальных сегментов туризма, размер рынка и высокий уровень дохода делают его достаточно выгодным видом бизнеса. *Наиболее выгодным для страны видом делового туризма считается конгрессный туризм.* Объясняется это следующими факторами:

— конгрессы организуются правительствами, министерствами, крупными холдингами, концернами, корпорациями и некоммерческими организациями, которые имеют достаточно средств для их оплаты [3, с. 68];

— расходы участников конгрессного туризма относятся на средства предприятия, направившего их на конгресс;

— помимо расходов, связанных с непосредственной оплатой присутствия на конгрессе, включая оплату участия в конгрессе, оплату питания и проживания в течение времени проведения конгресса, а также транспортных расходов, сотрудники получают командировочные;

— помимо перечисленных выше средств, участники конгресса могут иметь и свои собственные средства, которые по их желанию могут быть потрачены на организацию свободного от посещения конгрессных мероприятий времени;

— конгрессный туризм зачастую в целях статистики объединяют в более крупную группу, совмещая его с выставочным туризмом.

В целом это приводит к тому, что участники конгрессов имеют возможность потратить достаточно много средств<sup>1</sup>. Согласно оценкам экспертов ABARUS Market Research, иностранный турист, посетивший Уральский макрорегион с отличными от деловых целями, тратит примерно 150 долл. в сутки. В то же время деловой турист, приехавший на конференцию, тратит примерно 350–500 долл. в сутки [5].

Деловой туризм стимулирует рост:

— транспортных (в основном, самолеты и такси с первоклассным обслуживанием), гостиничных (как правило, 3 звезды и выше), ресторанных услуг;

— продаж в брендовых и сувенирных бутиках, расположенных вблизи гостиниц и конгресс-холлов;

— оборота предприятий, осуществляющих культурно-массовые мероприятия для потребителей МСЭ-индустрии.

Как правило, деловые встречи проводят по окончании туристического сезона с целью предотвращения сезонного падения доходов туристической отрасли, в том числе гостиничных предприятий [1, с. 22]

---

<sup>1</sup> *Климат России // Сезоны года.* — URL : <https://сезоны-года.рф/климат%20Рос-сии.html>.

и других перечисленных выше субъектов коммерческой деятельности, выигрывающих от проведения крупных деловых встреч.

Расходы на выездные поездки по странам графически представлены на рис. 4. Как следует из приведенной информации, наибольшую долю издержек мирового рынка делового туризма несут представители Китая (19,1 %), наименьшую — Испании (2,1 %). Доля России близка к доле Испании, превышая ее только на 0,3 %.



**Рис. 4.** Расходы на выездные поездки (деловой туризм) по странам в 2018 г., %

Согласно данным статистики WTTC, на сегодняшний день Европа обладает самой дорогой для клиентов инфраструктурой делового туризма вследствие постоянного удорожания евровалюты [5]. К концу 2019 г. этот фактор будет способствовать замедлению роста туристической отрасли Европейского Союза (ЕС) до 2,8 с 4,8 % годом ранее<sup>1</sup>.

Еще одним фактором, который понижательно действует на рост делового туризма в этом регионе, является сокращение объемов внешней торговли ЕС с другими странами ввиду усиления регионализма. В таких условиях Европа будет постепенно терять свои позиции как главная площадка для бизнес-встреч на мировом уровне в условиях роста качественной инфраструктуры делового туризма в других регионах мира.

К объектам инфраструктуры индустрии делового туризма относятся:

— средства размещения гостиницы (3 и 4 звезды), оборудованные специализированными конференц-залами (на начало 2018 г. в Уральском макрорегионе насчитывалась 11 международных сетей);

<sup>1</sup> Henley & Partners Visa Restriction Index // Henley & Partners Visa Restriction Index — URL : <http://visaindex.com/#>.

— транспортная инфраструктура, включая туристские перевозки и трансфер. Основная доля деловых туристов использует услуги авиакомпаний, на втором месте — железнодорожный транспорт. Автомобильный транспорт используется для организации транспортного обслуживания в процессе программных мероприятий и трансфера;

— сфера общественного питания. Специализироваться на данном виде обслуживания могут заведения сегмента «casual dining» — «повседневный обед» — рестораны, кафе и бары, представляющие средний ценовой сегмент. Согласно исследованиям специалистов, для деловых туристов, наряду с качеством еды, в приоритете быстрое и четкое обслуживание. Меню должно быть доступным; цены указаны как минимум на двух языках. Высокие требования к организации питания деловых туристов обусловлены одновременным обслуживанием большого количества участников и ограниченным запасом времени;

— конгрессно-выставочные площадки — в Уральском макрорегионе лидером является Свердловская область, которая активно развивает конгрессно-выставочную сферу как в рамках проведения крупнейших выставок, так и в связи с развитием сферы гостеприимства, строительством конгресс-центров и расширением выставочных площадей. Ежегодно в Свердловской области проходит более 300 конгрессно-выставочных мероприятий. Центром привлечения туристов на территории Свердловской области остается город Екатеринбург — центр деловой активности Урало-Сибирского региона.

Деловые поездки остаются основной целью посещения Уральского макрорегиона (43 % всех посещений).

Екатеринбург является административным центром Уральского федерального округа. В городе функционируют более 25 дипломатических и торговых представительств иностранных государств. На территории построен современный выставочный центр МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО» (50 тыс. м<sup>2</sup>).

В структуре туристического потока Свердловской области на протяжении последних лет стабильно преобладает деловой туризм (более 70–75 %), при этом уровень среднегодовой загрузки гостиниц в городе Екатеринбурге составляет 60 %, что говорит о хорошем спросе (в европейских странах нормой считается 50 %).

В рейтинге развития делового туризма в Уральском макрорегионе второе место после лидера — Свердловской области — занимает Тюменская область, которую за последние четыре года посетило около 1 500 000 туристов, при этом львиную долю всего турпотока составили уральцы.

На третьем и четвертом месте в рейтинге развития МІСЕ-индустрии в Уральском федеральном округе находятся Пермский край

и Челябинская область, где, хотя новые отели и появляются постепенно, но в целом на рынке предложение опережает спрос.

По оценкам Уральской палаты недвижимости (УПН), на протяжении последних лет стоимость номеров в гостиницах Екатеринбурга выросла в различных сегментах от 15 до 25 %. Рост обусловлен преимущественно восстановлением спроса и выходом на рынок новых отелей, имеющих высокие ценовые показатели. Сейчас «самый массово представленный средний сегмент — это отели 3–4-звездочные в ценовом диапазоне от 3 до 6 тыс. р. за сутки. Практически схожая ценовая ситуация на тюменском рынке: здесь наиболее популярны отели 3–4-звездочные, хотя квартиры посуточно и гостиницы более низкого уровня также пользуются спросом. Цены на стандартные номера колеблются от 2,5 тыс. р. в трехзвездочных до 6,4 — в четырехзвездочных.

На челябинском рынке в гостиничной сфере преобладает условный «единый ценовой сегмент». Почти независимо от «звездности» и состояния номерного фонда, предложение *rack rate* (т. е. «на стойке отеля», без предварительного бронирования) составляет 3–4 тыс. р. за номер. А сегментация проявляется в ценах на дополнительные услуги и сервис, прежде всего на питание.

Итак, несмотря на то, что в мире доля туризма в валовом внутреннем продукте (ВВП) оценивается в 10 %<sup>1</sup>, в Уральском макрорегионе вклад туризма в ВВП оценивается в объеме около 2–3% [4, с. 236]. Можно утверждать, что значение МІСЕ туризма для экономики Уральского федерального округа еще недостаточно велико. Однако его вклад в экономику региона является значимым вследствие того, что рост количества деловых контактов между российским и зарубежным деловыми сообществами приводит к росту взаимного товарооборота, и наоборот. В настоящее время осознается необходимость стимулирования международного МІСЕ-туризма как одного из ведущих факторов развития внешнеэкономических связей в условиях сложной внешнеэкономической и внешнеполитической обстановки.

### Библиографический список

1. *Грязнова В. П.* Понятие и глобальные проблемы современной мировой экономики // Проблемы современной экономики. — 2016. — № 29.
2. *Дугужева С. С.* Имидж России как объект туристической привлекательности в условиях кризиса // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма : материалы II Междунар. науч. студ. конф. (Орел, 20 апреля — 20 мая 2015 г.). — Орел : ГУ-УНПК, 2015.

---

<sup>1</sup> Роль туризма в российской экономике // Ростуризм. — URL : <https://www.russia-tourism.ru/contents/vkartinkah/Роль+туризма+в+российской+экономике>.

3. Кузнецов Б. Т. Стратегический менеджмент : учеб. пособие. — М. : Юнити-Дана, 2012.
4. Однокоз В. Г. Методики изучения жизненного цикла организации и их анализ // Молодой ученый. — 2016. — № 30.
5. Report the Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 «Paving the way for a more sustainable and inclusive future». — Geneva (Switzerland) : World Economic Forum, 2017.
6. Travel & Tourism: Global Economic Impact & Issues 2018. — L. : WTTC, 2018.

**М. В. Клейменов**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## **Сравнительный анализ предпринимательской активности молодежи Свердловской области: поселенческий аспект**

**Аннотация.** Представлен анализ предпринимательской активности молодежи Свердловской области. Молодых людей привлекает деятельность в качестве предпринимателя, но при этом они отмечают барьеры, затрудняющие занятие предпринимательством. Молодежь проявляет активность в поисках работы и трудоустройстве. Наиболее экономически активной является сельская молодежь, вынужденная искать рабочие места в городах из-за отсутствия их в сельской местности.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес; молодежь; предпринимательская активность.

Проблемы малого предпринимательства и молодежи, пытающейся заняться бизнесом, активно поднимаются как современной социологической, так и экономической наукой. Этими вопросами занимаются социологи Е. Н. Заборова, А. М. Тихомирова, Г. А. Банных, экономисты Н. В. Тонких, О. А. Коропец, В. А. Ли. На наш взгляд, наиболее актуальным является вопрос об активности молодежи в плане занятий предпринимательством.

В ходе исследования нам удалось опросить 555 молодых людей от 18 до 30 лет, проживающих на территории Свердловской области. Для получения репрезентативных данных была использована многоступенчатая квотная пропорциональная выборка по нескольким основаниям. Одним из таких оснований был тип поселения. Население Свердловской области составляет 4 329 341 чел., из них сельское население — 15,37 %, а городское — 84,63 % (2017 г.). Кроме того, численность населения варьирует в зависимости от типа поселения (малые и средние города, большие и крупные, крупнейший город — Екатеринбург). В ходе опроса выборка была соблюдена. Мы опросили

14 % жителей сельских поселений и поселков и 86 % городских жителей (39 % — жители Екатеринбурга; 15 % — жители крупных городов; 32 % — жители малых и средних городов).

*Как оценивает предпринимательство молодежь городов и сел?*

Молодежь в целом оценивает предпринимателей положительно, однако жители мегаполиса более позитивны: если в Екатеринбурге таких 72,0 %, то в сельской местности — 62,3 %. Чем малочисленнее поселение, тем больше процент тех, кто готов работать по найму, за зарплату на государственном предприятии: если в Екатеринбурге таких 15,1%, то в сельской местности — 35,1%.

Исследования ВЦИОМ показывают, что россияне на данный момент позитивно оценивают роль предпринимателя в нашем обществе<sup>1</sup>.

Если в целом во всех типах поселений молодежь «хотела бы заниматься предпринимательской деятельностью», то при продвижении от мегаполиса к малому городу и селу фиксируется отрицательный тренд: если в Екатеринбурге таких 58,7 %, то в малых городах и на селе — около 42 %. ВЦИОМ сообщает, что в России, в основном, молодые люди хотели бы открыть собственное дело — 52 %<sup>2</sup>. Чем население старше, тем ниже этот показатель.

*Легко или трудно быть предпринимателем?* Мы видим четкий тренд: по мере сокращения численности поселения все меньше молодых людей, которые считают это трудным делом: жители Екатеринбурга — 49 %, жители крупных городов — 42; жители малых и средних городов — 34; жители сел и деревень — 40 %. При этом молодежь села занимает промежуточную позицию между крупным и малым городом.

С мнением, что *предприниматели обеспечивают разнообразие товаров и услуг*, в той или иной степени согласны 93–96 % молодежи больших (крупных), средних и малых городов. Молодежь села менее оптимистична: только 89,7 % придерживаются такого мнения.

Мнение, что *предприниматели формируют средний класс*, способствуя этим устойчивости общества, в целом поддерживает вся молодежь, однако больше отрицательных ответов от не согласных с этой точкой зрения имеет место в Екатеринбурге (24 %) и в сельской местности (23 %). Возможно, на эти данные повлиял тот факт, что в крупнейшем городе и в сельской местности сильно социально-экономическое расслоение и положение предпринимателей в этом контексте как стабилизатора общества прослеживается слабо.

---

<sup>1</sup> *Пресс-выпуск № 3314. Предпринимательство и самозанятость в России // ВЦИОМ. 2000–2017. — URL : <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116082>.*

<sup>2</sup> *Там же.*

*Можно ли считать, что предпринимателей волнует только выгода?* Отвечая на этот вопрос, молодежь в большинстве своем заявила, что «это так». Если в Екатеринбурге не согласны с подобным высказыванием 42 %, то в других поселениях таких 35–37 % респондентов.

Не согласны с тем, что предприниматели редко заботятся о качестве продукции, безопасности услуг и сохранении природы 67 % молодежи Екатеринбурга и 70 % сельской местности. В крупных и малых городах таких несколько меньше — от 64 % (малый город) до 58,6 % (крупный город).

Существенных различий в оценке качеств, необходимых для предпринимателя, в поселенческом аспекте анализа не выявлено: практически все оценивают важность качеств одинаково. Однако если для городской молодежи на первом месте такое качество, как «умение налаживать связи», то для жителей села — «способность принять на себя ответственность».

Наибольшую активность в разных сферах жизни проявляет молодежь мегаполиса (активность в экономической сфере — 41 %), больше всего неактивных — в крупных (26,3 %) и малых/средних (25 %) городах. В то же время в политике наиболее активна именно молодежь крупного города (11 %), а в социокультурной сфере — молодежь сельской местности (40 %).

Наибольшую активность в поиске работы проявляет молодежь села: 80,5 % самостоятельно нашли и устроились на работу. Также высок показатель поиска работы среди жителей крупных городов — 76 %. Наиболее интенсивно учится бизнесу молодежь Екатеринбурга — 14 %, менее всего молодежь села — 6,5 %. Среди екатеринбургской молодежи также больше тех, кто создал свое предприятие (18 %).

В целом одинаково оценивая необходимые условия для создания собственного бизнеса, респонденты не отличаются в расстановке приоритетов: для жителей любых поселений Свердловской области на первом месте — денежные средства (стартовый капитал). Менее важны такие условия, как «удачливость», «получить патент, лицензию», «квалифицированная команда».

По мере движения от Екатеринбурга к малому городу нарастает положительная оценка структур, оказывающих поддержку бизнесу со стороны молодых предпринимателей. При этом выделяется мнение молодых предпринимателей крупного города: они положительно оценили помощь со стороны банков и других финансовых организаций, органов власти Свердловской области, общественных организаций.

Информированность о конкретных организациях, оказывающих помощь бизнесу, слабая, и этот показатель падает по мере продвижения от Екатеринбурга к селу: если ничего не знают о таких структурах

38,7 % екатеринбуржцев, 46 % жителей крупных городов, 49 % жителей малых и средних городов, то в сельской местности — 55,8 %.

Респонденты в целом выше среднего оценили *степень благоприятности общих условий для ведения бизнеса* в Свердловской области, при этом наиболее высокие баллы поставили жители г. Екатеринбурга (68,3 %), наименьшие баллы — молодежь крупного города (45,2 %). Как показывают исследования, в крупных городах даже сами предприниматели оценивают благоприятность ситуации с занятием бизнеса на «троечку» из пяти баллов [2, с. 145].

*Планирует ли молодежь заниматься предпринимательской деятельностью в ближайшее время?* Активность падает по мере продвижения от мегаполиса к малому городу: если в Екатеринбурге «планируют обязательно заняться предпринимательством» 28,0 %, в крупном — 18,3 %, то в малом — только 16,9 %. Но активность молодежи села приближается к активности мегаполиса: в сельской местности 23,4 % «обязательно намерены приступить» к такой деятельности.

*Что мотивирует молодежь на занятия предпринимательством?* В целом мотивация снижается по мере движения от Екатеринбурга к сельскому поселению. Так, мотив «Работать на себя, а не „на чужого дядю“» падает по мере движения от мегаполиса (44 %) и крупного города (45 %) к малому (35 %) и селу (38 %). Аналогичная тенденция прослеживается в отношении мотива «Много зарабатывать». Мотив «Возможность заниматься любой деятельностью, быть свободным в ее выборе» больше всего предпочитают жители мегаполиса — 38 %, для всех остальных типов населенных пунктов планка не поднялась выше 30 %. Относительное преобладание «Работать на себя» можно позиционировать как модель эгоцентризма, в которой личные потребности и цели ставятся выше, чем общественные интересы [1, с. 143].

Также нами были выявлены значительные расхождения в плане *сфер, которыми хотели бы заняться молодые люди* различных типов поселений. Так, торговля (30 %), ресторанный бизнес (20 %) и производство (17 %) лидируют в Екатеринбурге; в крупном городе на первое место вышли такие сферы, как культура (18 %), ресторанный бизнес (15 %) и торговля (14 %); в малом городе — торговля (17 %), ресторанный бизнес (13 %) и туризм (11 %); в сельском поселении — торговля (27 %), производство (13 %), общественное питание (12 %), туризм (12 %) и информационные услуги (12 %).

В заключение необходимо отметить, что молодежь Свердловской области крайне благожелательно относится к предпринимателям, занятию бизнесом, хотя и не считает предпринимательство «легким» делом. Среди поселенческой специфики важно отметить, что сельская молодежь активнее в поиске работы и трудоустройстве, чем городская.

## Библиографический список

1. *Грошева Л. И.* Специфика бизнес-активного поведения молодежи в России и Казахстане // Проблемы формирования единого пространства экономического и социального развития стран СНГ (СНГ-2015) : материалы ежегодной Междунар. науч.-практ. конф. (Тюмень, 24 апреля 2015 г.). — Тюмень : ТюмГНГУ, 2015.

2. *Ушкин С. Г.* «Легкий» бизнес, или с какими проблемами сталкиваются предприниматели в регионах? // Социологические исследования. — 2017. — № 3.

**Е. И. Охрименко**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург;

**Н. Ю. Белякова**

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва

## Конкурентоспособность России и Уральского региона на мировом рынке МТСЕ-туризма

**Аннотация.** Раскрыты содержание понятия туристического имиджа, его направленность на повышение конкурентоспособности территории в разрезе страны и региона на мировом рынке туризма. Представленные в статье факторы формирования туристического имиджа страны являются основой повышения привлекательности развития МТСЕ-туризма как РФ в целом, так и Уральского макрорегиона в частности. Сравнительный анализ конкурентоспособности России на международной арене в сфере туризма и путешествий позволил сделать вывод, что для развития МТСЕ-туризма крупные спортивные сооружения и признанные (материальные и нематериальные) объекты культуры имеют не меньшее значение, чем количество международных бизнес-встреч (форумов, конференций и т. д.), что и доказывает пример Уральского макрорегиона.

**Ключевые слова:** международный деловой туризм; МТСЕ-индустрия; туристический имидж; факторы; конкурентоспособность.

Оценка конкурентоспособности любой страны на мировом рынке туризма основана на сформированном ее туристическом имидже, под которым понимают «искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия» [3, с. 191]. Применительно к стране имидж отражает представление о ней, существующее на мировой арене. Соответственно, туристический имидж — это представление о стране как об объекте притяжения туристов.

Формирование туристического имиджа страны, по мнению разных исследователей, обусловлено действием следующих факторов:

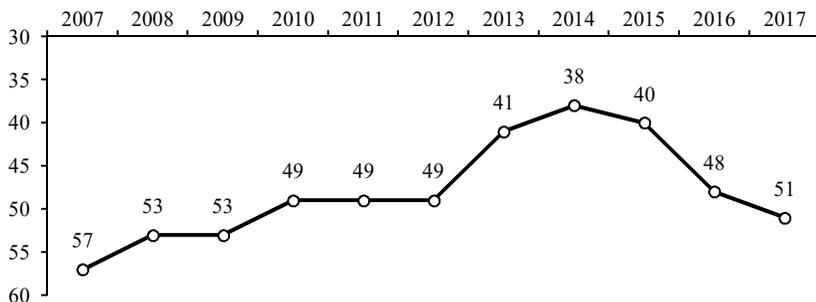
— наличие благоприятных для развития туризма природных ресурсов (море, горы, уникальные или необычные природные явления);

- нахождение страны в зоне благоприятного для развития туризма климата (это может быть, как мягкий континентальный климат, так и климат, благоприятный для развития экстремальных видов туризма);
- существование в стране исторических центров и достопримечательностей;
- наличие транспортной и гостиничной инфраструктуры, доступные цены на транспортные услуги и размещение;
- действующий в стране визовый режим;
- свободные коммуникации на родном (привычном) для туриста языке [1, с. 152];
- выгодное географическое положение [4, с. 64];
- политическая стабильность как гарантия безопасности;
- экономическая стабильность как гарантия высокого качества обслуживания в туристическом и сопутствующих видах бизнеса [3, с. 192].

На туристическую привлекательность страны оказывает влияние именно тот фактор, который четко транслируется при помощи массовых коммуникаций и, как следствие, становится известен потенциальным туристам.

Важно отметить и то, что различные индексы помогают проследить, как именно изменяется туристический имидж страны с точки зрения иностранцев. Индекс визовых ограничений (Visa Restriction Index) является одним из признанных в мире туристических индексов, ежегодно составляемых Henley & Partners в партнерстве с Международной Ассоциацией воздушного транспорта (IATA). Сущностной характеристикой индекса является то, что он отражает изучение сложности получения виз в различных странах и возможности граждан посещать определенное количество стран без оформления виз. Оценка этих показателей экспертами Henley & Partners и IATA позволяет расположить страны в порядке убывания визовой свободы. Изменения ранга РФ в этом рейтинге представлены на рис. 1. Рейтинг России был максимальным (38-е место) в 2014 г., достиг в 2017 г. 51-й позиции, что примерно соответствует позициям страны, занимаемым ею в 2009–2010 гг.; далее рейтинг динамично снижается. Это означает, что начиная с 2014 г. туристы некоторых стран столкнулись с ограничениями, препятствующими получению ими виз для посещения РФ, а граждане РФ — с большими сложностями в получении виз на въезд в ряд государств (например, в те государства, с которыми ранее у РФ были договоры о безвизовом режиме для граждан).

В 2017 г. граждане РФ могли посещать без виз 106 государств мира (для сравнения: лидер рейтинга — ФРГ — 177 стран мира из существующих 218), по данным Henley & Partners [7].



**Рис. 1.** Динамика рейтинга РФ по индексу визовых ограничений [7]

Наличие в России природных и культурных объектов, интересных для посещения туристами, является очевидным. Если обратиться к списку объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, то на данный момент в нем содержится 17 культурных и 11 природных объектов. Из общего числа культурных объектов 6 объектов признаны шедеврами человеческого гения, а из общего числа природных объектов четырех объекта являются природными феноменами<sup>1</sup>. По общему числу объектов Всемирного наследия Российская Федерация занимает 9-е место в мире, а по числу природных объектов — 4-е место после Китая, США и Австралии<sup>2</sup>. Примечательно, что, согласно данным ЮНЕСКО, ни один из российских природных и культурных объектов, включенных в перечень Всемирного наследия, не находится под угрозой исчезновения, что повышает шансы туристов на знакомство с шедеврами российской культуры и природы<sup>3</sup>.

Уникальность российского климата с позиции дифференциации климатических поясов (арктического, субарктического, умеренного и субтропического) обусловлена как значительной протяженностью страны, так и различным уровнем ее водоемов и разнообразием рельефа — от высокогорных пиков до равнин, находящихся ниже уровня моря. Как следствие, каждый регион страны готов предложить туристам характерные только для него особые климатические условия. Так, в северных регионах — Сибирь и Якутия — наблюдаются отрицательные среднегодовые температуры и короткое лето (здесь, например, расположен полю холода Оймякон, являющийся самым холодным из всех

<sup>1</sup> *Competitiveness Rankings*. — URL : <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/competitiveness-rankings/#indicatorId=GCI.A.02>.

<sup>2</sup> Фонд «Охрана природного наследия». — URL : <http://www.nhpfund.ru>.

<sup>3</sup> *Competitiveness Rankings*. — URL : <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/competitiveness-rankings/#indicatorId=GCI.A.02>.

обитаемых регионов Северного полушария [2]). Особенность дальневосточного климата — его контрастность. По мере приближения к океану континентальный климат все более напоминает муссонный. Центральная Россия благоприятна для большинства туристов, отмечающих отчетливую смену времен года: жаркое лето сменяется непродолжительной осенью, а после прохладной зимы приходит весна с повышенным уровнем осадков. Климат Юга России идеален для отдыха: море не успевает сильно охладиться за время теплой зимы, и туристический сезон начинается уже в конце апреля<sup>1</sup>.

Большая протяженность России и ее нахождение между азиатскими и европейскими странами обуславливают ее выгодное географическое положение.

Транспортная инфраструктура РФ значительно улучшилась благодаря реализации мероприятий Федеральных целевых программ в транспортной сфере. Это стало одним из факторов, позволивших повысить глобальный рейтинг конкурентоспособности РФ за 2015–2016 гг. на восемь рангов — с 53-го места до 45-го. По каждому из факторов в рамках глобального рейтинга составляются мини-рейтинги. Рейтинг РФ по уровню развития транспортной инфраструктуры за 2015–2016 гг. возрос на четыре ранга, перейдя с 39-го места на 35-е<sup>2</sup>. Структура рейтинга конкурентоспособности РФ по качеству транспортной инфраструктуры представлена на многоугольнике конкурентоспособности (рис. 2) в сравнении с лидером рейтинга качества транспортной инфраструктуры — Объединенными Арабскими Эмиратами.

Согласно представленным данным ОАЭ превосходит РФ по качеству транспортной инфраструктуры по всем направлениям, кроме железнодорожной инфраструктуры (железнодорожный транспорт в ОАЭ отсутствует). Это означает, что России еще есть над чем работать и куда стремиться, так как существующие показатели качества отечественной транспортной инфраструктуры можно назвать средними.

Рассматривая гостиничную инфраструктуру, следует отметить, что по данному показателю Россия является крупнейшим рынком в СНГ, на котором на конец 2018 г. функционировала 151 гостиница, принадлежащая международным брендам. Суммарное количество номеров в гостиницах — около 33 000. Наиболее развитыми рынками гостиничных услуг в Российской Федерации все еще остаются Москва, Санкт-Петербург и Сочи: на их долю приходится 70 % всех междуна-

---

<sup>1</sup> *Климат России // Сезоны года.* — URL : <https://сезоны-года.рф/климат%20Росии.html>

<sup>2</sup> *Henley & Partners Visa Restriction Index // Henley & Partners Visa Restriction Index* — URL : <http://visaindex.com/#>.

родных гостиниц в России. Как ожидалось, проведение у нас чемпионата мира по футболу привело к увеличению предложения гостиниц в городах-участниках: было объявлено об открытии в Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону и Самаре от 3 до 5 новых отелей под международными брендами. Существенное увеличение предложения также ожидается в Краснодаре и Тюмени (771 номер в трех объектах и 671 номер в 4 объектах соответственно к 2020 г.). Оба города характеризуются стабильным потоком туристов, потребности которых в качественных международных гостиницах пока остаются неудовлетворенными [5, с. 14–15].



**Рис. 2.** Сравнительный анализ рейтинга конкурентоспособности качества транспортной инфраструктуры РФ и ОАЭ, рассчитанного по глобальному индексу конкурентоспособности за 2018 г.

Цены на гостиничные услуги являются вполне приемлемыми для граждан западных стран. Однако большинство российских граждан в силу низких экономических возможностей пока не может себе позволить пользоваться услугами брендированных отелей. Для них в большинстве крупных российских городов имеются местные небольшие гостиницы и апартаменты (квартиры и дома, сдаваемые внаем в качестве гостиничных номеров). Однако в тех случаях, когда объект туристического интереса удален от крупных городов, объекты гостиничной инфраструктуры могут встречаться достаточно редко или вообще отсутствовать.

Наиболее благоприятно выглядят внешние контакты нашей страны с арабскими странами, которые постепенно консолидируются вокруг РФ по вопросам пресечения террористической угрозы в арабском мире. Этому способствовали очевидные успехи РФ в Сирии, которые, тем не

менее, не так однозначно были восприняты европейскими странами, Канадой, США и Японией. В совокупности с негативным отношением этих стран к присоединению Крыма и Севастополя к российской территории, наличием российских добровольцев в числе обороняющих Донбасс это породило углубление конфронтации с США и все большее отчуждение от РФ. Само по себе наличие украинского военного конфликта около российских границ также не повышает уровень внешнеполитической ситуации в РФ. Применительно к туризму внешнеполитическая ситуация сказывается на снижении числа посещений России туристами из европейских стран, США и Канады вследствие формирования негативного имиджа РФ как страны-агрессора. Недостаточно динамично развивается внешнеполитическая ситуация со странами Юго-Восточной Азии, что обусловлено превышающими темпами развития этих стран над российскими и, как следствие, недостатком предложения российских товаров, которые были бы интересны этим странам, и отсутствием у российского населения склонности к потреблению товаров из этих стран вследствие низкого уровня жизни населения.

Экономическая ситуация в стране характеризуется экспертами как фаза стабильности в ожидании роста. Эта фаза отличается:

- сокращением потребительских доходов и расходов;
- углублением экономического неравенства между разными слоями населения;
- хронической напряженностью в государственных финансах;
- постепенным регулированием государственного сектора в достаточно сложных политических и экономических условиях;
- экономией на заработной плате работников предприятий практически всех секторов экономики при стабильном уровне безработицы [6, с. 109–112].

Помимо представленных факторов, с точки зрения авторов данной статьи, интересно проанализировать и конкурентоспособность России на мировом туристическом рынке. Одним из наиболее авторитетных рейтингов, которые отражают конкурентоспособность страны на мировом рынке туризма, является The Travel & Tourism Competitiveness Report (Отчет о конкурентоспособности в сфере туризма и путешествий), ежегодно публикуемый Всемирным экономическим форумом (ВЭФ). Согласно данным отчета за 2017 г. Российская Федерация занимает 43-е место в мире из 141. В сравнении с рейтингом за 2015 г. РФ поднялась на два пункта (с 45-го на 43-е место), обогнав такие традиционно туристические страны, как Турция и Болгария.

Данный рейтинг основан на изучении 90 показателей, 2/3 из которых являются статистическими, а 1/3 опирается на мнение авторитетных международных экспертов. При этом, по данным рейтинга, Рос-

сийская Федерация является лидером рынка туризма в евразийском субрегионе, в который, помимо РФ, включены страны Кавказа и Средней Азии, ранее входившие в состав СССР. В отчете отмечается, что страны данного региона стали более конкурентоспособны на мировой арене благодаря росту квалификации и эффективности персонала, работающего в отрасли туризма и сопутствующих отраслях, а также более низким расходам на размещение и транспорт и повышению эффективности использования природного наследия [7, с. 9–10]. Последний из описанных факторов в странах Западной Европы впервые за долгое время продемонстрировал снижение, что обеспечило дополнительный рост конкурентоспособности на мировом туристическом рынке странам евразийского субрегиона.

Несмотря на позитивное изменение рейтинга конкурентоспособности РФ в мировом туризме, ее позиции по показателю «деловая инфраструктура» можно считать крайне низкими. РФ занимает 105-ю позицию из 136 стран, представленных в рейтинге по данному показателю, располагаясь между Бангладеш и Мали. Лидером по этому показателю является Гонконг, поэтому сравним все остальные показатели РФ именно с этой страной.

Т а б л и ц а 1

**Конкурентоспособность Российской Федерации  
по показателям группы «Культурные ресурсы и деловые поездки»  
в сравнении с Китаем и Гонконгом**

Показатель	Российская Федерация		Китай		Гонконг	
	Ранг	Показатель конкурентоспособности	Ранг	Показатель конкурентоспособности	Ранг	Показатель конкурентоспособности
Культурные и деловые поездки, всего	25	3,2	1	6,9	31	3,0
— количество объектов культурного наследия	11	16,0	5	37,0	Н/д	Н/д
— устное и нематериальное культурное наследие (степень выраженности)	93	0,0	1	39,0	Н/д	Н/д
— количество крупных стадионов	16	30,0	2	141,0	77	4,0
— количество международных бизнес-встреч (в среднем за три года)	42	90,7	7	387,3	38	106,7
— культурный и развлекательный туризм, количество интернет-запросов	32	22,0	3	82,0	15	46,0

Более подробно показатели, входящие в группу «Культурные ресурсы и деловые поездки», в РФ проанализированы в сравнении с Китаем и Гонконгом (табл. 1). Китай, занимающий первое место по культурным и деловым поездкам, превосходит Россию по всем входящим в рейтинг показателям. Особо следует отметить значительное превосходство Китая по количеству крупных стадионов и еще большее превосходство — по количеству международных бизнес-встреч.

Сравнивая РФ и Гонконг, следует отметить, что последний по исследуемому показателю находится ниже РФ на 6 пунктов, несмотря на ранее выявленные более высокие показатели деловой среды. Это обусловлено отсутствием у составителей рейтинга данных о наличии в Гонконге объектов культуры и более низкими показателями в сравнении с РФ по количеству спортивных сооружений. Из этого следует, что крупные спортивные сооружения и признанные (материальные и нематериальные) объекты культуры имеют для развития МІСЕ-туризма не меньшее значение, чем количество международных бизнес-встреч (форумов, конференций и т. д.).

Для наглядности, чтобы оценить конкурентоспособность сферы МІСЕ-туризма Уральского макрорегиона, все изученные факторы вкратце представим в матрице SWOT-анализа (табл. 2).

Согласно представленным в таблице данным можно отметить, что количество сильных сторон, которые в большей степени могли бы стимулировать в Уральском макрорегионе развитие различных видов туризма, нейтрализуется действием еще большего количества слабых сторон. Существующие возможности, к большому сожалению, в основном узколокальны и кратковременны. Даже при их реализации нет гарантии, что построенные инфраструктурные объекты будут эффективно использоваться в последующие после проведения чемпионата мира по футболу периоды. Усугубляется все это наличием небольшого количества достаточно сильных угроз, препятствующих развитию туризма в Уральском макрорегионе. Вместе с тем следует отметить, что для развития бизнес-туризма большое значение могут иметь этнокультурные проекты, реализуемые с целью повышения степени выраженности национальной нематериальной культуры.

Безусловно, нейтрализация выявленных слабых сторон и угроз должна быть положена в основу стратегической программы развития туризма в Уральском макрорегионе, разрабатываемой на федеральном уровне. Однако применительно к теме исследования наиболее интересным для дальнейшей разработки является визовый режим в РФ и проводимый в его рамках таможенный контроль в местах пересечения таможенной и Государственной границы РФ иностранными и российскими туристами.

**Матрица SWOT-анализа факторов,  
влияющих на туристический имидж Уральского макрорегиона**

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<p>1. Наличие на территории Уральского региона шедевров культуры и природных феноменов, а также других культурных и природных объектов, отнесенных к Всемирному наследию ЮНЕСКО и не находящихся под угрозой исчезновения.</p> <p>2. Наличие на территории Уральского региона достаточного количества культурных и природных достопримечательностей.</p> <p>3. Выгодное географическое положение Уральского региона между азиатскими и европейскими странами.</p> <p>4. Наличие качественных гостиничных услуг и конгрессно-выставочных площадок в столицах субъектов УрФО.</p> <p>6. Приемлемость для граждан западных стран цен на гостиничные услуги.</p> <p>7. Стабильная внутривнутриполитическая ситуация, гарантирующая защиту от посягательств на жизнь и здоровье иностранных туристов</p>	<p>1. Усиление визового режима в отношении граждан РФ со стороны некоторых стран мира и ответное усиление визового режима РФ в отношении граждан этих стран.</p> <p>2. Невысокие показатели транспортной инфраструктуры.</p> <p>3. Почти полное отсутствие гостиничной инфраструктуры в глубинке, даже при условии существования в них достопримечательностей, интересных для туристов.</p> <p>4. Большинство российских граждан не имеют материальных возможностей для использования услуг международных гостиниц, расположенных на территории Уральского региона.</p> <p>5. Недостаточно свободные коммуникации для туристов, не владеющих русским языком.</p> <p>6. Неэффективная трансляция достоинств уральского туристического рынка во внешней сфере.</p> <p>7. Негативный внешнеполитический образ России.</p> <p>8. Низкий уровень конкурентоспособности Уральского региона по показателям культурных и деловых поездок, международной открытости и приоритизации туризма</p>
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
<p>1. Рост потребления гостиничных и туристических услуг в период проведения Универсиады-2023.</p> <p>2. Наличие неудовлетворенных потребностей в международных гостиницах в Тюмени.</p> <p>3. Создание федеральных целевых проектов по развитию туризма</p> <p>4. Развитие этнокультурных проектов малых народов России (ХМАО, ЯНАО)</p>	<p>1. Усиление антироссийских настроений.</p> <p>2. Дальнейшее снижение уровня жизни населения</p>

Таким образом, исследование факторов, имеющих важное значение в отношении туристического имиджа Уральского макрорегиона в частности и РФ в целом, позволило выяснить, что Уральский регион,

имеющий колоссальные возможности для развития туризма, может стать со временем вполне конкурентоспособным.

### **Библиографический список**

1. *Ананченкова П. И., Кузнецов М. Ю.* Туристический имидж дестинации (на примере Азербайджанской Республики) // *Этносоциум и межнациональная культура*. — 2017. — № 7(109).

2. *Дерябина В. Ю.* Преимущества и недостатки матричных методов стратегического планирования // *Инновационный электронный научный журнал*. — 2014. — № 1(18).

3. *Дугужева С. С.* Имидж России как объект туристической привлекательности в условиях кризиса // *Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма : материалы II Междунар. науч. студ. конф. (Орел, 20 апреля — 20 мая 2015 г.)*. — Орел : ГУ-УНПК, 2015.

4. *Королев Н. Н., Рябова Е. В.* Реализация туристического потенциала историко-культурного наследия Беларуси // *Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств*. — 2015. — № 3(32).

5. *Международные гостиничные сети в России, СНГ и Грузии: анализ мировых тенденций индустрии гостеприимства и их актуальность для России в 2016 г.* М. : КРМГ, 2017. — 24 с.

6. *Фам К. Ф., Лазарев М. П.* Анализ основных факторов, повлиявших на экономическую ситуацию в РФ в 2015–2016 гг. // *Экономика и бизнес: теория и практика*. — 2017. — № 4-2.

7. *Report the Travel & Tourism Competitiveness Report. 2017 «Paving the way for a more sustainable and inclusive future»*. — Geneva (Switzerland) : World Economic Forum, 2017.

**А. А. Ошкордина**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург;

**Н. В. Зайцева**

Сухоложская районная больница, г. Сухой Лог

## **Повышение экономической эффективности учреждений здравоохранения в условиях цифровой трансформации**

**Аннотация.** Отражены первые экономические результаты внедрения информационной системы в деятельность клиничко-лабораторной службы многопрофильного медицинского учреждения в современных условиях развития здравоохранения как одной из важнейших отраслей социальной сферы услуг. Авторами проведен комплексный анализ организационно-управленческих и финансовых результатов деятельности структурного подразделения до и после его трансформации; разработан алгоритм дальнейшего совершенствования деятельности клиничко-лабораторной службы в условиях развития цифровых технологий в медицинской науке и здравоохранении РФ.

**Ключевые слова:** клиничко-лабораторная служба; информационная система; затраты; экономическая эффективность; экономия; результат.

В условиях крупномасштабной информатизации и компьютеризации эффективное функционирование учреждений здравоохранения невозможно без использования информационных систем, в том числе и в лабораторно-клиническом комплексе. В настоящее время практически все медицинские учреждения и организации здравоохранения различных форм собственности используют в лабораторно-диагностической службе информационные системы. Вместе с тем необходимо отметить достаточно небольшое количество медицинских организаций, имеющих централизованную лабораторную информационную систему, которая включает в себя все структурные подразделения лечебно-диагностического комплекса. Некоторые учреждения, особенно большие больницы, предпочитают создавать собственные системы либо предоставляемые коммерческими фирмами [3, с. 23]. Использование лабораторных информационных систем (ЛИС) — стандарт в практике клиничко-диагностических лабораторий США [6, с. 256].

Создание единой, централизованной лабораторно-информационной системы позволяет механически контролировать целостно-завершенный лабораторно-диагностический процесс и гарантировать его соответствие стандартам качества международного и государственного уровней. Внедрение лабораторных информационных систем гарантирует вероятность долгосрочного и качественного сохранения результатов лабораторно-диагностических исследований пациентов для их дальнейшего использования и обработки в лечебно-диагностическом про-

цессе и формирования статистической базы. Кроме того, лабораторная информационная система дает возможность применять эффективный и целесообразный контроль использования материально-технических, финансовых, трудовых и временных ресурсов, применяя экономические методы управления медицинским учреждением. Так, наличие единого информационного пространства позволяет более точно определить себестоимость лабораторных исследований, а также вести детализированный учет списания используемых реагентов и расходных материалов для выполнения тестов с последующим расчетом рентабельности лабораторного процесса [1, с. 81].

Необходимо отметить, что автоматизация процесса лабораторной диагностики с помощью ЛИС дает возможность легко и быстро регистрировать биообразцы, при этом исчезают проблемы неразборчивого почерка; отпадает необходимость рутинного ведения бумажного документооборота; появляется возможность автоматического пересчета лабораторных исследований из одних единиц в другие с автоматической подставкой референсных значений [2, с. 42]. Кроме того, внедрение электронного документооборота в лечебно-диагностический процесс позволяет более эффективно управлять результатами лабораторно-диагностических исследований, способствует сокращению дублирования и безосновательности проведения лабораторных анализов, а также исключает человеческий фактор при проведении исследований.

Таким образом, в целях повышения качества лечебно-диагностического процесса для централизованного автоматизированного клиничко-лабораторного комплекса основными задачами следует признать эффективное регулирование лабораторных назначений, уменьшение временных промежутков получения результатов клиничко-диагностических мероприятий, а также обеспечение более качественной и аргументированной их интерпретации с соблюдением контролирующих функций за проведение клинических исследований. По разным оценкам, в рукописной истории содержится от 40 до 70 % информации о больном, полученной в ходе лечебно-диагностического процесса, и 30 % в собственных архивах диагностических служб, либо таковая безвозвратно утеряна [4, с. 120].

Российской версией информационной аналитической медицинской системы (РИАМС) является программа «ПроМед», функционирующая по принципам модели SaaS (Software as a Services — программное обеспечение как услуга). Данная программа предполагает единое информационное пространство для неограниченного числа пользователей. В центральном филиале аккумулируется и обрабатывается весь информационно-аналитический и диагностический материал, увязанный с персонифицированным учетом оказания видов и объемов лечеб-

но-диагностических мероприятий, а также учетом материально-технических и финансовых ресурсов на их оказание. «ПроМед» позволяет осуществлять информационный обмен между медицинскими учреждениями, органами управления здравоохранением, ТФОМС, страховыми медицинскими организациями и аптечными учреждениями, участвующими в реализации программы дополнительного лекарственного обеспечения.

Время, затраченное на обучение медицинского персонала клинической службы, составило около 30–40 дней.

Наряду с выявленными неоспоримыми преимуществами использования ЛИС в системе управления медицинским учреждением необходимо отразить некоторые недостатки и проблемы, которые негативно влияли на характер и результативность ее внедрения. Данные проблемы, в основном, были связаны с психоэмоциональным восприятием медицинским персоналом внедрения инновационных технологий в лечебно-диагностический процесс, «консерватизмом» специалистов, задействованных в электронном документообороте лабораторно-диагностического исследования пациента. Основной плюс применения ЛИС — обработка и фиксация итоговых значений лабораторно-диагностических исследований в электронную карту больного в режиме текущего времени.

При оценке экономических результатов можно констатировать факт экономии финансовых средств в течение 2018 г. около 27 500 тыс. р. за счет сокращения количества необоснованных лабораторных и диагностических назначений, а также сокращения временных показателей на проведение лабораторно-диагностических мероприятий практически в 14 раз, что, в свою очередь, позволило снизить нагрузку на медицинский персонал, в том числе за счет сокращения времени на регистрацию результатов и заказов при проведении лабораторных анализов (см. таблицу).

#### **Сокращение времени медицинских работников в результате внедрения ЛИС РИАМС «ПроМед»**

Показатель	До внедрения ЛИС РИАМС «ПроМед»	После запуска ЛИС РИАМС «ПроМед»
Время регистрации назначения и результата автоматизированного исследования	4,5 мин	0,3 мин
Время получения результата лечащим врачом	1–2 дня	1–4 ч
Ошибки при идентификации пациента	7 %	1 %

В результате ретруктуризации клиничко-лабораторного комплекса разработан блок мероприятий, направленных на совершенствование деятельности клиничко-диагностической лаборатории:

- консолидировать лабораторные подразделения на единой площадке с учетом санитарных норм и правил инфекционной безопасности;
- исключить из перечня устаревшие и малоинформативные тесты;
- разработать стратегию управления лабораторными назначениями;
- выделить основные экономические показатели, необходимые для оценки экономической эффективности КДЛ [5, с. 168].

Таким образом, централизация и информатизация лабораторно-клинического комплекса больницы позволяют повысить качество клинико-лабораторных исследований за счет сокращения ошибочной идентификации пациента на 5–7 % с помощью использования штрихкодирования, а также способствуют сокращению количества необоснованных лабораторных назначений. Автоматизированные процессы клинических исследований увеличивают производительную деятельность специалистов лабораторно-клинического комплекса больницы и приводят к сокращению временных показателей при регистрации результатов и назначений, что, в свою очередь, приводит к сокращению нагрузки на персонал более чем в 10 раз. Получение результатов клинических исследований в режиме реального времени приводит к повышению качества и своевременности лечебно-диагностического процесса. Несмотря на некоторые недостатки внедрение ЛИС РИАМС «ПроМед» в ГАУЗ СО «Сухоложская РБ» повысило экономическую эффективность клинико-диагностической лаборатории и качество предоставляемых услуг за счет повышения качества проводимых исследований, снижения количества необоснованных и дублирующих манипуляций и анализов, а также за счет увеличения количественных показателей деятельности лаборатории на 48 % по сравнению с предыдущими периодами, когда ЛИС еще не была внедрена.

### **Библиографический список**

1. *Гашилова Н. С., Захарова Л. Р., Горшков Н. Е.* Опыт автоматизации централизованной клинико-диагностической лаборатории городской поликлиники № 195 УЗ ЗАО г. Москвы. Практика использования Лабораторных Информационных Систем (ЛИС) в современной лаборатории // *Лабораторная медицина.* — 2008. — № 9.
2. *Гусев А. В., Романов Ф. А.* Комплексная медицинская информационная система в обеспечении качества лабораторной диагностики // *Врач и информационные технологии.* — 2008. — № 4.
3. *Золотарев П. Н.* Информационные менеджмент-системы в лабораторной медицине // *Информационный менеджмент.* — 2016. — № 5.
4. *Кишкун А. А., Гузовский А. Л.* Лабораторные информационные системы и экономические аспекты деятельности лабораторий. — М. : Лабора, 2007.

5. *Ошкордина А. А., Цвиренко С. В., Зайцева Н. В.* Повышение экономической эффективности деятельности клинико-лабораторной службы в системе управления медицинским учреждением // Финансовая экономика. — 2018. — № 7.

6. *Kost G. J.* Handbook of clinical automation, robotics, and optimization. — N. Y., etc. : Wiley, 1996.

**Р. Т. Тимакова**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## **Воркшоп в индустрии гостеприимства — новые возможности для Уральского региона**

**Аннотация.** Раскрыто содержание понятия «воркшоп», которое, включая в себя прогрессивные технологии: мозговой штурм, мастер-классы, конференции, стратегические сессии и др., отличается практической направленностью на достижение результатов в профессиональных бизнес-сообществах. Workshop «Турбизнес», координируя и проводя проекты по продвижению услуг в индустрии гостеприимства, оказывает влияние на формирование парадигмы ее развития с учетом всеобщей цифровизации. Продвижение проекта «Урал для школы» в рамках Workshop «Турбизнес» позволит увеличить целевую аудиторию.

**Ключевые слова:** воркшоп; workshop; цифровизация; обучение; проект «Урал для школы».

В эпоху глобализации, индустриализации и цифровизации новым методом овладения знаний, как говорится, нас не учит только ленивый. Современная молодежь, представленная поколениями *Y* и *Z* (миллениалами), поколением «социальных сетей» и поколением «цифрового человека», не представляет себя без цифровых технологий и живет в условиях стирающейся грани между реальной и виртуальной жизнью. Обучение как процесс присутствует на разных этапах образовательного (профессионального, личностного) учения и в рамках тренингов, коучинга, стратегических сессий, мастер-классов, вебинаров.

Одним из трендов обучающего процесса является геймификация, позволяющая целевой аудитории за счет игровых механизмов удерживать внимание и адаптировать образовательные элементы для своего лучшего восприятия.

Появление workshop, которое близко по своей сути поколениям *Y* и *Z*, характеризуется в первую очередь групповым характером на основе взаимодействия. В научно-исследовательской литературе представлены разные стороны такого явления:

- как форма обучения студентов [2; 3; 4; 5];
- как форма обучения людей старшего поколения [7; 10; 11];
- как профессиональное обучение [1; 6; 9].

С одной стороны, введенное в обиход понятие «воркшоп» — это новый термин для нашей страны, а с другой — в образовательной среде оно изучается на протяжении десятилетий. Наиболее известные проекты воркшопа, исходя из целей, задач и целевой аудитории — дискуссионный клуб, собственно мастерская (одноименный перевод с англ. языка «workshop»), мозговой штурм (распространенный проект для выработки решений), студия (для творческих проектов), игровая площадка (применяется элемент соревнования и соперничества) и воркшоп-круиз (для людей-«продажников»).

Для бизнес-сообщества и профессиональной среды воркшоп представляет собой новый формат общения, коллективную регенерацию идей, разработку и продвижение проектов.

Workshop как комплексное занятие, ставящее цель — передать участникам актуальный опыт, информационное наполнение, навыки работы в новой среде, умение вести поиск нестандартных решений, способствует в итоге достижению поставленной цели [8].

В сфере гостеприимства Workshop «Турбизнес» активно работает с 1998 г. Целью организации такого крупномасштабного проекта является формирование партнерских отношений и развитие агентской сети во время проведения деловых встреч с представителями туроператоров и турагентств перед наступлением зимнего и летнего сезона на территории Российской Федерации и стран СНГ. В таких мероприятиях участвуют представители гостиничного и ресторанного бизнеса, пансионатов и санаториев, туристических центров, министерств и департаментов разных территорий и стран.

Преимуществами таких воркшопов для профессионального туристического сообщества являются:

- расширение географии распространения;
- появление личных деловых контактов во время презентаций, мастер-классов, конференций и бизнес-завтраков в неформальной обстановке;
- мобильность посещений — каждый день по одному городу (например, 7–11 октября 2019 г. Омск — Тюмень — Челябинск — Екатеринбург — Пермь);
- высокий профессиональный уровень участников (директора, ведущие менеджеры);
- информационная поддержка и возможность продвижения своих проектов;
- практическая результативность за счет расширения линейки тур-продуктов и увеличения объемов продаж.

Для Уральского макрорегиона проведение воркшопов, отличающихся своей практической составляющей и направленностью на про-

движение бизнес-услуг, на площадках крупных уральских городов способствует активизации развития сферы услуг и индустрии гостеприимства, в том числе въездного и внутреннего туризма.

Так, в 2019 г. был разработан каталог экскурсионных образовательных маршрутов для обучающихся общеобразовательных организаций Свердловской области в рамках проекта «Урал для школы» ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет» с участием кафедры туристического бизнеса и гостеприимства ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» по заказу ГБУ СО «Центр развития туризма Свердловской области» при поддержке Министерства инвестиций и развития Свердловской области, презентованный в рамках Workshop «Турбизнес» Центром развития туризма Свердловской области, что позволит активизировать продвижение школьного туризма для школьников с 1-го по 11-й классы Уральского макрорегиона по специально разработанным осенним, зимним и весенним маршрутам.

Цифровизация всех сфер экономики позволяет современному человеку получать информацию по тур-продуктам в доступном формате и формировать спрос на event-мероприятия, спортивные события, eduturism и деловой туризм. С каждым годом, по данным Всемирной молодежной, студенческой и образовательной туристской конфедерации (WYSTC), увеличивается количество студентов, которые успешно совмещают отдых с возможностью обучения. Предложение таких услуг объективно обеспечивается развитой туристической инфраструктурой и образовательными учреждениями высшего и среднего специального образования на Урале. В преддверии Всемирной летней универсиады-2023, проводимой в Екатеринбурге, молодежное сообщество, представленное поколениями «социальных сетей» и «цифрового человека», при условии получения доступа к информационным ресурсам профессионального сообщества в сфере гостеприимства, может сформировать тренд прогнозируемого спроса на ближайшее пятилетие, которое будет учитываться при проведении воркшопов организаторами Workshop «Турбизнес».

Таким образом, координационная работа Workshop «Турбизнес» за счет симбиоза используемых технологий (мастер-классы, семинары, тренинги) с возможностью обмена информацией на форумах и конференциях и предложением новых идей в рамках проводимых дискуссий позволяет определять парадигму развития индустрии гостеприимства и соответствия ей ресурсного потенциала сферы гостеприимства для расширения и увеличения целевой аудитории по соответствующим тур-проектам.

## Библиографический список

1. *Акатьева А. О., Новикова А. Н.* Современные информационные технологии в методике организации архитектурного воркшопа // Информационно-вычислительные технологии и их приложения : сб. тр. XVIII Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 26–27 июня 2014 г.). — Пенза : Пензенская гос. сельскохозяйственная академия, 2014.
2. *Барчугова Е. В., Рочегова Н. А.* Воркшоп (workshop) как актуальная форма обучения // Наука, образование и экспериментальное проектирование. Труды МАРХИ : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 9–13 апреля 2012 г.). — М. : Московский архитектурный институт (государственная академия), 2012.
3. *Вальтер К. В.* Воркшоп как один из активных методов обучения информатике в 8-х классах // Актуальные проблемы обучения информатике в высшей и средней школе : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Куйбышев, 16 ноября 2017 г.). — Куйбышев : Куйбышевский филиал НГПУ, 2017.
4. *Галиуллина Э.* Воркшоп как средство повышения творческой активности студентов // Мир культуры: история, современность и будущее : сб. ст. молодых ученых и студентов. — Вып. 3. — Казань : Изд-во Казанского гос. ун-та культуры и искусств, 2014.
5. *Грицишина Н. А.* Технология «Воркшоп» (workshop) как одна из новых форм и методов обучения студентов иностранному языку // Альманах современной науки и образования. — 2012. — № 3.
6. *Кротов И. Д.* Понятие workshop как пример межъязыковой и межкультурной коммуникации в период глобализации // Устойчивое развитие науки и образования. — 2019. — № 2.
7. *Степанова М. В.* Воркшоп как новый подход в обучении людей предпенсионного и пенсионного возраста // Академия профессионального образования. — 2015. — № 8.
8. *Толкачев А. Н.* Workshop как эффективный способ построения клиентских и партнерских отношений в бизнесе // Event-маркетинг. — 2013. — № 1.
9. *Толкачев А. Н.* Применение формата «Workshop» как нового вида учебных занятий со студентами Института бизнеса и дизайна // Бизнес и дизайн ревю. — 2016. — Т. 1, № 1.
10. *Фонель К.* Психологические принципы обучения взрослых. Проведение воркшопов: семинаров, мастер-классов. — М. : Генезис ; Теревинт, 2016.
11. *Шустова Л. П.* Воркшоп как особый формат обучения взрослых // Новые технологии образования взрослых : материалы внутринститутской науч.-практ. конф. (Ульяновск, 19 декабря 2011 г.). — Ульяновск : Ульяновский институт повышения квалификации и переподготовки работников образования, 2011.

**А. И. Фишелева, О. Ю. Гурьевских**

Уральский государственный педагогический университет, г. Екатеринбург

## **Инклюзивный туризм на территории Свердловской области: проблемы и перспективы**

**Аннотация.** Представлена краткая характеристика состояния инклюзивного туризма в Свердловской области; обозначены проблемы инклюзивного туризма и пути их решения.

**Ключевые слова:** доступная среда; инклюзия; инклюзивные маршруты; АНО «Благое дело».

Начиная с 2011 г. в Российской Федерации идет реализация государственной программы «Доступная среда». В настоящее время под термином «доступная среда» понимают совокупность условий и требований к создаваемой человеком окружающей городской и информационной среде, позволяющей беспрепятственно передвигаться и воспринимать информацию, связанную с жизненными потребностями. Данная Программа не только способствует реабилитации инвалидов на новом качественном уровне жизни, но создает условия для беспрепятственного доступа людей с ограниченными возможностями к различным услугам и объектам как социальной, так и культурной и туристской индустрии.

Внедрение в современную жизнь россиян Государственной программы «Доступная среда» неразрывно связано с таким явлением, как инклюзия. Под термином «инклюзия» понимают процесс увеличения степени участия всех граждан в социуме, и в первую очередь имеющих трудности в физическом развитии. Активное включение в реальную жизнь людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), а за рубежом таких «людей называют люди с повышенными потребностями», предполагает принятие таких решений и действий, которые позволят каждому человеку стать равноправным участником как в социальной, так и культурной жизни общества.

Одной из территорий, активно развивающихся в данном направлении, стала Свердловская область, где в сентябре 2017 г. впервые в Российской Федерации прошел Всемирный конгресс людей с ОВЗ. Конгресс стал своеобразным итогом двадцатилетнего развития движения подобных конгрессов в мире. Важную роль в проведении конгресса сыграли представители общественных организаций инвалидов Свердловской области. Конгресс позволил людям с ОВЗ показать свою полезность и значимость для полноценного развития общества, в том числе в сфере развития инклюзивного туризма на территории Свердловской области.

Благодаря общественным организациям, представляющим интересы людей с различной инвалидностью, на территории области проходят самые разнообразные мероприятия, позволяющие сделать доступными туристские объекты региона. Среди них: выставки, мастер-классы, интерактивные экскурсии, конференции, театральные постановки, когда на сцене выступают как самодеятельные, так и профессиональные актеры с ОВЗ. Одним из таких мероприятий стала апробация инклюзивного туристского маршрута по поселку Верх-Нейвинск, которая прошла в июне 2019 г. В проектировании маршрута принимали участие специалисты некоммерческой организации «Благое дело» и администрации поселка. Как отметили участники экскурсии (приняли участие в качестве экспертов как обычные люди, так с ОВЗ), данный опыт можно считать удачным и успешным, несмотря на высказанные пожелания дальнейшего совершенствования проекта. Одной из задач, которую необходимо будет решать в самое ближайшее время при организации данного экскурсионного маршрута для людей с ОВЗ — это подготовка экскурсоводов, которые при проведении экскурсии должны учитывать особенности туристов как с нарушением слуха и зрения, так и ментальными проблемами. В то же время важно помнить, что на качество инклюзивных путешествий влияет и доступность культурных объектов, что особенно актуально для людей, передвигающихся на инвалидных колясках.

Одним из важных компонентов проекта, апробированного в поселке Верх-Нейвинск, стала разработанная социальная история. Социальная история — это пошаговое описание экскурсии и основная информация об объектах, с которыми можно встретиться на маршруте. С социальной историей можно ознакомиться на сайте АНО «Благое дело»<sup>1</sup> и сайте Центра культурного досуга<sup>2</sup>. Для туристов с нарушением зрения создана специальная 3D-карта.

Необходимо отметить, что в разработку маршрутов для людей с ОВЗ включаются не только специалисты, имеющие особенности по здоровью, но представители вузов, которые занимаются подготовкой специалистов для туристской индустрии. Так, в 2017 г. на базе кафедры туризма и гостеприимства Уральского государственного педагогического университета был разработан проект «Путешествие по Харитоновскому парку». Данная работа получила положительную оценку у лиц с ОВЗ города Екатеринбурга и была отмечена в 2018 г. как лучший проект в конкурсе Ассоциации вузов туризма и сервиса в номинации «Наиболее перспективный проект в сфере туризма».

---

<sup>1</sup> АНО «Благое дело». — URL : <http://delonablago.ru>.

<sup>2</sup> Центр культурного досуга. — URL : <http://www.цкд-вн.рф>.

В настоящее время в Свердловской области успешно прошли апробацию пять инклюзивных маршрутов, разработанных преподавателями кафедры географии, методики географического образования и туризма Уральского государственного педагогического университета. Данный проект реализуется по инициативе Министерства инвестиций и развития Свердловской области и Центра развития туризма Свердловской области. Одна из стратегических целей проекта — продолжение создания условий для устойчивого развития как внутреннего, так и въездного туризма на территории Свердловской области, в том числе для лиц с нарушением слуха и зрения, передвигающихся на колясках, с легкой степенью умственной отсталости, с задержкой психического развития. Реализация данного проекта будет стимулировать дальнейшее развитие туристской инфраструктуры Свердловской области в сфере ее адаптации для всех граждан с ОВЗ. Внедрение данных маршрутов в туристскую практику повысит качество туристского обслуживания как для российских, так и иностранных гостей с ОВЗ, а благодаря информационным технологиям о доступности туристской инфраструктуры и о культурных объектах области могут узнать как наши соотечественники, так и туристы с ОВЗ из других стран.

Внедрение данного проекта создает все условия для превращения Свердловской области в большую пилотную площадку для реализации системы механизмов путешествий для лиц с ОВЗ в рамках инклюзивного туризма.

В число пяти разработанных инклюзивных маршрутов вошли: «Императорский маршрут», маршрут «Самоцветные истории Урала», маршрут «Медная столица Урала», маршрут «Европа — Азия», познавательный маршрут «Каменская прогулка».

В ходе двухдневного «Императорского маршрута» туристам предоставляется возможность познакомиться с такими объектами Екатеринбурга, как мультимедийный парк «Россия — моя история», Храма-памятник-на-Крови, объектами мужского монастыря Святых Царственных Страстотерпцев в урочище Ганина Яма, а в Алапаевске — с музеем памяти представителей Российского Императорского дома «Напольная школа», мужским монастырем Новомучеников Российских.

Маршрут «Опорный край державы» откроет для гостей с ОВЗ такие промышленные объекты Невьянска и Нижнего Тагила, как Невьянская наклонная башня и старый демидовский завод.

Знакомство с маршрутом «Медная столица» предоставит возможность открыть для себя такие туристские объекты города Верхняя Пышма, как краеведческий музей и музей военной и автомобильной техники УГМК, почтить память погибших в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. у мемориала «Журавли».

Невозможно бывая в Свердловской области, не посетить границу Европа — Азия и Инновационный культурный центр города Первоуральска. Именно с этими объектами знакомит маршрут «Европа — Азия».

Маршрут «Каменская прогулка» откроет для туристов с ОВЗ достопримечательности города Каменска-Уральского и его окрестностей.

В ходе работы над проектом был проведен анализ доступной среды, объектов Свердловской области, включенных в перечень для посещения, питания и проживания лицами с ОВЗ. На предмет беспрепятственного доступа для лиц с ОВЗ обследовано более 130 объектов как объектов туристического показа, так и гостиниц и предприятий питания. На данные объекты были составлены паспорта доступности.

В ходе реализации проекта разработаны Методические рекомендации по проведению экскурсий для лиц с ОВЗ, а также каталоги пяти туристских маршрутов для лиц с ОВЗ. В каталогах адресно представлена информация по основным и дополнительным объектам показа, интерактивным программам, местам размещения в категорированных гостиницах и объектах питания. Информация в каталогах представлена на русском, английском языках и шрифтом Брайля.

Работа над проектом позволила выявить и зоны улучшения и ближайшего развития: необходимо увеличивать количество специально оборудованного транспорта для с ОВЗ; расширять номерной фонд для лиц с ОВЗ не только в отелях 3 и 4 звезды; продумывать доступную среду на предприятиях питания.

По-прежнему важное место в индустрии гостеприимства занимает и подготовка кадров, умеющих не только на уровне теории, но и практически обслуживать гостей с повышенными потребностями: с легкой степенью умственной отсталости, с задержкой психического развития, речевой патологией, нарушениями слуха и зрения, передвигающихся на колясках. Музеи остро нуждаются в экспонатах, которые можно было бы давать в руки туристам со слабым зрением.

В ходе реализации проекта уже проведены два экспертных тура: первый — для представителей туристского сообщества; второй — для граждан с ОВЗ. Проведенные туры показали, что в целом Свердловская область готова принимать туристов с ОВЗ.

# СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

---

А. М. Бельдягина, В. А. Мальцева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Инструменты государственной поддержки экспорта малых и средних инновационных предприятий: русская практика

**Аннотация.** Исследуются практики государственной поддержки малых и средних предприятий в России. Особое внимание уделено анализу инструментария поддержки инновационных малых и средних предприятий с высоким экспортным потенциалом. Выявлено, что созданная инфраструктура поддержки малых и средних предприятий преимущественно представлена нефинансовыми инструментами. Среди ключевых проблем системы господдержки выделены точечность воздействия реализуемых инструментов и слабый региональный охват.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес; государственная поддержка; экспорт; инновации.

На протяжении десятилетий проблема развития сектора малого и среднего предпринимательства (МСП) входит в социально-экономической повестку как развитых, так и развивающихся стран. Мировая практика убедительно свидетельствует, что этого типа предприятия обеспечивают качественные сдвиги в социально-экономическом развитии, занятости, экспорте [3].

Для России вопрос развития сектора МСП, и в первую очередь его инновационного и экспортного сегментов, приобрел особую актуальность, учитывая зафиксированные в Национальном проекте «Международная кооперация и экспорт»<sup>1</sup> цели наращивания несырьевого экспорта (его доля в 2017 г. составила 19 %)<sup>2</sup>.

В 2017 г. доля малого и среднего бизнеса в ВВП России достигла лишь 21 % (40 % общего количества предприятий), тогда как в развитых странах данный показатель составлял 50–60 % (Великобритания — 51 %; Германия — 53; Финляндия — 60 %) [2]. Удельный вес малых инновационных предприятий в общем числе малых предприятий

---

<sup>1</sup> *Паспорт* Национального проекта «Международная кооперация и экспорт». — URL : <http://government.ru/info/35564>.

<sup>2</sup> *Королева А.* Россия резко нарастила несырьевой экспорт // Эксперт Online. — URL : <http://expert.ru/2018/01/17/eksport>.

в 2017 г. составил 5,2 %; эта доля в течение последних 10 лет варьировалась в пределах 4–5 % (2007–2017 гг.)<sup>1</sup>.

Приведенные выше показатели наглядно иллюстрируют устоявшуюся конфигурацию и экономическую модель российской экономики, основанную на крупном бизнесе. Помимо общей инертности и монолитности бизнес-ландшафта, другой причиной слабой представленности сектора МСП в российской экономике часто называют отсутствие «инновационных компетенций» у предпринимателей [4] и в целом невысокую склонность населения к предпринимательству [1]. В этом контексте особо актуальными становятся вопросы рефокусировки государственной политики на малые и средние предприятия, разработки финансовых и нефинансовых инструментов поддержки, в особенности текучих и потенциальных экспортеров.

Стоит отметить, что отношение государства к МСП уже начало меняться — в июне 2016 г. Правительством РФ была окончательно утверждена Стратегия развития малого бизнеса до 2030 г., целью которой является развитие сферы малого и среднего предпринимательства как одного из факторов, в первую очередь, инновационного развития и улучшения отраслевой структуры экономики. Согласно Стратегии к 2030 г. доля МСП в ВВП России достигнет 40 %, оборот малых и средних предприятий вырастет в 2,5 раза, производительность труда в этом секторе — в два раза, а доля занятых в этой сфере в общей численности работающих — до 35%<sup>2</sup>.

Для развития МСП и достижения поставленных целей необходимы доступ к рынкам и ресурсам (в первую очередь, финансовым) и эффективно функционирующая предпринимательская «экосистема» (в том числе на региональном уровне), в которую входят программы по развитию предпринимательских навыков, консультационные сервисы и пр. Таким образом, можно выделить группы финансовых и нефинансовых мер поддержки. Рассмотрим действующую в России систему поддержки МСП (табл. 1) и отдельно сфокусируем внимание на поддержке экспортеров среди малых и средних компаний.

Самой востребованной мерой поддержки МСП сегодня является доступное финансирование. С конца 2015 г. «Корпорация „МСП“» совместно с Минэкономразвития России и Банком России реализуют «Программу 6,5». В рамках проекта размер процентной ставки для конечного заемщика составляет до 9,6 % для средних предприятий и до 10,6% для малых (в программе участвуют 32 уполномоченных

---

<sup>1</sup> Федеральная служба государственной статистики. — URL : <http://www.gks.ru>.

<sup>2</sup> Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 г. : распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. № 1083-р.

ка)<sup>1</sup>. Однако «Программа 6,5», как отмечают эксперты, пока для многих предпринимателей выступает «журавлем в небе» и дает, в основном, «точечный эффект»<sup>2</sup>, так как доступна предприятиям из определенных отраслей (сельское хозяйство, обрабатывающие производства, строительство и т. д.).

Т а б л и ц а 1

**Инструменты государственной поддержки высокотехнологичных МСП в России и проблемы реализации**

Инструмент	Пример реализации	Проблема/препятствие для реализации
<b>Блок 1. Финансовые инструменты</b>		
Прямое финансирование	«Программа 6,5»	Ставка по кредитам по этой программе выше заявленных 6,5 %. Небольшой объем программы (175 млрд р.). Ограничения по отраслевой принадлежности компании
Альтернативные источники заемных средств	Венчурное финансирование	Дефицит у предпринимателей бизнес-компетенций. Отсутствие необходимых инструментов поддержки стартапов
	Краудфандинг	Отсутствие законодательного закрепления основных определений в данной сфере. Отсутствие налоговых преференций для краудинвесторов
<b>Блок 2. Нефинансовые инструменты</b>		
Административная поддержка	«Мой бизнес»	35 региональных центров запланированы к открытию до конца 2019 г. (всего должно открыться 100 центров к 2024 г.)
Образовательная поддержка	«Бизнес-акселерация 2018»	Слабый региональный охват

*Примечание.* Составлено по: *Внедрена система бизнес-акселерации в рамках модернизации Белгородского регионального ресурсного инновационного центра.* — URL : <https://www.rvc.ru/press-service/media-review/eco/98462>; *В России откроют 35 центров услуг «Мой бизнес» в 2019 г.* — URL : <https://tass.ru/msp/6269557>; *Краудфандинговые платформы в России и мире.* — URL : <https://sn.ria.ru/20160822/1474985105.html>; *Национальный доклад об инновациях. Когда созреет венчурный рынок?* — URL : [https://www.rvc.ru/upload/iblock/c64/RVK\\_innovation\\_2017.pdf](https://www.rvc.ru/upload/iblock/c64/RVK_innovation_2017.pdf).

В свою очередь, потенциал альтернативных источников заемных средств для предпринимателей — венчурное финансирование, крауд-

<sup>1</sup> *Корпорация МСП начнет выдавать кредитные гарантии малому бизнесу из сферы торговли.* — URL : <https://tass.ru/msp/5816789>.

<sup>2</sup> *Фейнберг А.* *Власти подготовили «перезагрузку» для малого бизнеса.* — URL : <https://www.rbc.ru/economics/22/05/2018/5b02f1399a7947256ef877a>.

фандинг и краудинвестинг — пока остается слабо реализованным. Российский венчурный рынок по-прежнему несопоставим с объемами стран-лидеров — он составляет около 0,01 % от ВВП, что примерно соответствует уровню Словакии, и в три раза уступает развитым западноевропейским странам — Германии и Франции<sup>1</sup>.

Отдельно стоит рассмотреть программы финансовой и организационной поддержки при Фонде Содействия инновациям. Для молодых компаний, находящихся на начальной стадии развития, но имеющих значительный потенциал коммерциализации, в 2016 г. были запущены программы «Старт» и «Бизнес-Старт» (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

**Параметры поддержки МСП по программам «Старт» и «Бизнес-Старт»**

Параметры программы	«Старт-1»	«Старт-2»	«Старт-3»	«Бизнес-Старт»
Размер гранта	До 2 млн р.	До 3 млн р.	До 4 млн р.	До 5 млн р.
Срок гранта	1 год			
Направление расходов	Проведение НИОКР			Коммерциализация НИОКР
Поддержано в 2018 г.	392 проекта	207 проектов	47 проектов	7 проектов

*Примечание.* Фонд содействия инновациям. Программы инновационного развития. — URL : <http://fasie.ru/programs>.

Динамично развивающийся блок инструментов поддержки составляют нефинансовые инструменты. Рассмотрим основные из них.

Приоритетный проект Министерства экономики РФ «Национальные чемпионы», стартовавший в 2016 г., нацелен на обеспечение опережающего роста частных российских высокотехнологических компаний-экспортеров. Кандидаты получают содействие в формировании на их базе транснациональных компаний российского базирования и доступ к существующим механизмам государственной поддержки (содействие по встраиванию компаний в систему госзакупок, поддержка выхода на внешние рынки и т. д.). Отбор в проект ориентирован на компании с годовой выручкой от 500 млн до 30 млрд р. и опирается на существующий рейтинг «ТехУспех» — российский рейтинг быстроразвивающихся высокотехнологичных компаний с высоким потенциалом лидерства как на российском, так и на глобальном рынке<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> *Национальный доклад об инновациях. Когда созреет венчурный рынок?* — URL : [https://www.rvc.ru/upload/iblock/c64/RVK\\_innovation\\_2017.pdf](https://www.rvc.ru/upload/iblock/c64/RVK_innovation_2017.pdf).

<sup>2</sup> *Проект «Национальные чемпионы»* — URL : <https://www.kommersant.ru/doc/38-80868>.

Проблему образовательной поддержки предпринимателей и улучшения взаимодействия между малым и крупным бизнесом призваны решать программы акселерации.

Программы акселерации, сфокусированные на экспортеров среди МСП, разрабатываются в Российском экспортном центре (РЭЦ). Всего им разработаны три основных типа акселерационных программ, в их числе образовательные программы, направленные на определенные целевые группы, например обладающие экспортным потенциалом участники программы Минэкономразвития РФ по повышению производительности труда, а также участники МШУ «Сколково», вместе с которой РЭЦ разработал кобрендинговую программу экспортной акселерации. В этой программе — «Экспортеры 2.0» — участвуют топ-руководители малого и среднего несырьевого бизнеса, которые нацелены на расширение экспортной составляющей компании<sup>1</sup>. Кроме этого, РЭЦ участвует в разработке партнерских программ акселерации. Одна из них уже реализуется совместно со Сбербанком на онлайн-платформе Bank of Business Partners, также ведутся переговоры с Pricewaterhouse Coopers и European Gateway. Вместе с тем РЭЦ проводит акселерацию на базе собственной инфраструктуры, включая инструменты Центров поддержки экспорта и онлайн-ресурсы Института развития.

Еще одна важная составляющая акселерационных планов РЭЦ — внедрение коучинга, который позволит развивать компании вне акселерационной программы при выходе на внешние рынки<sup>2</sup>.

В 2018 г. услугами Российского экспортного центра воспользовались более 14 тыс. экспортеров, из них 72 % — представители малого и среднего предпринимательства<sup>3</sup>.

За последние годы в России предприняты серьезные шаги по развитию инфраструктуры поддержки МСП, в особенности нефинансовых инструментов, в том числе для экспортеров. Вместе с тем необходимо отметить точечность воздействия реализуемых инструментов на развитие МСП и слабый региональный охват мерами поддержки. Важнейшими шагами в развитии системы господдержки инновационного сегмента малого и среднего бизнеса в России станут расширение инструментария поддержки, рост его доступности и больший охват.

---

<sup>1</sup> Как устроены программы экспортной акселерации. — URL : <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/06/07/803179-eksportnoi-akseleratsii>.

<sup>2</sup> Программа «Акселерация 2.0». — URL : [https://www.exportcenter.ru/press\\_center/magazines/#prefix-8](https://www.exportcenter.ru/press_center/magazines/#prefix-8).

<sup>3</sup> Ермакова М., Здорнова И. Как устроены программы экспортной акселерации. — URL : <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/06/07/803179-eksportnoi-akseleratsii>.

## Библиографический список

1. *Национальный отчет. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2016/2017* / О. Р. Верховская, Е. А. Александрова, К. А. Богатырева и др. — СПбГУ : Высшая школа менеджмента, 2017.
2. *Коваленко А. Свободу малому и среднему // Эксперт Урал.* — 2016. — № 21(688).
3. *Малый и средний бизнес как фактор экономического роста России.* — М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2019.
4. *Структурная политика в России: новые условия и возможная повестка* : тез. докладов XIX Апрельской Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества (Москва, 10–13 апреля 2018 г.) / Ю. В. Симачев, Н. В. Акиндинова, А. А. Яковлев и др. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2018.

**О. Ю. Беляк**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

### **Обмен знаниями в кросс-функциональных командах: концептуальные основы и барьеры**

**Аннотация.** На современном материале представлены концептуальные основы обмена знаниями в кросс-функциональных командах параллельного проектирования инновационных продуктов. Выделены факторы, влияющие на обмен знаниями в кросс-функциональных командах. Выявлены и описаны барьеры к обмену знаниями.

**Ключевые слова:** параллельное проектирование; кросс-функциональные команды; обмен знаниями; барьеры к обмену знаниями.

Существуя в условиях глобальной цифровизации общества, инновационные компании вынуждены использовать новые методы создания продуктов, позволяющие оптимизировать затраты на их разработку и тем самым поддерживать их конкурентоспособность на рынке.

Параллельное проектирование на основе кросс-функциональных команд нашло широкое применение в рамках инновационных разработок продуктов и услуг. Согласно научным исследованиям параллельное проектирование в кросс-функциональных командах может установить новые связи между функциональными областями [1, с. 78], интегрировать восходящие и нисходящие знания, чтобы облегчить переход к производству [5, с. 516], и сломать барьеры знаний между функциональными подразделениями [7, с. 767]. В научной литературе по инновациям общее предположение состоит в том, что кросс-функциональность способствует эффективности работы компаний в части создания и внедрения инноваций.

Целью деятельности кросс-функциональных команд является создание нового знания (работающей инновации) на основе эффективно обмена знаниями внутри команды и с внешними агентами [2, с. 38].

Поведение участников кросс-функциональной команды в обмене знаниями (ОЗ) определяется факторами разного уровня. Для идентификации уровней факторов и взаимосвязи между факторами уместно рассмотреть концепцию «подхода к управлению знаниями» (knowledge governance approach), предложенную Н. Фоссом (N. Foss) [6, с. 30].

Н. Фосс выделяет факторы, относящиеся к микро- и макроуровням: к макроуровню — управленческие практики, применяемые руководством для контроля организационных процессов, например такие, как дизайн-работы (job design), систему вознаграждений и др.; к микроуровню факторов отнесены индивидуальные характеристики участников команды. Существующие в компании макрофакторы оказывают влияние на микрофакторы, в результате этого взаимодействия формируется определенный образ поведения члена команды. Наглядно эти процессы представлены на схеме, выполненной на основе диаграммы J. Coleman (см. рисунок).



Концепция подхода к управлению знаниями  
в кросс-функциональной команде на основе диаграммы J. Coleman

Сплошными стрелками показан механизм, заложенный в основе взаимосвязи организационной среды и результатов деятельности (пунктирная стрелка).

Представленная модель показывает, что на эффективность обмена знаниями членов кросс-функциональной команды влияют как управленческие практики, так и личные установки участников.

Используемые руководством управленческие практики могут быть направлены на:

— формирование мотивации к обмену знаниями (например, материальное и нематериальное стимулирование);

— предоставление возможности для обмена знаниями (например, проведение мастер-классов);

— развитие способности к обмену знаниями (например, обучение, нацеленное на развитие мягких компетенций (soft skills): мастер-классы по работе в команде, по развитию коммуникации и пр.).

Изучая индивидуальные установки участников команды, уместно обратить внимание на теорию социального обмена, предложенную П. М. Блау (Peter Michael Blau). Теория П. М. Блау устанавливает законы обмена между участниками социальных отношений [4, с. 118]. По его мнению, если обмен ценностями между людьми взаимовыгоден, то связи между сторонами укрепляются, в противном случае связи ослабевают. В отношении групповой деятельности теория социального обмена устанавливает, что привлекательность участия в группе для человека определяется степенью вознаграждения, которое он может получить. Соответственно, чем большим количеством вознаграждений индивиды обменялись друг с другом, тем выше вероятность следующих актов обмена (появляются взаимные обязательства).

**Барьеры к обмену знаниями в кросс-функциональных командах.** В ходе работы кросс-функциональных команд могут возникнуть барьеры к обмену знаниями разного уровня: индивидуальные, организационные и групповые [2, с. 255].

Чтобы механизмы обмена знаниями работали, руководителю команды нужно быть наблюдательным и обращать внимание на различные препятствия, которые могут возникнуть в ходе работы и осложнить (или вовсе прекратить) обмен знаниями в кросс-функциональной команде [3, с. 150].

Наиболее значимым барьером является *сложность передачи знаний из-за существующих границ знаний*. Согласно данным А. С. Эдмондсон и Ж.-Ф. Харви (А. С. Edmondson и J.-F. Harvey) при создании новых кросс-функциональных команд участники сталкиваются с синтаксическим, семантическими и прагматическими границами знаний, которые необходимо пересечь для налаживания командной работы [5, с. 148].

Три границы знания варьируются от тонких (переход от синтаксических к семантическим знаниям) до толстых (переход к прагматическим знаниям). Они оказывают влияние на сложность интеграции и, в процессе становления команды, требуют, с одной стороны, применения специальных управленческих решений для преодоления этих границ, а с другой — высокого уровня мотивации участников к преодолению этих барьеров (см. таблицу).

*Вторым барьером, препятствующим обмену знаниями в КФК, является снижение или недостаток мотивации членов команды. Мо-*

тивация может быть внутренней и внешней. Внешняя мотивация основывается на стремлении сотрудника получить положительные или не получить отрицательные результаты. Внутренняя мотивация исходит из желания работника делиться знаниями потому, что это соответствует его личным интересам и ценностям.

### Границы знаний

Граница знаний	Описание	Преодоление
Синтаксическая	Различия в использовании языка	Разработка общей лексики для обработки информации через границы
Семантическая	Различия в системах толкования и интерпретации, которые создают барьеры понимания для людей, участвующих в КФК	Разработка общих знаний посредством взаимного (совместного) участия в решении проблемы
Прагматическая	Различные и потенциально конкурирующие интересы людей, участвующих в разработке новых продуктов	Развитие общих интересов посредством переговоров

*Примечание.* Составлено по: [5].

*Третий барьер*, встречающийся на пути обмена знаниями, — *отсутствие доверия*.

Согласно теории социального обмена работник будет делиться знаниями только в том случае, если ожидает, что обмен будет обоюдным [4, с. 357].

В случае нарушения взаимных обязательств работник не будет стремиться к продолжению обмена знаниями. Доверие является критическим фактором для обмена знаниями.

*Четвертый барьер* — дефицит ресурсов: финансовых, временных, физических (материалы, информационное и другое оборудование). В случае сложившегося дефицита какого-либо ресурса компания может быть заинтересована в сокращении издержек на поддержание обмена знаниями (например, отмена мероприятий или комплекса мер по управлению знаниями).

*Пятый барьер*, который может создать препятствия для обмена знаниями в кросс-функциональных командах, обнаруживается в неразделении и неприятии общей цели команды. Для сотрудничества и слаженной работы все члены команды должны разделять общую цель. Цель должна быть четко поставленной, понятной и принятой всеми членами команды. В случае, когда цели для кросс-функциональной команды выдвигает высшее руководство, они должны быть доведены до всех участников, разъяснены и приняты.

Все члены команды должны быть вовлечены только в один инновационный проект, иначе участники будут акцентировать внимание не на общей цели, а на индивидуальных задачах, особенно если они оцениваются и вознаграждаются дополнительно.

Описанные факторы, влияющие на обмен знаниями, а также барьеры к обмену знаниями являются предпосылкой к дальнейшему исследованию деятельности кросс-функциональных команд и разработке механизмов повышения их эффективности.

### Библиографический список

1. Романов А. А. Смена парадигмы разработки инновационной продукции: от разрозненных НИОКР к цифровым проектам полного жизненного цикла // Ракетно-космическое приборостроение и информационные системы. — 2017. — Т. 4, № 2.

2. Фролова М. А., Ишкильдина С. А. Критерии оценки эффективности управления кросс-функциональными командами // Экономика и управление народным хозяйством. — 2016. — № 3(316).

3. Argot L., Ingram P. Knowledge Transfer: A Basis for Competitive Advantage in Firms // Organizational Behavior and Human Decision Processes. — 2000. — Vol. 82, no. 1.

4. Blau P. Social Exchange / International Encyclopedia of the Social Sciences. — V. 7. — N. Y. : Macmillan. 1968.

5. Edmondson A. C., Harvey J.-F.s. Cross-boundary Teaming for Innovation: Integrating Research on Teams and Knowledge in Organizations. Special Issue on Creating High Performance Teamwork in Organizations // Human Resource Management Review. — 2018. — Vol. 28, no. 4.

6. Foss N. J. The Emerging Knowledge Governance Approach: Challenges and Characteristics // Organization. — 2007. — Vol. 14, no. 1.

7. Roy S., Dan P. K., Modak N. Effect of teamwork culture on NDP team's capability in Indian engineering manufacturing sector // Management Science Letters. — 2018. — No. 8.

## Эффективное государственное управление в условиях цифровизации экономики

**Аннотация.** Рассмотрены теоретико-методологические вопросы эффективности государственного управления в реалиях процесса цифровизации экономики. Автором использованы методы сравнительного, компаративного анализа, контент-анализа, на основании которых определены сущностные характеристики эффективного государственного управления. Предложены параметры оценки эффективности такого управления, формируемые с учетом особенностей цифровой экономики.

**Ключевые слова:** государственное управление; признаки и методы управления; эффективность; параметры оценки, цифровизация.

Современный период развития России характеризуют как «цифровую эпоху» или «эпоху цифровых трансформаций». Это определяет публичность, повышенную результативность и ответственность государственных органов власти и управления, тотальное проникновение информационных технологий в их деятельность. При этом актуальность проблем перехода от «электронного» (e-government) к «умному правительству» (smart government), роста и оценки эффективности государственного управления на каждом из этапов такого перехода ежегодно возрастает.

Понятие «управление» можно определить как целенаправленное организующее и регулирующее воздействие людей и созданных ими институтов на собственную, общественную, коллективную и групповую жизнедеятельность в определенных целях и интересах, которое может осуществляться как непосредственно (самоуправление), так и через специально созданные государственные, хозяйственные, политико-партийные, общественные и иные структуры. В научной и учебной литературе «государственное управление» рассматривается как сознательное организующее и регулирующее воздействие государства на общественную (публичную) жизнедеятельность людей в целях ее упорядочения, сохранения и преобразования через систему государственных органов, организаций и соответствующих должностных лиц), включая общественные процессы, сознание, поведение и деятельность людей [2, с. 8].

Е. В. Охотский определяет *четыре признака* государственного управления, характерных для любого периода развития общества [3]:

1) масштабность (распространенность управляющего воздействия на все общество и выходящее за его пределы в рамках проводимой международной политики);

2) властный характер (единство, централизация, консолидация; имеет механизм осуществления; реализуется специализированным государственным аппаратом; уполномочивает применять легитимное принуждение);

3) возможность использования в своей управленческой деятельности всех имеющихся в обществе ресурсов (материальных, интеллектуальных, финансовых, социальных, информационных, демографических и т. д.);

4) органическая целостность (проявление единства интересов власти и общества, реализация реальных возможностей государства).

В качестве *методов* государственного управления выделяют методы функционирования органов государственной власти и методы обеспечения реализации целей и функций государственного управления [1]. При этом методы функционирования органов государственной власти традиционно делят на методы прямого административного (правовое регулирование, убеждение, принуждение, публичное администрирование, государственный контроль и др.) и косвенного регулирующего (воспитание, демократизация управления, размещение государственных заказов, налогообложения и др.) воздействия.

*Методы обеспечения реализации целей и функций* государственного управления классифицируют следующим образом: социально-политические; экономические; методы правоохранительной деятельности; оперативно-исполнительные; административные; методы подбора и расстановки управленческих кадров; контрольные; методы политической агитации; методы морального воздействия [1].

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что в эпоху цифровизации социальные функции государства многократно увеличиваются и усложняются. Государственное управление приобретает такие черты, как нацеленность на социальную эффективность, качественную реализацию общенациональных социальных интересов, потребностей, прав и свобод человека.

Среди сущностных параметров государственного управления можно выделить следующие.

1. Основу государственного управления составляют налогообложение и бюджетное распределение национальных доходов и средств.

2. Управление жестко регламентируется нормами публичного права, в основе которого лежат преимущественно императивные методы правового регулирования.

3. Объектом управляющего воздействия является общество в целом.

С учетом заданных параметров эффективность управления может определяться уровнем (степенью) результативности управления с на-

именьшими затратами на выполнение управленческих функций, заданных в рамках реализации государственных стратегических и тактических задач.

Мерилом эффективности следует определять соотношение результатов управления и общественных целей, результатов и использованных государственных ресурсов.

Использование контент-анализа помогает определить некоторые параметры такой оценки эффективности государственного управления, а именно:

- 1) соотношение затрат на предоставление населению услуг и количества/качества этих услуг;
- 2) затраты на полученный результат профессиональной служебной деятельности государственного гражданского (муниципального) служащего или органа исполнительной власти;
- 3) уровень производительности труда в государственном секторе;
- 4) согласованность бюджетного процесса с результативностью деятельности государственных исполнительных органов власти и управления.

В целом, в условиях цифровизации стандартизация деятельности государственных органов исполнительной власти посредством внедрения административных регламентов предоставления услуг и исполнения функций служит основой для разработки показателей эффективности их деятельности [4].

### **Библиографический список**

1. *Козбаненко В. А.* Государственное управление: основы теории и организации : учебник : в 2 т. — М. : Статус, 2002.
2. *Мальшева М. П.* Теория и методы современного государственного управления : учеб.-метод. пособие. — СПб. : ООП НИУ ВШЭ, 2011.
3. *Охотский Е. В.* Государственное управление в современной России : учеб.-метод. комплекс. — М. : МГ МО(У) МИД России, 2008.
4. *Соколова Л. Г.* Эффективность государственного и муниципального управления // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2011. — № 6(80).

**В. О. Деев**

Администрация Чкаловского района города Екатеринбурга, г. Екатеринбург

## **Стратегирование как основа опережающего социально-экономического развития территории**

**Аннотация.** Рассмотрены вопросы формирования стратегических документов муниципального образования «город Екатеринбург», районов Екатеринбурга. Выявлены основные приоритетные направления развития Чкаловского района Екатеринбурга.

**Ключевые слова:** стратегия развития района; стратегический план; приоритетные направления; миссия.

В настоящее время происходит активный процесс формирования собственных городских интересов, что позволяет создать индивидуальный образ города, отвечающий потребностям каждого его жителя.

Качественное преобразование среды жизнедеятельности, секторов производства и совершенствование местного самоуправления достигается путем разработки и реализации документов стратегического планирования [2, с. 152; 3, с. 114].

В городе Екатеринбурге разработан и реализуется Стратегический план, в котором определены главные цели и задачи развития города, важнейшие стратегические направления и основные мероприятия. Стратегический план Екатеринбурга — это реально работающий документ общественного согласия, главной целью которого является устойчивое повышение качества жизни горожан [1, с. 20]. Множество высококвалифицированных специалистов, в том числе депутаты Екатеринбургской городской думы, приняли участие в его создании<sup>1</sup>.

В январе 2019 г. в соответствии с поручением главы Екатеринбурга А. Г. Высокинского районные администрации приступили к разработке проектов стратегий социально-экономического развития районов города Екатеринбурга.

Стратегии социально-экономического развития районов города Екатеринбурга разрабатываются как звено в системе целеполагающих документов муниципального планирования. Разработка Стратегии административных районов Екатеринбурга — это первый опыт в России стратегирования на низовом уровне — уровне административного района муниципального образования.

Стратегии развития районов разрабатываются в соответствии с основными положениями Федерального закона от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»,

---

<sup>1</sup> *Стратегический* план развития Екатеринбурга. — URL : <https://екатеринбург.рф/официально/стратегия>.

Указом Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г.», Прогнозом долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 г., законом Свердловской области от 15 июня 2015 г. № 45-ОЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации, осуществляемом на территории Свердловской области», Стратегией социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 гг., утвержденной законом Свердловской области от 21 декабря 2015 г. № 151-ОЗ и другими документами.

Одним из крупных и перспективных районов города Екатеринбурга является Чкаловский район.

Стратегия социально-экономического развития Чкаловского района города Екатеринбурга (далее — стратегия района) представляет собой комплексный документ, определяющий миссию, цель, задачи, внутренние ресурсы и внешние условия для определения сценарных подходов, основные направления и организационные действия, нацеленные на достижение стратегических результатов.

Формирование стратегического видения Чкаловского района проходило в соответствии с его приоритетными направлениями развития, определенными в процессе анализа сильных и слабых сторон, возможностей и угроз развития.

В силу неоднородности пространственного распределения инфраструктуры Чкаловского района, низкой освоенности территории микрорайонов Уктус Правобережный, Уктус Левобережный, Нижнеисетский, Елизавет, Солнечный, Рудный, Сулимовский, Горнощитский, Верхнемакаровский, Шабровский, Сысертский, а также учитывая локализацию и пространственную рассредоточенность территории района, наиболее уместным будет рассмотрение вопросов разработки стратегии района, связанной с концентрацией деятельности на трех направлениях.

1. *Транспортно-логистическая составляющая экономического развития.* Предполагается участие в проекте создания в соответствии со Стратегией развития Свердловской области до 2030 г. на юго-востоке Екатеринбурга Международного транспортно-логистического хаба как опорного элемента международных логистических цепочек, ориентированного на экспорт транспортных услуг в непосредственной близости от аэропорта Кольцово и федеральных магистралей по направлениям Москва, Пермь, Тюмень, Челябинск, строительство транспортной системы ЕКАД — III пусковой комплекс.

2. *Развитие туристско-рекреационной зоны,* привлекательной для всех жителей Екатеринбургской городской агломерации (Уктус, Елизавет, Горный Щит, Верхнемакарово, создание тематического парка DreamWorks).

3. *Реновация промышленных территорий и увеличение инновационной составляющей* в деятельности промышленных предприятий, расположенных на территории Чкаловского района: АО «Уралхиммаш», ОАО «Стройпластполимер», ОАО «Ювелиры Урала», ОАО «Завод керамических изделий», ПАО «Уральский завод РТИ»; позиционирование и формирование имиджа Чкаловского района как инновационно-ориентированного промышленно-финансового района.

При работе над проектом стратегии района были определены:

1) *миссия*: Чкаловский район — динамично развивающийся район комфортного проживания, современной промышленности, безграничных возможностей;

2) *стратегическая цель*: последовательное повышение благосостояния и устойчивое повышение качества жизни отдельного человека, каждой семьи и всего населения района;

3) *задачи стратегического развития*:

— повышение качества жизни каждого жителя района путем создания оптимальных условий для развития человеческого потенциала;

— повышение инвестиционной привлекательности района: за счет формирования инвестиционных площадок, в том числе реновации промышленных предприятий и увеличения инновационной составляющей в их деятельности; развития инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства;

— создание комфортной среды для проживания населения за счет повышения качества жилищно-коммунальных услуг, обновления инженерно-технической инфраструктуры и улучшения состояния жилищного фонда;

— формирование пространственно-сбалансированной организации потребительского рынка для удовлетворения разнообразных потребностей населения и гостей Чкаловского района;

— формирование дорожной сети, способной качественно удовлетворить возрастающий спрос на перемещение населения и грузоперевозки во всех микрорайонах;

— создание комфортных условий проживания и экологически устойчивой системы жизнедеятельности населения на основе улучшения качества окружающей среды и благоустройства территории района;

— развитие сообщества свободных, инициативных, социально активных горожан, объединенных общностью традиций, интересов и ценностей;

— удовлетворение потребности жителей района в комфортном и доступном жилье, соответствующем их образу жизни и финансовым возможностям;

— обеспечение развития района.

Чкаловский административный район образован в июне 1943 г. в результате разукрупнения Ленинского и Октябрьского районов. Территория района была разделена условно на 15 микрорайонов. Для каждого микрорайона проведена оценка показателей развития отраслей по проектной мощности и фактическому использованию, а также по соответствию нормативам градостроительного проектирования. С учетом данных, полученных в результате анализа показателей социально-экономического развития Чкаловского района (см. таблицу), в стратегии запланирована и согласована с отраслевыми органами реализация 251 мероприятия.

**Динамика показателей социально-экономического развития  
Чкаловского района за 2010–2018 гг. и прогноз на 2030 г.**

Показатель	2010	2018	2030 (прогноз)
Численность населения на начало периода, тыс. чел.	251,0	287,9	319,7
Объем продукции, отгруженной промышленными предприятиями, млрд р.	26,4	40,0	74,1
Среднемесячная начисленная заработная плата за период, р.	39 046,0	41 627,0	88 925,6
Ввод в действие жилья за счет всех источников финансирования, тыс. м <sup>2</sup>	146,7	201,3	185,0
Обеспеченность площадями предприятий бытового обслуживания, м <sup>2</sup> на 1 000 чел.	340,2	300,1	330,3
Обеспеченность торговыми площадями розничной торговли, м <sup>2</sup> на 1000 чел.	680,7	1 131,0	1 343,9

Стратегия социально-экономического развития Чкаловского района города Екатеринбурга сформирована с учетом интересов всех групп населения, проживающих на его территории, обеспечивает системное взаимодействие власти, бизнеса и общественности, науки и СМИ. Объединение мнений данных сообществ позволило сформулировать и наполнить стратегические направления развития района «снизу», разработать оптимальные проекты развития социальной, транспортной, инженерной инфраструктур, и обеспечить равномерность и комплексность развития территории [4].

Таким образом, исходя из вышеизложенного, формирование стратегических документов низового уровня (административных районов города) является важным этапом развития системы стратегического планирования муниципального образования.

Разработка и реализация подобного рода документов позволит создать комфортные условия для проживания и трудовой деятельности жителей района, обеспечить доступность всех видов инфраструктуры

и эффективность размещения производственных сил, что впоследствии станет основой опережающего развития территории.

### Библиографический список

1. *Антипин И. А.* Особенности формирования стратегий муниципальных образований Свердловской области // Современное управление: векторы развития : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф. (Калининград, 15–16 ноября 2018 г.). Саратов : Амирит, 2018.

2. *Землянухина С. Г., Суворова В. В.* Формирование концепции социально-экономического развития муниципальных образований // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. — 2019. — № 2(50).

3. *Мовсаров Р. Д., Хисимиков Р. А.* Некоторые аспекты стратегического планирования мегаполисов // Вестник Академии знаний. — 2019. — № 1(30).

4. *Чепурных Н. В., Лукашенко Т. Р., Исламудинов В. Ф., Карминский А. А.* Теоретические подходы и практический опыт внедрения научных достижений в процесс разработки программ социально-экономического развития территорий // Управление экономическими системами. — 2013. — № 10(58). — URL : <http://uecs.ru/regionalnaya-ekonomika/item/2393-2013-10-02-07-07-13>.

**Ю. Ю. Доменко, О. Н. Соболева**

Вятский государственный университет, г. Киров

## Стратегическое планирование в эпоху цифровой экономики

**Аннотация.** Стратегическое планирование как важнейший инструмент социально-экономического развития государства в целом и отдельно взятого региона составляет предмет анализа данной статьи. Рассмотрены требования к стратегическому планированию в эпоху цифровой экономики. Охарактеризованы документы стратегического планирования, отражающие не только количественные изменения показателей, но и качественную модернизацию механизмов системы управления и социально-экономического развития.

**Ключевые слова:** стратегическое планирование; стратегия; цифровая экономика.

На сегодняшний день сложилась объективная ситуация, в рамках которой продолжают использоваться способы, методы и механизмы построения социально-экономической системы, которые реализуются на протяжении десятилетий и нередко препятствуют развитию и прогрессу в целом.

В условиях функционирования сложных систем и нарастания конкуренции государство обязано вырабатывать современные механизмы построения эффективной социально-экономической системы, способной конкурировать с ведущими мировыми игроками.

Российская Федерация в целях социально-экономического развития использует метод стратегического планирования. Сама система стратегического планирования подразумевает взаимодействие участников стратегического планирования при разработке, реализации, а также мониторинге документов стратегического планирования.

Документами стратегического планирования являются: на уровне Федерации — стратегия социально-экономического развития РФ, а на уровне региона — стратегия социально-экономического развития субъекта РФ, которая определяет приоритеты, цели и задачи государственного управления на долгосрочный период. Исходя из этого можно считать стратегию важнейшим документом, отражающим то, что регион имеет сегодня, и то, что он хочет иметь завтра.

Начиная с 2019 г. Российская Федерация намерена осуществить качественную цифровую трансформацию экономики и социальной сферы. В рамках данной трансформации необходимо разработать законодательство о цифровых технологиях, подготовить высококвалифицированные кадры, внедрить цифровые практики во всех сферах экономики, а также в системе государственного управления. При этом необходимо соблюдать принцип системности, открытости, и главное — отойти от формализма, который нередко сопровождает процесс модернизации в России.

Формирование новой цифровой среды должно сопровождаться установлением правового режима, который позволил бы беспрепятственно развивать современные технологии и стимулировать экономическую деятельность, связанную с их использованием. Отметим, что формирование цифровой экономики должно не только порождать новые правовые и экономические инструменты, но и модернизировать, а также трансформировать имеющиеся.

Стратегии социально-экономического развития регионов должны также стать тем механизмом, который способен реализовать глобальную задачу по формированию цифровой экономики. Использование стратегий социально-экономического развития регионов в формировании цифровой экономики позволит реализовать их главное предназначение — определить приоритеты, цели и задачи государственного управления на долгосрочный период.

Планирование на долгосрочный период заключается не в использовании «архаичных» механизмов и инструментов развития, а в нахождении новых путей и методов в создании новой цифровой среды, которая модернизирует многие, если не все, социальные и экономические институты.

Из анализа стратегий социально-экономического развития регионов следует вывод, что многие из них транслируют то, что развитие

выражается не в качественном изменении, а лишь в количественном увеличении ряда показателей. Необходимо использовать иной подход планирования особенно на долгосрочный период. Мы должны не просто планировать увеличить какой-либо показатель, а определить новые точки роста, выделить иные индикаторы развития, которые отражают реальные потребности в современном социально-экономическом развитии как отдельно взятого региона, так и государства в целом.

Как отмечает профессор В. Л. Иноземцев, современное государство не только не способно эффективно стратегически управлять современной экономикой, но, более того, само деградируя, де-факто задает экономике «вектор неразвития» [1].

Профессор А. Н. Швецов полагает, что «стратегическое планирование по-русски — это пока не современный, на уровне мировых стандартов, инструмент управления экономическим развитием, а лишь промежуточный вариант соответствующего рыночного механизма, отражающий переходный характер российского общества, государства и экономики» [2].

Такого рода взгляды, конечно, имеют место быть и отчасти отражают объективную реальность, которую, конечно, необходимо корректировать.

Говоря о проблемах стратегического планирования, необходимо выделить основополагающие элементы данной системы:

- 1) юридическая обязательность (строится на положениях специального федерального закона);
- 2) объектно-субъектная всеобщность (реализуется на всех уровнях власти);
- 3) информационно-методические универсалии (требуют использования единых для всей страны методических положений и унифицированной информации);
- 4) процедурная жесткость (четко прописан регламент сроков, этапов и документов) [1].

Исходя из представленных элементов обратимся к анализу Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 гг. Данная Стратегия, как и другие стратегии социально-экономического развития регионов, является «стандартизированной» и определяет своей целью повышение качества жизни и благосостояния населения на уровне устойчивого роста экономики Свердловской области.

Как и любая иная стратегия, Стратегия социально-экономического развития Свердловской области содержит раздел, посвященный ожидаемым результатам, в структуру которого входят такие положения, как:

- 1) повышение ожидаемой средней продолжительности жизни при рождении;
- 2) увеличение доли семей, имеющих возможность приобрести жилье, соответствующее стандартам обеспечения жилыми помещениями, с помощью собственных и заемных средств;
- 3) увеличение реальных располагаемых денежных доходов населения;
- 4) рост посещаемости населением организаций культуры и искусства и увеличение численности участников проводимых культурно-досуговых мероприятий;
- 5) увеличение доли жителей, систематически занимающихся физической культурой и спортом, в общей численности населения; и др.

В качестве ожидаемых результатов также указаны инвестиции, а также высокотехнологичная продукция, но стоит заметить, что эти результаты не обеспечат того, что уже сегодня заявлено на высоком государственном уровне.

Анализ положений Стратегии позволяет проследить количественный подход, выраженный в том, что в 2014 г. было столько..., а в 2030-м будет столько...

Повысить качество стратегических документов возможно путем изменения их в течение действия. При этом важным моментом остается то, что изменение должно происходить только в тех случаях, когда этого объективно требует ситуация.

Переход к цифровой экономике — объективное условие возможной корректировки и изменения положений стратегий социально-экономического развития регионов. Это является необходимым, так как мы не можем достичь определенного стратегического результата, если не спланируем его.

На сегодняшний день World Bank готовит единую методiku оценки готовности стран к цифровой трансформации. На основе глобального мирового опыта необходимо разрабатывать индикаторы цифровой экономики для регионов РФ, которые должны получить свое отражение в стратегических документах<sup>1</sup>.

К индикаторам цифровой экономики можно отнести:

- 1) исследования и разработки в области ИКТ;
- 2) кадры цифровой экономики;
- 3) сектор ИКТ;
- 4) население в цифровой реальности;
- 5) цифровые технологии в бизнесе;

---

<sup>1</sup> *Цифровая экономика*: можно ли ее построить России и в отдельно взятом регионе? — URL : [https://digital.msu.ru/wp-content/uploads/2018-06-05\\_Ershova\\_](https://digital.msu.ru/wp-content/uploads/2018-06-05_Ershova_)

- 6) цифровизация социальной сферы;
- 7) информационная безопасность; и др.

Данный перечень индикаторов является открытым. Каждый индикатор объединяет ряд показателей, методика расчета которых должна закрепляться в федеральных документах.

Подводя общий итог, необходимо отметить, что развитие цифровой экономики должно стать не «автономным проектом», а неким субстратом, который будет трансформировать все возможные инструменты и механизмы в целях совершенствования цифровой среды. При этом неотъемлемой частью реализации данной цели должно стать стратегическое планирование.

### Библиографический список

1. *Леонов С. Н.* Проблемы формирования системы стратегического регионального планирования в России на современном этапе // Труды Братского государственного университета. Сер.: Экономика и управление. — 2018. — Т. 1.
2. *Швецов А. Н.* Деструктивные стереотипы стратегического планирования // От рецессии к стабилизации и экономическому росту : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 19–20 февраля 2016 г.). — М. : РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2016.

**Н. Б. Изакова**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

### **Возможности технологий цифрового маркетинга для малых промышленных предприятий Уральского макрорегиона**

**Аннотация.** Рассмотрены задачи и преимущества использования цифровых маркетинговых инструментов для региональных промышленных предприятий малого бизнеса. Представлен анализ основных тенденций повышения значимости цифрового маркетинга для малых промышленных предприятий. Приведены результаты опроса представителей малых промышленных предприятий Уральского макрорегиона. Определена роль социальных медиа для малых промышленных предприятий на B2B рынке.

**Ключевые слова:** малые промышленные предприятия; цифровой маркетинг; омниканальный маркетинг.

Современное развитие технологий позволяет перейти на новый уровень управления взаимоотношениями с потребителем, в основе которого лежит цифровой (digital) маркетинг, представляющий собой процесс передачи информации о продукте, услуге или бренде с помощью электронных средств и позволяющий активно взаимодействовать с целевой аудиторией, анализировать маркетинговую деятельность

компания и оценивать ее результаты в режиме реального времени. Для малых промышленных предприятий, работающих на B2B рынке, эффективное взаимодействие с потребителями является ключевым условием получения долгосрочных конкурентных преимуществ в нестабильных и сложных условиях внешней среды.

В Уральском макрорегионе исторически накоплен мощный производственный потенциал, сформировавший условия становления региона как центра модернизации российской экономики [4]. В «Стратегии социально-экономического развития Уральского федерального округа на период до 2020 г.» признается высокая роль субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в обеспечении его устойчивого развития и повышении инвестиционной привлекательности. Современные тенденции, повышающие роль цифрового маркетинга для малых промышленных предприятий, позволяют более тесно сотрудничать и завоевывать внимание бизнес-потребителя, находить новые решения, быстро реагировать на изменения, индивидуализировать товарные предложения, что в целом повышает конкурентоспособность малого промышленного бизнеса на B2B рынке [2]. Кроме того, использование цифровых технологий является возможностью выхода уральских промышленных компаний МСП на крупных потребителей и международные цифровые и онлайн-рынки, что является основным современным трендом для B2B рынка. В 2017 г. общий объем транзакций в B2B-секторе электронной коммерции на российском рынке достиг 7,66 трлн долл. и более чем втрое превысил объем в B2C-секторе (2,143 трлн долл.), при этом средний коэффициент конверсии в B2B онлайн-торговле составил 10 %, а для B2C этот показатель равен примерно 3 %<sup>1</sup>.

Особенности маркетинга на промышленных рынках B2B диктуют особые условия использования инструментов цифрового маркетинга. Сложность внедрения данных инструментов в маркетинговую деятельность промышленного предприятия связана со сложностью продукта, его высокой стоимостью, а также длительностью процесса принятия решения о покупке. При этом важная роль личных взаимоотношений и уровень надежности бизнес-партнеров на промышленном B2B рынке, их высокая компетентность представляют дополнительные возможности для использования инструментов цифрового маркетинга промышленными предприятиями. Быстрый и удобный доступ к необходимой информации, возможность сокращения затрат на оформление заказов, мобильность в принятии решения становятся основой для за-

---

<sup>1</sup> Наумкин М. Какой станет электронная коммерция в 2018 г. и далее? — URL : <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/kakoy-stanet-elektronnaya-kommerciya-v-2018-godu-i-dalee>.

воевания доверия между бизнес-партнерами и создания долгосрочных отношений.

Ключевым трендом становится омниканальность, когда традиционные привычные маркетинговые каналы поддерживаются активно в цифровом пространстве. Актуальность омниканального маркетинга обусловлена развитием новой, усложненной рыночной среды, которая оказывает влияние на действия потребителей и заставляет модернизировать деятельность компаний [3].

Задачи цифрового маркетинга в деятельности промышленных предприятий состоят в следующем:

- сайт компании позволяет информировать о компании и продукции, ее основных проектах, партнерах, организовать обратную связь с бизнес-потребителем и информационно-техническое онлайн-сопровождение, интернет-сопровождение складской программы, осуществлять заказы и оплату готовой продукции;

- поисковое сопровождение направлено на оптимизацию и быстрый поиск компании, включение сайта компании в «топ»;

- профессиональные форумы предоставляют возможность общаться с коллегами, отслеживать конкурентов, собирать информацию о перспективных проектах и возможных заказах, рекомендовать продукты компании, анализировать наиболее часто встречающиеся вопросы, отвечать на них;

- канал YouTube позволяет продемонстрировать технологии и продукцию компании в действии;

- Email-рассылка персонализирует информацию и предложения, позволяет наладить личные контакты с лицами, принимающими решения о закупке;

- баннерная реклама переводит клиента на сайт компании;

- социальные сети также позволяют общаться с клиентами, создавать тематические группы, организовать обратную связь с потребителем [1].

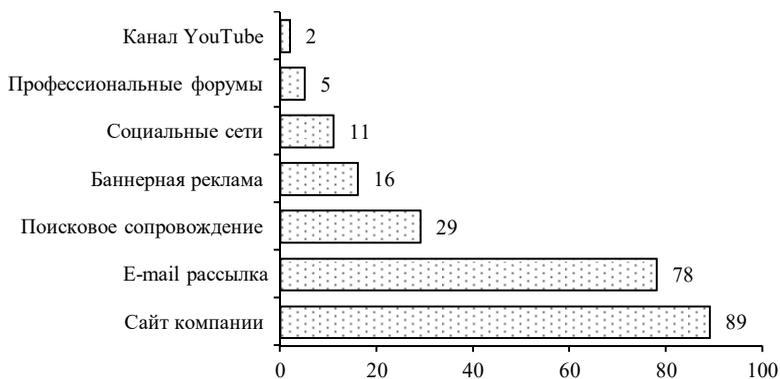
Результаты исследования, проведенного в 2017 г. аналитическим маркетинговым агентством Safefrog Marketing Group, показали, что промышленные компании в качестве приоритетных маркетинговых инструментов принимают развитие корпоративного сайта, поддержание личных контактов и встречи с потребителями, интернет-рекламу. Отмечено сохранение тенденции использования цифровых каналов на B2B рынке как альтернативе традиционному маркетингу<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Safefrog B2B Marketing Mix 2017 Report // Safefrog Marketing Group. — URL : <https://www.sagefrog.com/resources/marketingmix-2017-report>.

В отличие от крупных фирм малый бизнес имеет ограниченные ресурсы, в связи с чем разрабатывает простые маркетинговые стратегии и не использует омниканальность. Одной из наиболее серьезных проблем руководители малого промышленного бизнеса называют выделение времени на интернет-маркетинг, так как вынуждены выполнять эту работу самостоятельно<sup>1</sup>.

С целью выявления тенденций в применении цифровых маркетинговых инструментов малыми промышленными предприятиями автором был проведен опрос, в котором приняли участие 52 представителя малых промышленных предприятий Уральского макрорегиона. По отраслевой принадлежности респонденты разделились следующим образом: 35,5 % — производство резиновых и пластмассовых изделий; 27 % — производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования; 9 % — производство электрического оборудования; 6 % — производство химических веществ и химических продуктов; 14 % — производство прочей неметаллической минеральной продукции; 8,5 % — обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки (см. рисунок).



Применение цифровых маркетинговых инструментов малыми промышленными предприятиями, %

Результаты опроса показали, что большинство малых промышленных предприятий используют те же цифровые маркетинговые инструменты, что и крупный бизнес: сайт компании (89 %) и e-mail-рассылку (78 %). Отказ от поискового сопровождения 71 % опрошен-

<sup>1</sup> Тренды маркетинга для малого бизнеса. Исследование. — URL: <https://rusability.ru/internet-marketings.html>.

ных объяснили высокими затратами на данный вид продвижения. Такие инструменты, как SMM и канал YouTube большинство опрошенных специалистов малого промышленного бизнеса считают малоэффективными инструментами на промышленном рынке, в большей степени ориентированными на индивидуального потребителя. При этом социальные медиа для малых промышленных компаний могут способствовать организации социальных взаимоотношений и визуализации деятельности компании на промышленном рынке. Роль социальных медиа как одного из цифровых инструментов омниканального маркетинга для малых промышленных предприятий на B2B рынке состоит в следующем:

1) помогает SEO-продвижению сайта: поисковые организаторы активно используют социальные сети; ссылки и переходы из социальных сетей на сайт оцениваются как качественные ссылки и принимаются поисковой машиной в расчет, повышая позицию в «топе»;

2) создание сообщества в социальных сетях. Помогает получать качественную обратную связь и облегчает проведение маркетинговых исследований;

3) позиционирование в социальных медиа. Важно для молодых людей, которые уже являются сотрудниками компании или бизнес-потребителей либо будут являться ими в ближайшее время. Если сейчас в большей степени деловая переписка идет по электронной почте, то тенденция ближайшего будущего — переход деловой переписки в социальные сети, так как молодежь общается именно там. Для этого нужно присутствие компании в социальных сетях;

4) возможность создания закрытого внутреннего сообщества для мобильной передачи информации между сотрудниками и руководством;

5) визуализация деятельности. Например, «Инстаграм» дает возможность представлять разнообразие продукции, выполненных заказов в мобильном режиме, демонстрировать связь с крупными, известными брендами, что повышает имидж компании;

6) страница в социальных медиа — это также официальная площадка компании, подобие сайта, но более близкая к людям, с возможностью говорить на менее официальном языке и быстрой обратной связью;

7) наличие страницы в социальных сетях. Дает возможность зарегистрироваться во всех социальных медиа, где присутствует целевая аудитория: страницы отраслевых ресурсов, профессиональных объединений и т. п.

Сложность промышленных рынков, пролонгированность принятия решения о покупке, высокая компетенция лиц, принимающих ре-

шение, важность построения и поддержания взаимоотношений на B2B рынке, а также личных взаимоотношений для малых промышленных предприятий делают обязательным атрибутом использование многоканальности в маркетинговой деятельности, позволяющей максимально приблизить компанию к потребителю.

### Библиографический список

1. *Исаева Е. В.* Базовые инструменты интернет-маркетинга для промышленных компаний // Вестник Омского университета. Сер.: Экономика. — 2016. — № 4.
2. *Капустина Л. М., Мосунов И. Д.* Комплекс «4Р» и модель «6I» интернет-маркетинга // Известия Уральского государственного экономического университета. — 2014. — № 6(56).
3. *Козлова О. А., Сухостав Е. В.* Характеристика и гейты омниканально-го потребителя // Маркетинг в России и за рубежом. — 2018. — № 2.
4. *Силин Я. П., Анимца Е. Г., Новикова Н. В.* Региональные аспекты новой индустриализации // Экономика региона. — 2017. — Т. 13, вып. 3.

**Л. М. Капустина**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Факторы конкурентоспособности уральского производителя автомобильных катализаторов

**Аннотация.** Рассмотрена специфика деятельности высокотехнологичной отрасли производства автомобильных катализаторов как драйвера развития индустрии 4,0 Свердловской области. Выявлены основные факторы конкурентоспособности ООО «Экоальянс» (Новоуральск). Сделан вывод о том, что основой успешного развития компании являются собственные научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки.

**Ключевые слова:** индустрия 4.0; высокотехнологичная продукция; каталитические нейтрализаторы; конкурентоспособность.

Индустрия 4,0, как известно, опирается на развитие высокотехнологичных отраслей экономики, соединение цифровых технологий и физических промышленных объектов в цепочке создания «умных продуктов» [2, с. 31]. Процессы развития четвертой промышленной революции сопровождаются диффузией инноваций, качественными изменениями наукоёмких товаров. В. Ф. Байнев справедливо отмечает, что именно промышленность, включая ядро высокотехнологичных производств, выступает «катализатором инноваций и драйвером экономического развития» [4, с. 107].

Традиционно к высокотехнологичным отраслям относят виды экономической деятельности с высокой долей затрат на НИОКР в себе-

стоимости изготовления продукции [1, с. 62]. Так, И. Михайлова-Станюта подчеркивает взаимодействие науки и производства и определяет высокотехнологичный сектор экономики как «совокупность производственных, научных и образовательных структур, выпускающих с использованием новейших технологий и качественных ресурсов конкурентоспособную продукцию, пользующуюся спросом на внутреннем и мировом рынках, а также систему условий, стимулирующих производство и реализацию (высший менеджмент) продукции на принципах выгодного обмена (его пропорций) в рамках действующих организационно-правовых форм» [3, с. 56].

Согласно классификации Организации экономического сотрудничества и развития к высокотехнологичным относятся отрасли с наукоемкостью более 7 %<sup>1</sup>. Организация ООН по промышленному развитию устанавливает пороговое значение для высоких технологий ниже — на уровне 3–4 % затрат на НИОКР в себестоимости<sup>2</sup>. Автомобилестроение и химическая промышленность в международных классификациях отнесены к высокотехнологичным отраслям.

Важно отметить, что целевым ориентиром индустрии 4,0 выступает, помимо гибкости производственных процессов, рост экологичности производства. Значимым высокотехнологичным продуктом для защиты окружающей среды и сокращения выбросов углекислого газа в атмосферу выступают автомобильные катализаторы. Автокатализатор, представляющий собой конструкцию с нанесенным слоем платинового или палладиевого сплава, служащего катализатором процесса нейтрализации вредных выбросов автотранспорта в атмосферу, воплощает в себе высокие нанотехнологии. Сокращение вредных выбросов достигается за счет преобразования более 90 % углеводородов, угарного газа и окисей азота, содержащихся в выхлопных газах бензинового двигателя, в менее вредный углекислый газ, азот и водяной пар<sup>3</sup>.

Первый в России завод автомобильных катализаторов был построен в городе Новоуральске Свердловской области в 1994 г. в составе Уральского электрохимического комбината. В 2010 г. завод преобразован в ООО «Экоальянс» под эгидой госкорпорации РОСАТОМ в рамках Уральского атомного кластера. Совместными усилиями специалистов российских автозаводов и ООО «Экоальянс» разработаны

---

<sup>1</sup> *Classification of manufacturing industries into categories based on R&D intensities.* — URL : <http://www.oecd.org/sti/ind/48350231.pdf>

<sup>2</sup> *Statistical Programme and principles of aggregated classifications for performance analysis.* — URL : [https://www.hse.ru/data/2011/08/30/1268385892/HSE%20presentation\\_Shyam%20Upadhyaya.pdf](https://www.hse.ru/data/2011/08/30/1268385892/HSE%20presentation_Shyam%20Upadhyaya.pdf)

<sup>3</sup> *Обзор рынка автомобильных катализаторов в России / Исследовательская группа Информайн.* — М., 2018.

соответствующие мировому уровню каталитические нейтрализаторы. В России 40 % всех продаваемых автомобилей комплектуется уральскими катализаторами, а на «АвтоВАЗе» ими обеспечивается 80 % выходящих с конвейера машин<sup>1</sup>. С этими изделиями «АвтоВАЗ» прошел международную сертификацию на соответствие требованиям Евро 2–5. Наряду с ООО «Экоальянс» автокатализаторы в России производят британская компания «Джонсон Матти» (в Красноярске), ООО «Роскатавто» (в Тольятти, Самарская область), ООО «Мобил ГазСервис» (в Нижегородской области). Основным конкурентом на российском рынке выступает «Джонсон Матти», на которую по итогам 2018 г. приходится 20 % российского рынка автомобильных катализаторов.

Выделим факторы высокой конкурентоспособности уральского предприятия «Экоальянс» на российском рынке автомобильных катализаторов. Это предприятие является единственным в стране, которое не только производит, но и разрабатывает катализаторы, проводит НИОКР. «Экоальянс» сотрудничает с Институтом катализа имени Г. К. Берескова СО РАН, в деле подготовки кадров — с Уральский федеральным университетом. Научно-производственная база, не имеющая аналогов в России, позволяет самостоятельно разрабатывать и производить высокотехнологичную продукцию. Номенклатура выпускаемой продукции довольно широка — от нейтрализаторов отработанных газов для мототехники до нейтрализаторов для большегрузных карьерных самосвалов.

ООО «Экоальянс» предлагает: разработку конструкций и моделирование нейтрализаторов, катколлекторов автомобилей с бензиновыми и дизельными двигателями различной мощности, соответствующих международным стандартам Евро 3, Евро 4, Евро 5, Евро 5+, Евро 6.; изготовление растворов солей драгоценных металлов; услуги по проведению испытаний на соответствие экологическим требованиям автотранспорта. Среди новейших разработок — системы очистки выхлопа для автомобилей Aurus президентского проекта «Кортеж».

Чтобы выдержать глобальную конкуренцию, ООО «Экоальянс» пришлось почти в два раза снизить объем катализатора, уменьшить в три раза удельное содержание драгоценных металлов, что позволило произвести высококачественный продукт по низкой цене<sup>2</sup>. При этом уральским заводом разработаны уникальные технологии по извлечению драгоценных металлов из отработанных катализаторов благодаря реализации замкнутого цикла разработки и производства каталитиче-

---

<sup>1</sup> Гусельников А. Россия спасется от опасных выхлопов благодаря уральскому заводу. — URL : <https://ura.news/news/1052401332>.

<sup>2</sup> Завод автомобильных катализаторов // URS — Управление регионального сотрудничества. — URL : <http://catalizator-urs.ru/o-kompanii.html>.

ских блоков. «Экоальянс» системно и эффективно ведет работы по созданию новых формул каталитических нейтрализаторов и их конструкторскому оформлению. Поэтому базовой конкурентной стратегией предприятия является конкуренция по цене за счет снижения издержек на основе разработки новых технологий.

Государственная поддержка оказывается ООО «Экоальянс» в виде грантов на НИОКР и субсидий на развитие производства, поскольку поставлена стратегическая цель импортозамещения в высокотехнологичных отраслях. В 2017 г. «Экоальянс» модернизировал комплекс газоаналитического оборудования, запустил в промышленную эксплуатацию стенд динамометрических испытаний легковых автомобилей Vulcan II EMS-CD48L 2WD фирмы HORIBA (Япония).

Рост конкурентоспособности ООО «Экоальянс» и увеличение выпуска продукции в шесть раз за 2013–2018 гг. связаны также с благоприятными условиями внешней среды ведения бизнеса: ужесточение экологических стандартов, ослабление российского рубля относительно ведущих иностранных валют и уменьшение импорта автомобилей, государственная поддержка высокотехнологичных отраслей в рамках политики импортозамещения.

Основным детерминантом увеличения спроса на автомобильные катализаторы стало обязательное применение стандарта Евро-5 на все производимые в России автомобили с 2016 г. В 2018 г. «Экоальянс» увеличил производство автокатализаторов на 94 % по сравнению с 2017 г. Почти во всех странах мира эксплуатация двигателей внутреннего сгорания без нейтрализации выхлопных газов запрещена, что создает устойчиво растущий рынок сбыта для продукции ООО «Экоальянс». С 2015 г. в Европе действуют нормы Евро-6. Завод разработал также необходимые химические составы для внедрения новейшего стандарта, регулирующего содержание вредных веществ в выхлопе — Евро-6<sup>1</sup>. Автомобили Lada 4x4 и Lada Vesta сертифицированы в европейских сертификационных центрах UTAC и TÜV на соответствие нормам ЕВРО-6d и допущены к продаже в Европе<sup>2</sup>.

Однако серьезной угрозой перспективам развития производства автокатализаторов может стать отказ от двигателей внутреннего сгорания и переход на электромобили, электрокары, что снизит спрос автомобильной промышленности на каталитические нейтрализаторы.

---

<sup>1</sup> Гусельников А. Россия спасется от опасных выхлопов благодаря уральскому заводу. — URL : <https://ura.news/news/1052401332>.

<sup>2</sup> Предприятие Росатома в Новоуральске разработало и испытало системы снижения токсичности автомобилей Lada. — URL : <http://urbc.ru/1068087722-predpriyatie-rosatoma-v-novouralske-razrabatolo-i-ispytalo-sistemy-snizheniya-toksichnosti-avtomobiley-lada.html>.

В заключение отметим, что, обладая собственным полным технологическим циклом, предприятие более 25 лет сохраняет лидирующие позиции на рынке за счет внедрения собственных новейших разработок, что связано с эффективной синергией в рамках взаимодействия «наука — производство — образование». В условиях государственной политики импортозамещения ООО «Экоальянс» уверенно наращивает свою рыночную долю на российском рынке высокотехнологичной продукции — автомобильных катализаторов, обеспечен заказами от автомобильных концернов на 10 лет вперед.

Основными факторами повышения конкурентоспособности предприятия за последнее десятилетие стали существенные расходы на НИОКР и модернизация производственного оборудования при государственной поддержке. Осуществлены инновации в сфере каталитической химии, внедрены новые технологии при разработке каталитических нейтрализаторов, позволившие наладить и гибко перестраивать производство продукции на уровне мировых стандартов, а по величине затрат на драгоценные металлы превзойти зарубежные аналоги. Налажена логистика доставки произведенных заводом автомобильных катализаторов в России, Европе и Китае, однако экспортные поставки остаются на низком уровне. Объективным ограничением выступают относительно небольшие производственные мощности, на которых сотрудники предприятия работают в четыре смены. Однако необходимость их расширения требует дополнительных научных изысканий и экономического обоснования в свете развития новых трендов на увеличение производства электромобилей и отказа ряда государств от двигателей внутреннего сгорания в долгосрочной перспективе.

### **Библиографический список**

1. *Варшавский А. Е.* Наукоемкие отрасли и высокие технологии: определение, показатели, техническая политика, удельный вес в структуре экономики России // *Экономическая наука современной России*. — 2000. — № 2.
2. *Капустина Л. М.* Рынок промышленных роботов: мировое и региональное измерение // *Урал — XXI век: макрорегион неоиндустриального и инновационного развития* : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 15–16 октября 2018 г.) : в 2 т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2018. — Т. 2.
3. *Михайлова-Станюта И.* Роль высокотехнологичного сектора в экономическом развитии страны // *Наука и инновации*. — 2006. — № 10(44).
4. *Максименко Л. С., Година О. В., Тхабит А. Ф.* Особенности и методические аспекты формирования и развития корпоративных инновационных систем // *Промышленная политика и маркетинговые стратегии как драйверы развития новой экономики в условиях глобализации и диверсификации производства* / под ред. В. Н. Парахиной. — Ставрополь : Изд-во СКФУ, 2018.

## Перспективные технологии: цифровизация в сфере массовых спортивных соревнований

**Аннотация.** Актуальность исследования обусловлена необходимостью определения путей адаптации цифровых технологий к специфике проведения массовых соревнований. Целью исследования является определение особенностей использования цифровых технологий при проведении спортивно-массовых мероприятий. Методика исследования основана на использовании геоинформационных систем, позволяющих отследить маршрут движения участников. Данные параметры важны для формирования будущих специалистов в области физической культуры и спорта, поскольку позволяют объективно оценивать собственные результаты и нести ответственность за принятые решения.

**Ключевые слова:** цифровые технологии; геоинформационные системы; маршрут; достоверность результатов.

Цифровые технологии — новое направление совершенствования жизни человека. Их использование в процессах профессиональной подготовки позволяет внести объективность в оценку и самооценку деятельности обучающихся. В статье [6] приведен список факторов цифровизации, который включает такой параметр как наличие высшего образования у населения. Данный фактор демонстрирует прямое влияние на уровень цифровизации общества и повышает вероятность того, что страна будет принадлежать к группе с более высоким уровнем использования цифровых технологий. Среди наиболее известных направлений цифровизации в образовании исследователи выделяют:

- использование онлайн ресурсов [2];
- использование облачных технологий, отмечено в работе [1];
- использование дистанционных технологий обучения [4; 5];
- использование систем геопозиционирования [3].

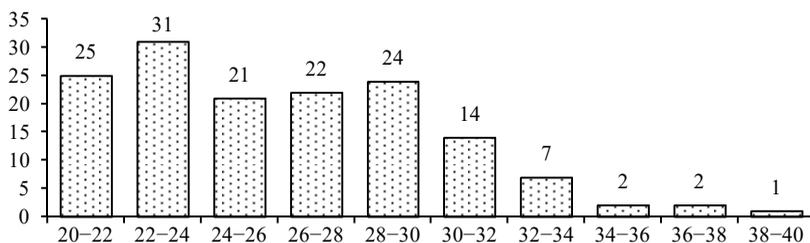
Рассмотренные в статье технологии геопозиционирования предполагают использование спутниковых навигационных систем для определения фактического места нахождения объекта (последнее, по мнению автора статьи [7], получает широкое распространение в экономике, образовании, государственном управлении и других областях человеческой деятельности). Внедрение данных технологий не только расширяет информационную базу при подготовке специалистов физической культуры и спорта, но и позволяет ведущим спортсменам без отрыва от тренировочных сборов и соревновательной деятельности системно и непрерывно осуществлять учебную деятельность.

Геоинформационные технологии позволяют студенту самостоятельно оценить результаты, что формирует дополнительный педагогический эффект. Метод исследования заключается в использовании сту-

дентами программных приложений для учета данных, обеспечивающих с периодичностью примерно в одну секунду запись в файл текущих координат, полученных от спутников глобальной системы позиционирования (GPS), совокупность которых описывает маршрут прохождения дистанции участником и характеризует основные параметры участников в ходе забега:

- скорость;
- соответствие движения маршруту забега;
- остановки.

Таким образом, используя технологию геопозиционирования возможно получение педагогического эффекта самооценки поведения студентов. На основе полученных в данных были построены диаграммы, иллюстрирующие поведение студентов в ходе массового забега (рис. 1).



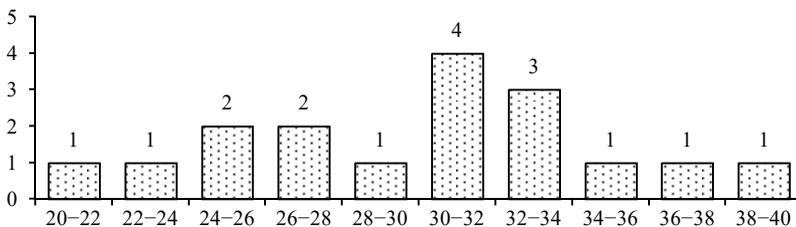
**Рис. 1.** Распределение участников забега по временным интервалам, отражающим результат, чел.

Как видно на рис. 1, наибольшая группа участников закончила забег в интервале от 22 до 24 мин, наилучший результат соответствует значению 20 мин. Результаты в диапазоне более 30 мин продемонстрировали 26 студентов, или 17,4 %.

Показатели скорости отражают средние значения движения участников забега и снижаются пропорционально временному результату участников.

Как видно на рис. 2, количество остановок участников забега  $n$  соотносится с результатами участников, чем большее количество раз участник прерывал бег, тем хуже результат был продемонстрирован.

По результатам проведенного исследования можно говорить о высоком потенциале использования цифровой технологии геопозиционирования в ходе подготовки специалистов в области физической культуры и спорта, поскольку ее использование значительно повышает объективность оценки деятельности обучающихся.



**Рис. 2.** Количество остановок  $n$  участников забега в разрезе временных интервалов, отражающих результат, ед.

Кроме того, данное свойство технологии позволяет получить педагогический эффект, основанный на мотивации студентов к совершенствованию своего поведения, снижает деструктивность соревновательного процесса, возможные проявления которой вызываются субъективностью оценок преподавателей и тренеров.

### Библиографический список

1. Ваганова О. И., Дворникова Е. И., Кутепов М. М., Лунева Ю. Б., Трутанова А. В. Возможности облачных технологий в электронном обучении // *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. — 2017. — № 6-2.
2. Иванов В. Г., Кайбияйнен А. А., Мифтахутдинова Л. Т. Инженерное образование в цифровом мире // *Высшее образование в России*. — 2017. — № 12.
3. Сапрыкин М. Ю. Системы геопозиционирования как эффективный инструмент функционирования современного государства // *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС*. — 2016. — № 1.
4. Стеценко Н. В., Широбакина Е. А. Цифровизация в сфере физической культуры и спорта: состояние вопроса // *Наука и спорт: современные тенденции*. — 2019. — Т. 22, № 1.
5. Широбакина Е. А., Стеценко Н. В., Илясова А. Ю., Хованская Т. В., Коренева В. В., Сандирова М. Н. Опыт применения дистанционного обучения в образовательном процессе физкультурных вузов // *Дистанционное и виртуальное обучение*. 2017. №6. С. 26–31.
6. Ardolino M., Rapaccini M., Saccani N., Gaiardelli P., Crespi G., Ruggeri C. The role of digital technologies for the service transformation of industrial companies // *International Journal of Production Research*. — 2018. — Vol. 56, iss. 6.
7. Vashliaeva I., Volovik T., Shuraleva N. Psychological attitudes during the training of specialists in physical culture and sports // *Journal of Physical Education and Sport*. — 2019. — Vol. 19, no. 2.

Н. А. Надольская

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Экономико-статистические методы оценки внешнеэкономической деятельности региона в цифровой экономике

**Аннотация.** Потребность в совершенствовании методологии оценки внешнеэкономической деятельности (ВЭД) существует всегда, но особенно актуальной становится в условиях перехода к цифровой экономике, которая должна оцениваться цифровыми показателями. В статье представлены результаты авторской группировки экономико-статистических методов анализа и системы показателей, проведенной с целью оценки уровня внешнеэкономической деятельности в Свердловской области (регионе). Предложен факторный метод оценки ВЭД посредством расчета факторов, позволяющих выявить причины, ограничивающие развитие внешнеэкономической деятельности в регионе.

**Ключевые слова:** метод; оценка; коэффициенты ВЭД; экспорт; импорт; инвестиции.

Международная торговля оказывает непосредственное влияние на экономическое развитие любой страны, края, региона. Свердловская область является активным участником внешнеэкономических связей почти со 150 странами<sup>1</sup>; доля ее объемов экспорта и импорта в Российской Федерации за 2017 г. составила по экспорту — 1,94 %, по импорту — 1,63 %; в Уральском федеральном округе за тот же период по экспорту — 21,95 %, по импорту — 26,56 %. Система показателей в статистической информации о внешней торговле товарами и услугами формируется по методологии платежного баланса Российской Федерации и включает следующие основные данные<sup>2</sup>:

— показатели внешнеторгового оборота товарами и услугами (ВТО): сумма экспорта и импорта товаров и услуг (экспорт товаров: вывоз товаров с таможенной территории Российской Федерации без обязательства об обратном ввозе; импорт товаров — ввоз товаров на таможенную территорию Российской Федерации без обязательства об обратном вывозе);

— сальдо торгового баланса экспорта и импорта товарами и услугами: разница между экспортом и импортом товаров и услуг, при этом положительное сальдо — экспорт превышает импорт, отрицательное сальдо, ставится знак «минус» — импорт превышает экспорт;

— коэффициент покрытия импорта экспортом:

---

<sup>1</sup> *Итоги ВЭД* / Министерство международных и внешнеэкономических связей Свердловской области. — URL : <http://mvs.midural.ru/itogi-ved>.

<sup>2</sup> *Российский статистический ежегодник. 2018* : стат. сб. / Росстат. М., 2018. С. 579. — URL : <https://www.gks.ru/storage/mediabank/year18.pdf>.

$$K_{\text{покр}}^{\text{зи}} = \frac{\text{Экспорт, долл. США}}{\text{Импорт, долл. США}}$$

Данный коэффициент рассчитывается в целом по Российской Федерации и субъектам хозяйствования (оптимальное значение:  $K_{\text{покр}}^{\text{зи}} > 1$  или  $K_{\text{покр}}^{\text{зи}} > 100\%$ ) и характеризует уровень эффективности внешнеэкономической деятельности;

— показатели удельного веса стран — партнеров по экспорту и импорту Российской Федерации и субъектов хозяйствования; по Свердловской области: страны — основные торговые партнеры *по экспорту*: Великобритания (1,8%), Германия (4,2%), Нидерланды (10,6%), США (22,1%), Турция (7,5%); *по импорту*: Германия (15,3%), Италия (8,4%), Китай (19,5%), США (11,4%);

— индексы средних цен и физического объема экспорта и импорта в РФ, стран СНГ и дальнего зарубежья;

— показатели средних фактических экспортных и импортных цен на основные товары по РФ и субъектам хозяйствования;

— показатели прямых иностранных инвестиций в экономику России и субъектов хозяйствования по основным странам-инвесторам и показатели прямых иностранных инвестиций из России по субъектам хозяйствования в экономику стран — крупнейших получателей прямых инвестиций в основной капитал;

— показатели распределения организаций по оценке целей инвестирования в основной капитал и по оценке факторов, ограничивающих инвестиционную внешнеэкономическую деятельность: недостаточный спрос на продукцию; недостаток собственных финансовых средств; низкая прибыльность инвестиций в основной капитал; несовершенная нормативно-правовая база, регулирующая инвестиционные процессы.

Аналогичная система показателей в статистической информации и о внешней торговле товарами и услугами, и в оценке ВЭД в Уральском федеральном округе и Свердловской области, т. е. на макро- и микроуровнях оценки ВЭД, включает в себя данные, позволяющие дать оценку развития ВЭД в условиях цифровой экономики и подтверждает, что «ключевой фактор успеха цифровой экономики — это новые модели управления технологиями и данными, которые позволят осуществлять оперативное реагирование на возникающие экономические проблемы» [2, с. 15].

Для проведения оценки ВЭД Российской Федерации, Уральского федерального округа и Свердловской области применяются традиционные методы экономического анализа:

- сравнительно-динамические;
- горизонтально-динамические;
- структурно-динамические с построением диаграмм и графиков;
- коэффициентно-динамические;
- индексный.

Недостаточно используется факторный метод оценки внешнеэкономической деятельности в условиях цифровой экономики.

Исследованию экономико-статистических методов оценки ВЭД посвящены многие научные статьи: один автор [1, с. 55] в своих научных статьях раскрывает в оценке ВЭД традиционные методы, без учета условий цифровой экономики, а другой автор [3, с. 282] предлагает факторный метод анализа, позволяющий выявлять влияние факторов (причин) на изменение эффективных показателей оценки ВЭД (в частности, коэффициентов покрытия импорта экспортом) и анализировать их на всех уровнях оценки ВЭД.

Используя данные Российского статистического ежегодника за 2018 г., проведем оценку внешнеэкономической деятельности Свердловской области с применением горизонтально-динамического метода (см. таблицу).

#### **Анализ динамики сальдо торгового баланса и коэффициентов покрытия по международным услугам**

Показатель	2017	2018	Абсолютное изменение
1. Сальдо торгового баланса, тыс. долл. США	-103 055,300	-295 318,400	+398 373,700
— по деловым услугам	-24 505,900	-246 512,800	-222 006,700
— по финансовым услугам	-48 339,000	+10 507,500	-37831,500
— по транспортным услугам	-12 164,600	+601,200	-11563,400
2. Коэффициент покрытия импорта экспортом, ед.	0,727	0,537	-0,190
— по деловым услугам	0,632	0,135	-0,437
— по финансовым услугам	0,001	4,008	+4,007
— по транспортным услугам	0,950	1,002	+0,052

Анализ динамики сальдо торгового баланса международных услуг показал в 2017 и 2018 гг. отрицательное сальдо; при этом наблюдается рост отрицательного сальдо в 2018 г. на 398 373,7 тыс. долл. США, или на 186,6 %, следовательно, необходимо изменить структуру международных услуг Свердловской области, ввести новые виды международных услуг.

Анализ динамики коэффициента покрытия импорта экспортом показывает, что в 2017 и 2018 г. наблюдается его значение, в основном, меньше единицы, и только по финансовым услугам в 2018 г. он состав-

лял больше единицы, т. е. 4,008, а в целом по Свердловской области наблюдалось снижение коэффициента на 0,19. В связи с этим возникает необходимость построения факторной модели коэффициента покрытия импортных услуг экспортными услугами и определения факторов его снижения. Формула имеет следующий вид:

$$K_{\text{покр}}^{\text{ЭИ}} = \frac{\text{Экспортные услуги, } i\text{-вида, долл. США (Э)}}{\text{Импортные услуги, } i\text{-вида, долл. США (И)}}$$

Данная формула представляет собой краткую факторную модель, которая может быть решена методом цепных подстановок. Результатом расчета является величина влияния факторов на:  $K_{\text{покр. услуг}}^{\text{ЭИ}}$

*Расчет факторов:*

$$1) K_{\text{покр. усл. значение}}^{\text{ЭИ}} = \frac{Э_{\text{услуг2018}}}{И_{\text{услуг2017}}} = \frac{342\,772,5 \text{ долл. США}}{377\,165,0 \text{ долл. США}} = 0,909;$$

$$2) K_{\text{покр. услуг}}^{\text{ЭИ}} (\text{Э}) = K_{\text{покр. усл. значение}}^{\text{ЭИ}} - K_{\text{покр. услуг2017}}^{\text{ЭИ}} = 0,182;$$

$$3) K_{\text{покр. услуг}}^{\text{ЭИ}} (\text{И}) = K_{\text{покр. усл. значение}}^{\text{ЭИ}} - K_{\text{покр. усл. значение}}^{\text{ЭИ}} = -0,372.$$

*Баланс отклонений:*

$$K_{\text{покр. услуг}}^{\text{ЭИ}} (\text{Э}) + K_{\text{покр. услуг}}^{\text{ЭИ}} (\text{И}) = K_{\text{покр. усл. значение}}^{\text{ЭИ}} - K_{\text{покр. усл. значение}}^{\text{ЭИ}} + (-0,372) = -0,19.$$

Исследование экономико-статистических методов оценки внешнеэкономической деятельности показало, что в оценке прямых инвестиций в экономику и из экономики Свердловской области необходимо применять не только традиционные методы оценки, но и качественные методы оценки, характеризующие эффективность ВЭД по инвестициям. Предлагается рассчитывать коэффициент покрытия прямых иностранных инвестиций, поступивших в экономику Свердловской области по основным странам-инвесторам и отправленных в экономику стран — крупнейших получателей прямых иностранных инвестиций. Формула для расчета имеет вид:

$$K_{\text{покр}}^{\text{ПО}} = \frac{\text{ППрИИ, долл. США}}{\text{ОПрИИ, долл. США}},$$

где ППрИИ — поступившие прямые иностранные инвестиции в экономику Свердловской области по основным странам-инвесторам, долл. США; ОПрИИ — отправленные прямые иностранные инвестиции из

Свердловской области в экономику стран — крупнейших получателей прямых инвестиций, долл. США.

Желательное значение данного коэффициента:  $K_{\text{покр}}^{\text{по}} > 1$ , или  $> 100\%$ .

По данным Российского статистического сборника за 2018 г., в 2017 г. прямых иностранных инвестиций в экономику Свердловской области по основным странам-инвесторам поступило 605,2 млн долл., а отправлено прямых иностранных инвестиций из Свердловской области в экономику стран — крупнейших получателей — 823,9 млн долл., т. е. фактический коэффициент покрытия прямых иностранных инвестиций, составил — 0,734 (меньше единицы).

Построение факторных моделей показателей внешнеэкономической деятельности в соответствии оценкой ВЭД позволяет обосновать влияние факторов (причин) на важнейшие показатели эффективности ВЭД как в целом по Свердловской области, так и по видам экспорта и импорта, а также деловых, финансовых и транспортных услуг и инвестиций.

#### **Библиографический список**

1. *Андреева Е. Л., Соболева А. О., Ратнер А. В.* Внешнеторговые связи Свердловской области и их перспективы с учетом новых ориентиров развития сырьевого экспорта // Российский внешнеэкономический вестник. — 2017. — № 2.
2. *Бианкина А. О.* Цифровые технологии и их роль в современной экономике // Экономика и социум: современные модели развития. — 2017. — № 16.
3. *Надольская Н. А.* Исследование факторных моделей анализа в оценке внешнеэкономической деятельности региона // Модернизация российского общества: новые экономические ориентиры, стратегии управления, вопросы правоприменения и подготовки кадров : материалы XX Всерос. науч. конф. (с междунар. участием) (Таганрог, 19–20 апреля 2019 г.). — Таганрог : ТИУиЭ, 2019.

**А. Г. Оболенская**

Уральский государственный педагогический университет, г. Екатеринбург

## **Перколяционное моделирование социально-экономического развития территории как профилактика организационного вандализма<sup>1</sup>**

**Аннотация.** Предложен алгоритм разработки программы социально-экономического развития территории на основе современных подходов к перколяционной кластеризации процессов на территории. На примере мероприятий программы по наращиванию доли образования в структуре регионального продукта прослеживается эффект протекания эффективности в другие отрасли за счет поступления более производительных трудовых ресурсов и снижения издержек на организационный вандализм.

**Ключевые слова:** территориальное управление; перколяционная модель; структура регионального продукта; организационный вандализм.

**Проблематика исследования.** В сложившихся экономических условиях, на фоне рецессии и снижения совокупного спроса, особенно актуальным становится вопрос развития территории как целостного комплекса в постоянной констелляции реального сектора и социальной инфраструктуры. Важно, что теперь этого можно добиться меньшими затратами, через улучшение одних кластеров; положительные эффекты могут протекать в другие кластеры этих же отраслей и во всю отраслевую структуру территории.

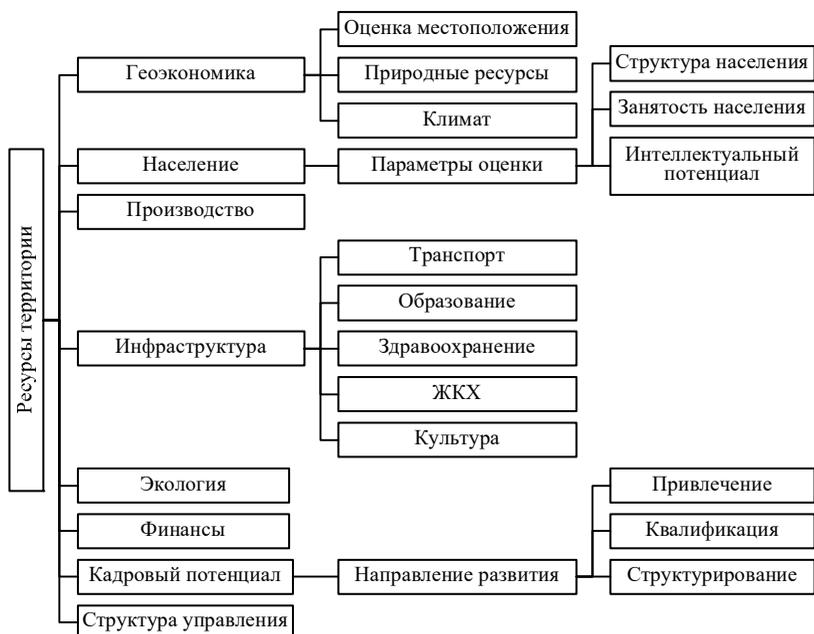
В настоящее время многие организации [1] не имеют программ работы с проблемой организационного вандализма, что становится одной из серьезных угроз экономической безопасности не только самого предприятия, но и целой отрасли и территории. Однако своевременная разработка профилактических мероприятий улучшает деловую среду, что, в свою очередь, повышает инвестиционную привлекательность территории, содействует работе малого и среднего предпринимательства, привлекает новые инвестиции. Разработка программ комплексного социально-экономического развития территории на основе кластерных технологий через внедрение перколяционных моделей может позволить сократить угрозы экономической безопасности в развитии территории.

**Программирование социально-экономического развития.** Одной из основных форм реализации комплексного социально-экономического развития являются программы [2; 3], которые могут быть разработаны органами государственного и (или) регионального управления, органами местного самоуправления, населением, научными организациями.

---

<sup>1</sup> Исследование подготовлено при поддержке РФФИ (проект № 217-06-00819).

Цели и задачи развития отдельных территорий во многом определяются состоянием экономики и социальной сферы, статусом территории, ее привлекательностью. Исходными моментами составления программы должны стать анализ и оценка ресурсов и условий хозяйствования, которые осуществляются по обобщенной схеме (рис. 1).

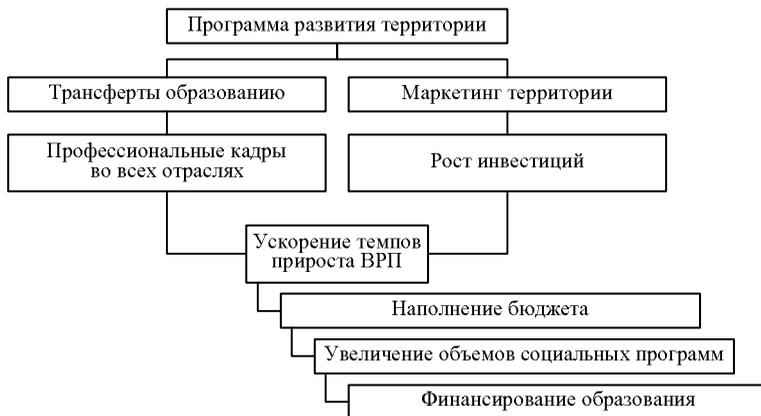


**Рис. 1.** Схема оценки условий хозяйствования на территории

Однако многомерный анализ высокочатратен как с финансовой, так и с временной точки зрения. В связи с этим мы предлагаем на стартовом этапе, наряду с общим анализом основных показателей, детально изучить только три выделенные составляющие социально-экономического развития территории: население; сфера образования; развитие кадрового потенциала территории.

Отметим, что выбор детально представленных интересующих нас кластеров для анализа обусловлен, в первую очередь, главной целью государственного управления — улучшение благосостояния граждан. Кроме того, именно эти кластеры должны послужить основой для развития территории — формирования имиджа, роста производительности в реальном секторе, снижения издержек организационного вандализма [5], что го-

ворит о необходимости разработки новых программ развития территорий внутри региона и работе с формированием будущего кадрового ресурса. Из отдельных растущих направлений в соответствии со стратегическими приоритетами территория сможет изменить тренд на восходящий в течение нескольких лет. Требуется четко контролировать следование заданным целям и выбранным стратегическим направлениям, также продуктивным будет использование методов и инструментов перколяционных процессов для получения синергии (рис. 2).



**Рис. 2.** Перколяционная модель развития территории

Представляется целесообразным воплощение каждого направления посредством перколяционной модели. Через построение решетки и запуск пусковых кластеров [4].

В каждом из направлений такими кластерами могут стать образовательные процессы как в социальной сфере, так и в реальном секторе посредством инновационных программ повышения квалификации кадров.

План включает в себя конкретные мероприятия, сроки реализации, ответственных исполнителей, систему ресурсного обеспечения (финансового, нормативного, информационного).

Исходя из имеющегося экономического и научно-технического потенциалов районов разрабатываются два вида программ [3]:

1) программы усиления экономического развития районов, имеющих в распоряжении достаточный научно-технический и кадровый потенциал и способных стать пусковыми перколяционными кластерами;

2) программы реструктуризации ВРП и (или) усиления имеющихся производств для районов с высоким уровнем макроэкономических фиаско.

### **Выводы**

1. В сложных экономических условиях продуктивно применять косвенное управление всеми экономическими процессами, через создание благоприятных условий для бизнеса и предпринимательства, регулирование взаимодействия экономических интересов на территории на основе мониторинга и запуска пусковых кластеров перколяционной решетки. Такой подход особенно актуален в цифровой экономике, где проблема backdoors как одного из наиболее опасных актов организационного вандализма становится серьезной угрозой экономической безопасности.

2. В условиях реализации концепции малозатратности государства важным представляется то, что для ускорения темпов роста показателей не требуется глубинная проработка всех сфер. Модель перколяционных кластеров позволяет через реализацию высокопрофессиональных образовательных процессов приумножить экономический потенциал территории. Многомерной и значительной будет экономическая и социальная эффективность. За счет spillover effects образовательного процесса запустится процесс учета большего числа альтернативных последствий вандальных действий в организации, что может приводить к снижению вандальной активности и снижению затрат на устранение последствий организационного вандализма и развитию не только данного предприятия, но всей территории в целом.

### **Библиографический список**

1. *Воробьева И. В., Кружкова О. В.* Учет угроз вандализма на рабочем месте в комплексной безопасности организации // Актуальные проблемы экстремальной и кризисной психологии: Уральский форум психологов государственных структур и силовых ведомств (Екатеринбург, 4–5 апреля 2018 г.). — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018.

2. *Гореева Н. М., Демидова Л. Н., Черняев С. И.* Анализ факторов, формирующих взаимосвязи роста валового регионального продукта и уровня жизни населения в Калужской области // Современные проблемы науки и образования. — 2013. — № 2. — URL : <https://science-education.ru/ru/article/view?id=8627>

3. *Новикова Н. В., Чунина Т. А.* Индикаторы в определении экономической безопасности социально-экономического положения региона (на примере Свердловской области) // Урал — XXI век: регион инновационного развития : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. : в 2 т. (Екатеринбург, 29–30 ноября 2017 г.). — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2017. — Т. 1.

4. *Оболенская А. Г.* Организационный вандализм как реакция на ограничение свободы индивида // Социальная и экономическая психология : сб. науч. тр. Сер.: Труды Института психологии РАН. — М. : Ин-т психологии РАН, 2018.

5. *Симонова И. А., Оболенская А. Г.* Организационный вандализм: понятие, виды, индикаторы // Дискурс. — 2018. — № 2.

**Е. С. Огородникова, Т. В. Кочергина**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

### **Сравнительный анализ деятельности организаций социального обслуживания населения сельских территорий**

**Аннотация.** Цель статьи — раскрыть различия моделей экономической деятельности организаций социального обслуживания населения сельских территорий. Результаты анализа позволили сформулировать рекомендации, касающиеся необходимости стимулирования деятельности этих организаций, а именно укрупнения частных организаций социального обслуживания для создания эффектов, присутствующих в государственных учреждениях.

**Ключевые слова:** социальное обслуживание; сельские территории; расходы; целевая функция.

Социальные услуги являются важнейшим компонентом уровня жизни населения, социальной стабильности и устойчивости государственной модели, что характеризует их высокую общественную значимость. Отдельные аспекты организации социального обслуживания рассмотрены в работах [3; 4; 6]. Организация, предоставляющая социальные услуги, имеет существенные отличия в целевой составляющей деятельности от организаций, работающих не на социальных рынках [2; 7; 8]. Основное отличие — это социальная функция, направленная на решение значимых социальных проблем, т. е. при моделировании необходимо учитывать, что социальная задача выше целей получения прибыли [5]. В то же время организация действует на основании принципов безубыточности работы, т. е. способы и формы привлечения ресурсов в социально значимую деятельность позволяют выполнять социальную функцию и при этом эффективно использовать ресурсы. Как отмечено в работе Е. А. Ветровой, данная задача решается «...путем использования новой идеи или новой комбинации ресурсов для решения социальной проблемы» [1].

Наиболее широко представлены участники сегмента оказания социальных услуг без обеспечения проживания. Здесь наблюдается большое разнообразие организационных форм участников, причем по Цен-

тральному, Северо-Западному, Приволжскому, Сибирскому и Уральскому федеральным округам количество частных организаций значительно превышает количество государственных учреждений. В результате можно сделать предварительный вывод о сформированности структуры предложения на рынках социальных услуг. Также можно отметить наличие репрезентативной базы для исследования моделей организаций, работающих на данном рынке.

В ходе исследования были собраны и проанализированы данные:

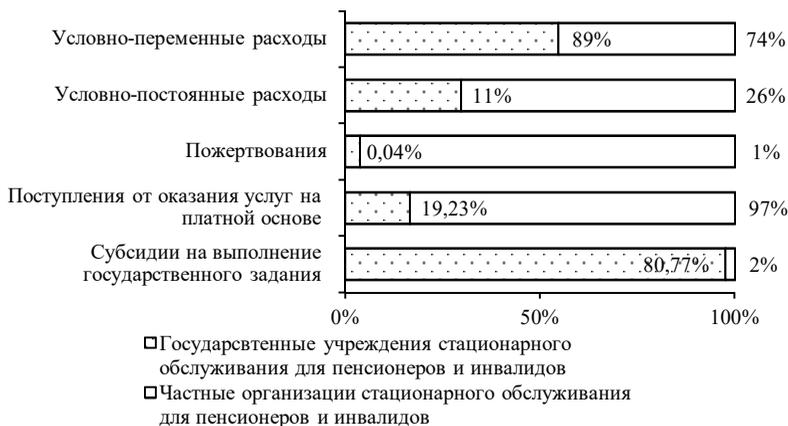
— по 105 организациям государственной формы собственности, предоставляющим социальные услуги в стационарной форме пенсионерам и инвалидам;

— по 78 организациям государственной формы собственности, предоставляющим социальные услуги в стационарной форме детям;

— по 92 организациям частной формы собственности, предоставляющим социальные услуги в стационарной форме пенсионерам и инвалидам;

— по 53 организациям частной формы собственности предоставляющих социальные услуги в стационарной форме детям.

— Результаты исследования представлены на рис. 1.



**Рис. 1.** Параметры экономической модели деятельности организаций, осуществляющих уход за престарелыми и инвалидами с обеспечением проживания, %

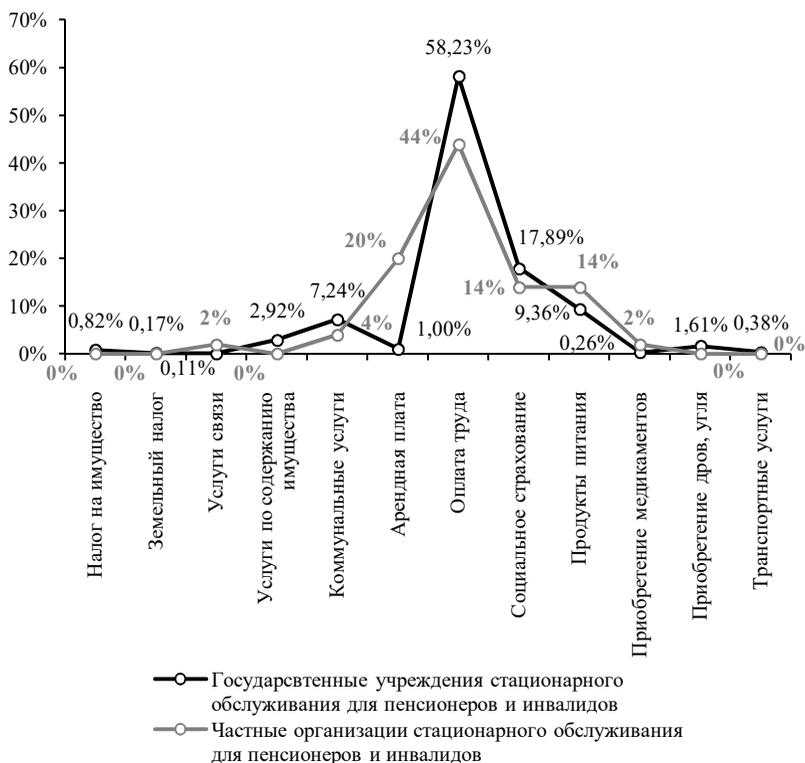
Оценка информационной базы организаций, оказывающих социальные услуги с обеспечением проживания для пенсионеров и инвалидов, показывает, что для государственных учреждений характерно

среднее значение койко-мест — 311; для частных организаций данного вида деятельности — 40 койко-мест. Средняя сумма расходов на оказание услуг у государственных организаций — 269 тыс. р. в год; аналогичный показатель по частным организациям — 460 тыс. р. в год. Анализ структуры доходов организаций показывает ожидаемую высокую долю субсидии на выполнение госзадания по государственным организациям — 80,77 %; остальные поступления приходятся на оказание услуг на платной основе — 19,23 %; 0,4 % поступлений приходится на пожертвования. Для организаций частной формы собственности 97 % доходов приходится на поступления от оказания платных услуг. Данный факт свидетельствует о низких показателях привлечения частных учреждений при выполнении гос задания. Структура расходов существенно различается при оказании социальных услуг в стационарной форме для пенсионеров и инвалидов: условно-постоянные расходы у государственных организаций — 11 %; у частных организаций — 26 %. Такая ситуация обусловлена разными подходами в обеспечении деятельности стационарными помещениями. На данном этапе развития рынка частные организации используют аренду для привлечения помещений, в то же время государственные организации обеспечиваются имуществом учредителем на праве оперативного управления.

Сравнивая структуру затрат организаций на рынке социальных услуг государственной и частной формы, можно сделать вывод о принципиально схожей структуре расходов организаций (рис. 2).

Существенные различия касаются только расходов, связанных с привлечением и обслуживанием помещений, используемых для размещения клиентов. Дополнительно необходимо отметить, что организации частной формы собственности формируют среднюю прибыль по результатам деятельности в размере 11–23 % в зависимости от географической локации.

Сравнивая две формы организации, необходимо отметить более эффективную работу, с точки зрения заявленной в модели исследования целевой функции, государственных учреждений, предоставляющих социальные услуги стационарно. Наблюдаются более высокий объем оказанных услуг, низкие расходы на одного клиента. Такая особенность обусловлена относительной массовостью обслуживания и низкими расходами на обеспечение стационарными помещениями, использованием тендерной системы закупок. Однако государственные организации не могут в полной мере удовлетворить спрос на социальные услуги в стационарной форме, при анализе наличия свободных мест для размещения клиентов по данным сайтов учреждений можно отметить, что наличие свободных мест является скорее исключением, чем правилом.



**Рис. 2.** Структура расходов организаций рынка социальных услуг, %

По результатам анализа можно рекомендовать стимулирование укрупнения частных организаций социального обслуживания для создания эффектов, присутствующих в государственных учреждениях.

### Библиографический список

1. *Ветрова Е. А.* Социальное предпринимательство как фактор социально-экономического развития общества // Вестник Тамбовского университета. Сер.: Гуманитарные науки. — 2015. — № 1(141).
2. *Губанова Е. В.* Информационно-консультационный центр АПК Калужской области: состояние, перспективы развития // Развитие институтов инновационной экономики в условиях интеграции России в мировое экономическое пространство : сб. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. (Ярославль, 23 июня 2016 г.). — М. : ООО «Научный консультант», 2016.

3. *Иванова С. Н.* Формирование организационно-экономических механизмов развития социальных услуг общественного сектора на региональном уровне : дис. ... канд. экон. наук. — М., 2009.

4. *Коковихин А. Ю., Огородникова Е. С., Уильямс Д., Плахин А. Е.* Комплексная оценка конкурентной среды социально значимых и приоритетных рынков // Экономика региона. — 2018. — Т. 14, вып. 1.

5. *Огородникова Е. С., Плахин А. Е., Коковихин А. Ю.* Проблемы развития малого предпринимательства сельских поселений // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. — 2017. — № 7-3(54).

6. *Feiock R. C., Jang H. S.* Nonprofits as local government service contractors // Public Administration Review. — 2009. — Vol. 69, no. 4.

7. *Frumkin P.* On being nonprofit: A conceptual and policy primer. — Cambridge, MA : Harvard University Press, 2009.

8. *Kendall J., Knapp M., Forder J.* Social care and the nonprofit sector in the western developed world // The nonprofit sector: a research handbook. — 2006. — Vol. 2.

**Е. И. Панкова**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

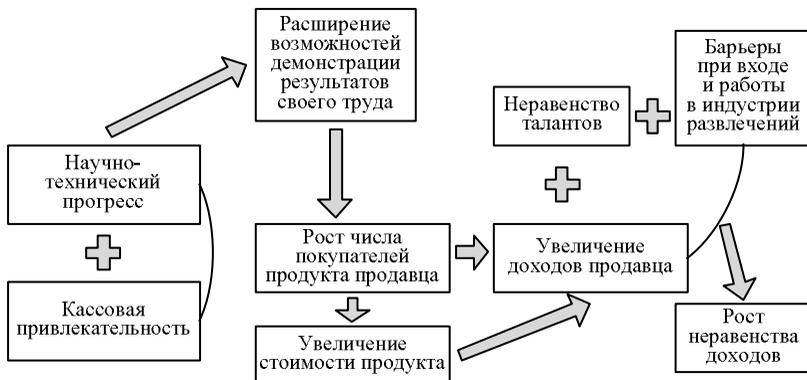
## **Влияние цифровизации на экономику государств: дифференциация доходов и новые тренды рынка труда современности**

**Аннотация.** Анализируется влияние цифровой экономики на экономику государств, а именно на неравенство доходов и рынок труда. Вследствие научно-технического прогресса и образования новых трендов на рынке труда важной задачей каждого государства при осуществлении социально-экономической политики видится необходимость уделять повышенное внимание такому социальному институту, как образование.

**Ключевые слова:** неравенство доходов; цифровизация; цифровая экономика; экономика суперзвезд.

Одной из популярных тем сегодня выступает проблема дифференциации доходов. Являясь одним из ключевых вызовов современности для мировой экономики, она обсуждается как на уровне отдельных стран, так и общемировом. При этом активное развитие цифровой экономики вносит свои коррективы в данную тему, создавая новые вызовы для государств.

В 1981 г. американский экономист Шервин Розен опубликовал работу «Экономика Суперзвезд» в *The American Economic Review* [5]. С этого момента началась жизнь нового теоретического обоснования неравенства доходов общества. Принцип действия данного подхода представлен на рисунке.



Модель (принцип работы) подхода Ш. Розена «экономика суперзвезд»<sup>1</sup>

Данный подход объяснял, почему талантливые представители индустрии развлечений (музыканты, спортсмены, певцы и др.) получают столь высокий доход по сравнению с другими. Согласно исследованию, кроме «кассовой привлекательности», добиться такого эффекта им помог научно-технический прогресс, который позволил расширить им рынок. За счет глобализации и активного развития научно-технического прогресса технологии становятся все большей частью нашей жизни. Поэтому данные эффекты распространяются и на другие сферы экономики. Кроме того, изменения в коммуникациях и транспорте позволили расширить потенциальный рынок производителей услуг, тем самым дав им возможность работать как на национальном, так и на международном уровне.

На протяжении долгого времени в мире возникали опасения, что внедрение новых технологий приведет к сокращению занятости, профессий. Причина, по которой новые технологии не стали причиной массовой безработицы, заключается в том, что их будут использовать лишь тогда, когда они сделают производственный процесс более прибыльным. Когда ресурсы высвобождаются, в другом месте возникает потребность в них. Так, рабочие, которые были раньше заняты в сельском хозяйстве, теперь заняты в производственной сфере, в офисе, что означает, что они не только нашли новую работу, но и повысили уровень своего благосостояния. Точно так же технологические новшества современности приведут к увеличению числа рабочих мест.

В то же время в развивающихся странах, по данным за 2016 г., около 40 % низкоквалифицированных работников были подвержены

<sup>1</sup> Составлено по: [5].

рisku того, что их рабочие места будут автоматизированы, в то время работников, имеющих высшее образование, было лишь 5 %<sup>1</sup>. При этом имеется весьма ограниченная информация о количестве новых рабочих мест, которые возникнут благодаря новым технологиям. По оценкам Международной федерации робототехники, роботизация приведет к созданию около миллиона высококвалифицированных рабочих мест в течение пяти лет [2]. Каждое рабочее место, которое будет создано в высокотехнологичной отрасли, создаст дополнительные пять рабочих мест в иных сферах экономики [4]. Однако в целом темпы создания новых рабочих мест в высокотехнологичном секторе замедлились. Например, в 1980-е годы 8,2 % рабочей силы США перешло в высокотехнологичный сектор, тогда как в 1990-е годы эта цифра составляла лишь 4,4 % [3]. В 2000-е годы только 0,5 % рабочей силы США смогли перейти в сектора, связанные с новыми технологиями<sup>2</sup>. Рабочие места, создаваемые новыми технологиями, в основном, требуют высокой квалификации.

Наблюдаются сдвиги на рынке труда. Аналитика больших данных становится определяющим конкурентным преимуществом компаний будущего. Это связано с тем, что данное направление работы организации позволяет ей оптимизировать производственные процессы, повысить скорость ответной реакции на изменяющийся спрос и др. В связи с этим требования к специалистам изменяются. Кроме того, технологии, которые служат дополнением к труду, увеличат спрос на определенные кадры. Например, более широкое использование текстового редактора и другого программного обеспечения увеличило спрос на специалистов в области информационных технологий, которые могут решать проблемы, возникающие в фирме. Новые и более совершенные технологии увеличат спрос на квалифицированных работников, которые знают, как использовать технологии для повышения производительности труда. Например, волна новых информационных технологий в США способствовала сокращению сотрудников с низкой квалификацией, таких как файловые служащие, которые раньше занимались хранением картотеки, заполненной бумажными записями транзакций. Тем не менее новые технологии послужили дополнением к высококвалифицированным сотрудникам, таким как менеджеры, которые извлекли выгоду из технического прогресса, за счет появившейся возможности отслеживания большего количества информации, упрощения способов

---

<sup>1</sup> *Automation and Independent Work in a Digital Economy*. — URL : <https://www.oecd.org/els/emp>.

<sup>2</sup> *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*. — URL : <http://www.oecd.org>.

связи, а также совмещения более широкого круга обязанностей. Однако, чтобы в большей степени избежать несоответствия между спросом и предложением рабочей силы, образовательные и учебные программы должны быть направлены на обучение, развитие более технических, творческих, предпринимательских навыков, требуемые автоматизацией.

В настоящее время на российском рынке труда уже растет потребность в квалифицированных кадрах по таким направлениям, как робототехника, анализ больших данных, искусственный интеллект, интернет вещей. При этом отмечается значительная нехватка подобных специалистов. Российские вузы ежегодно выпускают около 25 тыс. ИТ-специалистов, из которых лишь 15 % готовы к немедленному трудоустройству [1]. Одним из главных барьеров является дефицит специалистов, способных осуществлять обучение требуемым навыкам областей цифровой экономики.

Неравенство доходов является животрепещущей темой для многих государств. В настоящее время цифровизация рассматривается в качестве потенциально важного фактора инновационного развития и экономического роста государств. Однако повсеместное внедрение технологий может привести не только к сокращению занятости в некоторых секторах экономик, но и поспособствует занятости в других. Большому риску сокращения подвержены менее квалифицированные кадры. При этом спрос повысится на высококвалифицированных работников, обладающих такими навыками, как креативность, наличие предпринимательской жилки, чтобы благодаря совместной работе с новыми технологиями приумножить экономическую эффективность компании. Чтобы эффект от цифровой экономики стал все же положительным в плане сокращения дифференциации доходов, государству при проведении социально-экономической политики следует обратить внимание на образование, а именно на повышение его качества, на доступность, тем самым дав возможность огромному количеству граждан не выпасть из экономики.

### Библиографический список

1. *Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение* : докл. к XX Апрельским междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества (Москва, 9–12 апреля 2019 г.) / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. ; науч. ред. Л. М. Гохберг. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2019.
2. *Frey C. B., Osborne M. A. Technology at Work v2.0: The future is not what it used to be* // Citi GPS: Global Perspectives & Solutions, 2016.
3. *Lin J. Technological adaptation, cities, and new work* // Review of Economics and Statistics. — 2011. — No. 93.

4. *Moretti E.* Local Multipliers // *American Economic Review.* — 2010. — No. 100.

5. *Rosen S.* The Economics of Superstars // *The American Economic Review.* — 1981. — Vol. 71, no. 5.

**А. В. Плотников**

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

## **О поведении пользователей в социальных сетях в эпоху цифровой экономики<sup>1</sup>**

**Аннотация.** Рассмотрены основные модели позиционирования пользователей в социальных сетях. Выделены модели влияния на поведение, способы выражения социального одобрения. Раскрыты содержание понятия и причины оттока пользователей из сети. Сделан вывод об обязательности создания образов пользователей социальной сети.

**Ключевые слова:** социальные сети; модели поведения; модели влияния; цифровая экономика; двусторонние рынки.

Популярность и развитие крупнейших социальных сетей до глобального уровня считается феноменом. Однако при ближайшем рассмотрении становится ясна причина такой популярности. Социальная сеть, в первую очередь, является удобным инструментом общения, получения информации в режиме реального времени, площадкой для обмена мнениями.

Социальная структура сети состоит из многочисленных агентов и множества связей между ними, что соответствует признаку двустороннего рынка в цифровой экономике. Благодаря этому возникают коммуникации между пользователями, и реализуются социальные потребности. Привлекательность такого вида коммуникаций основывается на предлагаемых возможностях, а именно на получении актуальной информации, социальной выгоды от общения, на возможности отдыха, рекреации, а также на потребности в самовыражении.

Поведение пользователей социальной сети укладывается в рамки коммуникативных потребностей. Каждый участник стремится к созданию индивидуального образа, отличного от других пользователей. Данный образ и манера поведения зависят от большого числа факторов, которые могут быть сформированы под влиянием собственных потребностей агента, так и свойств самой социальной сети (знакомства, трудовая деятельность, хобби).

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки исследований молодых российских ученых — кандидатов наук (проект МК-698.2019.6).

Факторы, влияющие на изменение поведенческой модели агента социальной сети, несколько отличаются от присущих другим видам коммуникаций. Критерии и оценка влияния данных факторов относительны, но исследователи формируют собственные подходы к анализу моделей влияния в социальных сетях [2]. Основной поведенческой моделью агента является наличие собственных мнений и позиций пользователя. Однако многие исследователи считают, что данная модель поведения в открытой среде виртуальных сетей подвергается значительным изменениям под воздействием различных факторов. Этот факт подтверждается эмпирическими данными [9], согласно которым поведение в социальной сети определяется личностными особенностями пользователя. Их влияние на общую модель поведения ограничено другими факторами.

В первую очередь, мнение изменяется под влиянием других пользователей социальной сети, в особенности если значимость мнения такого агента (популярного блогера, автора, «лидера мнений») выше. Личностная позиция пользователя аккаунта в этом случае может меняться под воздействием влияния других групп, организаций, коалиций. Данный фактор зависит от степени подверженности личности агента влиянию извне. Кроме того, важной проблемой становится недостаточность объема информации, выдаваемой социальной сетью [5].

Социальное влияние происходит, когда агент, встречая в ленте социальной сети некую запись, не может на основе личных знаний и опыта обоснованно оценить данную информацию. В таком случае его мнение может основываться на мнениях других агентов, т. е. он изучает комментарии к данной записи или изображению и сравнивает собственное мнение с действиями других агентов. Сравнение приводит к копированию поведения большинства комментирующих, и происходит моделирование поведения в социальной среде. Поняв данный принцип влияния фактора на модели поведения, можно установить причину активного использования «ботов» (организованной за плату группы интернет-пользователей, чаще всего анонимных) для формирования мнений по той или иной позиции агентов по различным вопросам.

Еще одна важная модель поведения в социальной сети — формирование агентами образа интернет-личности. Проблемой данного процесса является частое смешивание индивидуальных черт личности пользователя с нереальными желаемыми характеристиками [7]. В большей или меньшей степени это касается любого пользователя социальных сетей. Взаимодействие агентов происходит на основе самопрезентации и самовыражения, в процессе которых зачастую можно обнаружить стремление показать себя с лучшей стороны, выставить напоказ те ка-

чества, которые считаются пользователем наиболее значимыми и интересными его окружению.

Данная модель заключается в использовании различных способов самопрезентации. Базовой единицей модели формирования образа личности является блок «Статус», который присутствует во всех социальных сетях и даже мессенджерах. Этот уникальный инструмент не является обязательным к использованию, но большинство агентов сети не упускают возможности выразительно и лаконично презентовать себя. Причем тактики, используемые при этом, различаются: обращение к собеседникам, статус-настроение, размышления на различные темы и пр. Частым является использование в качестве статуса цитат известных личностей.

Немаловажным моментом при формировании образа в социальной сети является показатель социального одобрения со стороны других агентов. Основными способами выражения в среде интернет-пользователей являются социальные сигналы «likes», комментарии, репосты и подписки. Особенно остро стоит вопрос о социальном одобрении в среде подростков как форме эмоциональной поддержки, социального принятия и поддержки выполняемых действий [8]. Важнейшим способом выражения социальной поддержки в сетях являются лайки. Однако в данном способе кроются скрытые смыслы. Прямое значение данного способа в виде симпатии и поддержки не всегда находит свое отражение. Социальные сети и интернет в целом становятся для школьников и студентов средством, оказывающим значительное влияние на их достижения и поведение [3].

Иными функциями социальных сигналов «likes» становится желание привлечь внимание к проблеме (иногда очень серьезной и неприятной), обратить внимание на личность агента (зачастую с негативным уклоном). Поэтому популярность, количество подписчиков и поставленных лайков не всегда несет в себе явные смыслы. При этом основная опасность кроется в желании популярности, чего пользователи зачастую достигают с помощью провокационных и даже откровенно негативных способов привлечения внимания к своему аккаунту в социальной сети. Проблемой становится и изменение личностного поведения в угоду желаниям аудитории, т. е. пользователь отходит от собственных позиций, принципов и становится «заложником» своих подписчиков.

Понимание происходящих процессов, анализ поведения пользователей в социальных сетях и их привычек превращают взаимодействие представителей различных компаний, как государственных, так и частных, в важнейший этап развития социальных сетей. Практика социально ответственного поведения несет в себе не только демонстрацию от-

ношения к пользователям, но и достижению собственных целей, как финансовых, так и репутационных [6].

Исследователи используют различные методы для моделирования экономического поведения агентов социальных сетей [4]. Большинство социальных сетей предлагается на открытой основе, т. е. использование основных функций площадки бесплатно; оплата производится лишь за некоторые услуги, имеющие специфическое значение. Кроме того, основную долю выручки компаний несет в себе контекстная реклама. Однако развитие социальных сетей, их функционала и предлагаемых услуг требует увеличения аудитории. Стоимость их привлечения заметно возрастает, и поэтому важнейшей задачей становится снижение оттока пользователей из социальных сетей.

Изначальная идея использования Всемирной паутины и непосредственно социальных сетей как возможности самореализации и развития творческих личностей пока в основной своей части терпит неудачу. Большая часть виртуальных пользователей превращается в симбиоз личности и пожеланий окружающих их агентов, как только заходят в аккаунт своей социальной сети. Сеть становится неким котлом, где пользователи находят возможность для отдыха, социального взаимодействия и выражения собственных достижений. Проблемой данных процессов становится развитие раздутого самомнения, потакание лени через самопрезентацию достижений, не имеющих ничего общего с действительностью [1]; кроме того, многие пользователи становятся убежденными адептами мнения о собственном величии, значимости и своего влияния на все происходящие вокруг процессы. Это на самом деле так, но лишь в виртуальном пространстве.

Можно сделать вывод о серьезном влиянии социальных сетей на базовое поведение пользователей. Несмотря на большое количество моделей влияния и их зачастую негативный оттенок, все-таки основным фактором является личность пользователя аккаунта. Черты его личности, убежденность в собственных идеях и другие элементы характера способны минимизировать влияние иных факторов. Но необходимо помнить, что любой пользователь социальной сети, скрывающийся за аккаунтом, все-таки является симбиозом его личности и того образа, который он хотел бы нести окружающим для достижения тех или иных целей.

### **Библиографический список**

1. Голова А. Г. Трансформации в социальных медиа в сети Интернет: социокультурный анализ // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. — 2013. — № 1(15).

2. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Модели влияния в социальных сетях // Управление большими системами. — 2009. — № 27.
3. Доука С. В., Валеева Д. Р. Статистические модели для анализа динамики социальных сетей в исследованиях образования // Вопросы образования. — 2015. — № 1.
4. Камоцкий А. С., Зандер Е. В. Анализ основных подходов к моделированию экономического поведения пользователей социальных сетей // Проблемы современной экономики. — 2014. — № 4(52).
5. Колодин Д. В. Информационное влияние в социальных сетях в виртуальной реальности // Вестник Челябинского государственного университета. — 2014. — № 11(340).
6. Петухов К. А. Взаимодействие с заинтересованными сторонами в социальных сетях как форма социально ответственного поведения компаний // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. — 2014. — № 2(18).
7. Сидорова И. Г. Способы позиционирования интернет-личности в социальной сети // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2013. — № 9(84).
8. Самосват О. И. «Лайк» в социальных сетях как показатель социального одобрения в подростковой среде // Казанский педагогический журнал. — 2015. — № 6-1.
9. Щебетенко С. А. Большая пятерка черт личности и активность пользователей в социальной сети «ВКонтакте» // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер.: Психология. — 2013. — № 4.

**А. С. Попова**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## **Цифровизация текстильной промышленности России**

**Аннотация.** Рассмотрены проблемы цифровизации и модернизации текстильной промышленности России. Развитие цифровизации в данной отечественной отрасли промышленности происходит неравномерно. Средние и малые предприятия не имеют возможности цифровизировать свое производство и получают убытки. Автором статьи предложен возможный выход из сложившейся ситуации.

**Ключевые слова:** цифровизация; текстильная промышленность; легкая промышленность.

На сегодняшний день текстильная промышленность является вторым по величине внутренним рынком в России после пищевой промышленности. Примерно такое же соотношение наблюдается во всем мире, но мировая тенденция развития текстильной промышленности изменилась. Теперь ее конечным продуктом являются не только ткани и одежда для рядового потребителя, но и продукты, используемые во всех отраслях и передовых технологиях — автомобилестроение, сель-

ское хозяйство, космос и другие стратегические сектора. Однако развитие российской текстильной промышленности в этом направлении осложняется тем, что сегодня около 80 % рынка текстиля в нашей стране фактически занимают иностранные компании<sup>1</sup>.

Для того чтобы вернуть российскую текстильную промышленность в правильное русло, необходимо обеспечить ее интенсивное развитие. Эксперты определяют три главных фактора, влияющих на решение этой проблемы. *Во-первых*, стремительная цифровизация экономики, развитие механизмов управления большими массивами данных дают возможность формировать новые подходы к определению потребностей и изучению поведения потребителей. Речь идет о так называемом «цифровом следе», оставляемом потребителем в Интернете: на основе таких данных и предстоит в будущем разрабатывать предложения для потребителей, анализируя их запросы и предпочтения. *Во-вторых*, ожидается, что в скором будущем основные задачи дизайна будут заменены ИТ-программами с вовлечением самого потребителя в процесс создания своего гардероба. Одной из целей станет индивидуализация продукции. *В-третьих*, изменяется сам формат производства от затратного к бережливому<sup>2</sup>.

Стоит отметить, что работы по модернизации и цифровизации текстильной промышленности уже идут. Образно говоря, «поезд прогресса тронулся», но большинство небольших фирм «не спешат прыгнуть в последний вагон уходящего состава».

Как же влияет цифровизация на текстильную промышленность в России?

1. *Цифровизация* — это сокращение издержек. Цифровые технологии буквально покорили текстильную промышленность и открыли новые перспективы: от разработки виртуальных продуктов в 3D до полностью автоматизированной цифровой печати и применения современных цифровых режущих систем. Например, цифровая печать сокращает издержки на персонал, в отличие от аналоговой печати, где необходимы специалисты по цветопробам и выводам форм, печатники, кладовщики, инженеры, разнорабочие. Влияние цифровых технологий на сокращение издержек показано на рис. 1.

Согласно данным, представленным на рис. 1, текстильные предприятия, закупившие ПО, снижали количество отходов раскроя в два

---

<sup>1</sup> Заборенко А. Цифровизация позволит легкой промышленности выпускать продукцию с учетом предпочтений конкретных потребителей. — URL : <https://onf.ru/2017/10/30/zaborenko-cifrovizaciya-pozvolit-legkoy-promyshlennosti-vypuskat-produkciyu-s-uchetom>.

<sup>2</sup> Дмитриев М. Как цифра меняет легкую промышленность. — URL : <https://www.comnews.ru/digital-economy/content/118940/2019-04-08/kak-cifra-menyaet-legkuyu-promyshlennost>.

раза. Некоторые запустили производство обтирочных материалов, приблизившись к безотходному производству. Самые передовые предприятия сократили время для перезапуска линии с трех дней до нескольких часов. Время разработки образцов и подготовки к выпуску промышленной партии сокращается рекордными темпами — не более 10 дней. В 2018 г. некоторые фирмы, используя новые программные комплексы, смогли отказаться от пошива «лишних» пробных образцов.



**Рис. 1.** Влияние цифровизации текстильных предприятий на основные показатели по отношению к уровню 2014 г., %<sup>1</sup>

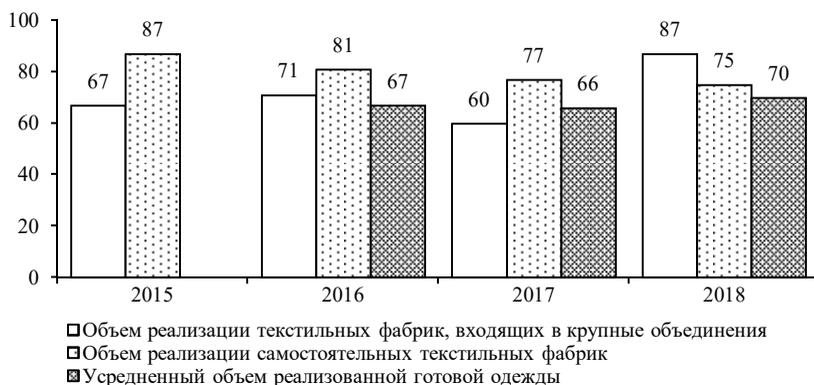
Обратим особое внимание на снижение себестоимости продукции. Пока это на стоимости вещей для конечного покупателя заметно не отразилось, но цифровизация создает возможность ценового маневра, повышения конкурентоспособности России по отношению к странам Азии.

2. На фоне сокращения издержек «передовых» текстильщиков значительно *усугубилась ситуация среди аутсайдеров* отрасли. Более «продвинутые и богатые» предприятия внедряют цифровизацию, сокращают издержки и получают более высокую прибыль, а остальные продолжают работать по старинке, накапливая потери и убытки. Данные, представленные на рис. 2, позволяют оценить масштабы разрыва произведенной и реализованной продукции.

Крупные объединения занимаются маркетингом и оценкой рынка, поэтому объем продаж уверенно растет. Плюсом является возмож-

<sup>1</sup> Составлено по: *Цифровизация текстильной отрасли увеличивает доходы и убытки фабрик.* — URL : <https://onf.ru/2017/10/30/zaborenko-cifrovizaciya-pozvolit-legkoj-promyshlennosti-vypuskat-produkciyu-s-uchetom>.

ность оперативно «перенастроить» выпуск продукции, в том числе с перераспределением внутри группы компаний. Отсутствие возможности цифровизации для самостоятельных фабрик приводит к нарастанию убытков не только самих предприятий, но и связанных торговых точек.



**Рис. 2.** Соотношение произведенной и реализованной продукции с учетом акций, распродаж и ликвидации остатков, %<sup>1</sup>

Таким образом, крупному бизнесу России цифровизация идет на пользу, в то время как небольшие компании загоняют себя в убытки. Однако именно малые предприятия, включая микропредприятия, составляют около 82 % общего числа организаций текстильного производства, они обеспечивают рабочими местами 26 % занятых в отрасли и формируют 39 % общей выручки<sup>2</sup>. Соответственно, для полного перерождения текстильной промышленности необходима государственная программа, включающая в себя доступность цифровизации для компаний любого размера.

Хочется отметить, что все возможные государственные программы уже действуют. К ним относятся:

- субсидирование процентных ставок;
- предоставление отсрочек по уплате НДС при импорте;

<sup>1</sup> Составлено по: *Цифровизация текстильной отрасли увеличивает доходы и убытки фабрик.* — URL : <https://onf.ru/2017/10/30/zaborenko-cifrovizaciya-pozvolit-legkoj-promyshlennosti-vypuskat-produkciyu-s-uchetom>.

<sup>2</sup> *Итоги: «Инновации и цифровизация в текстильной и легкой промышленности».* — URL : <http://textilexpo.ru/delovaya-programma-2/21-delovaya-programma/465-itogi-innovatsii-i-tsifrovizatsiya-v-tekstilnoj-i-legkoj-promyshlennosti>.

— программы льготного кредитования (Корпорация МСП, Фонд развития промышленности);

— предоставление субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации в целях оказания государственной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства на региональном уровне

— предоставление гарантий; и пр.

Но критерии, которым необходимо соответствовать компаниям для государственной поддержки, являются непосильными: повышаются требования к истории компании, показателям деятельности, отдаче проекта, фокусировке на специфических направлениях деятельности. Зачастую поддержку получают проекты, которые формально соответствуют критериям получения господдержки, но не являются жизнеспособными с точки зрения ведения бизнеса. В то же время вполне яркие и достаточно важные проекты могут остаться «за бортом» ввиду несоответствия не самых важных показателей, запрашиваемых программой поддержки.

Не все компании сегодня могут одновременно иметь менее 200 чел. в штате, инвестировать в свои проекты не менее 50 млн р., обязательно в совпадающей программе отрасли, с безубыточной деятельностью за последние 5 лет и переваривать ставку по кредиту, в лучшем случае, от 15 % годовых.

Исходя из этого необходимо увеличить гибкость критериев отбора компаний и улучшить сроки и качество аналитической работы при рассмотрении заявок и дальнейшему сопровождению проектов. Кроме того, рассмотрение должно укладываться в три месяца, иначе оно становится не актуальным — изменяются технологии, конкурентная среда, курсы валют, банковские ставки и пр. Также орган, предоставляющий поддержку, должен сопровождать проект путем проведения выборочных аналитических процедур на постоянной основе, чтобы исключить нецелевое использование средств, отклонения от бизнес-плана или искажениями отчетности.

## Предпринимательство как инструмент реализации ресурсного потенциала<sup>1</sup>

**Аннотация.** Представлен анализ применения предпринимательского подхода с целью структурного преобразования экономики региона и сглаживания диспропорций в его социально-экономическом развитии. Важной предпосылкой послужила гипотеза о первоочередности предпринимательской экосистемы на базе научно-образовательных центров, формирующей предпринимательскую культуру и мышление, как катализаторе создания инновационного регионального производства. Выявлена диспропорциональность развития трудового потенциала в Томской области. Определена возможность использования предпринимательства как инструмента сглаживания региональных противоречий при формировании класса самозанятых, с одной стороны, и создания новых рабочих мест — с другой. Охарактеризована разработанная комплексная модель макроэкономической политики, учитывающая механизмы развития уникального ресурсного потенциала Томской области.

**Ключевые слова** предпринимательство; ресурсный потенциал; бизнес-планирование; университет 3.0; экосистема; soft skills в сфере предпринимательства.

В последние годы интерес к предпринимательской тематике все более возрастает в научной литературе количество научных статей по предпринимательской тематике за период 2010–2019 гг.<sup>2</sup> по годам таково:

2010 г. ....	1 582
2011 г. ....	1 881
2012 г. ....	1 761
2013 г. ....	1 866
2014 г. ....	2 064
2015 г. ....	3 456
2016 г. ....	4 074
2017 г. ....	4 521
2018 г. ....	4 271
2019 г. ....	2 607

Предпринимательские аспекты рассматриваются не только в традиционных изданиях по бизнесу и менеджменту, но и по другим тематическим направлениям, включая географические, экологические, урбанистические аспекты и инженерную науку [4]. Феномен предприни-

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00300).

<sup>2</sup> *WoS database*. — URL : [http://wcs.webofknowledge.com/RA/analyze.do?product=WOS&SID=E3nOYtxLANJTZcIn5Ok&field=PY\\_PublicationYear\\_PublicationYear\\_en&yearSort=true](http://wcs.webofknowledge.com/RA/analyze.do?product=WOS&SID=E3nOYtxLANJTZcIn5Ok&field=PY_PublicationYear_PublicationYear_en&yearSort=true).

мательства стремительно набирает обороты. Сейчас сложно не встретить дополнительные обучающие программы, тренинги и семинары, которые распространяются в геометрической прогрессии. Национальные проекты включают предпринимательский трек<sup>1</sup>, обращая внимание на приоритетность развития этого направления. В данном исследовании сформулирована гипотеза о предпринимательстве как инструменте развития регионального потенциала за счет включения традиционно незанятых в экономическую систему в рамках самозанятости. Под ресурсным потенциалом региона мы будем понимать совокупность рыночной силы в определенной отрасли, комплекс взаимодополняющих ресурсов, имеющих ценностную направленность использования [6].

Томская область характеризуется определенным потенциалом в нескольких отраслях, одной из которых является наука и образование. Мы рассмотрим использование предпринимательства как инструмента развития ресурсного потенциала в отрасли науки и образования.

**Основная цель** данного исследования — выявить возможности предпринимательства как инструмента развития ресурсного потенциала региона на примере Томской области. Традиционно незанятое население, прежде всего, можно выделить по возрастной границе трудоспособного и нетрудоспособного населения. Однако современные бизнес-практики и предпринимательские подходы позволяют вовлекать в экономическую жизнь разные категории «неактивного» населения, в том числе молодежь и пожилых людей.

**Оценка ресурсного потенциала Томской области.** Ресурсный потенциал Томской области можно оценить в разных направлениях активов: через природные активы, финансовые, человеческие и др. Особенно острое противоречие наблюдается в сфере занятости и реализации человеческого потенциала [5]. По данным Центра занятости населения, регион отличается развитостью сферы науки и образования, что обеспечивает высокое предложение работников с высшим уровнем образования.

Спрос на квалифицированных рабочих в Томске превышает предложение, особенно в непопулярных профессиях, как то: машинист крана, бульдозера; слесарь; токарь; электрогазосварщик и др. Высока доля населения с высшим образованием, что объясняется развитостью сектора науки и образования, широким спектром высшим образовательных заведений и научных центров. Еще одной традиционной для российских регионов проблемой рынка труда в Томской области является

---

<sup>1</sup> *Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».* — URL : <http://government.ru/projects/selection/738>.

высокий уровень безработицы в отдаленных от центра районах. Трудовая миграция в административный центр создает определенные диспропорции в развитии; отдаленные районы теряют ценные трудовые ресурсы, которые могли бы обеспечить экономическую стабильность региона в целом. В результате разрывы в отставании только растут, создаются механизмы, нацеленные на сглаживание подобных ситуаций, однако картина не меняется уже долгий период времени. Сам рынок труда деформируется, автоматизация бизнес-процессов вытесняет компетенции средней сложности, растет спрос на высококвалифицированные кадры, но предложение пока отстает, что отражается на уровне заработной платы на такие позиции в сторону снижения (см. рисунок).



### Причины устаревания профессий со средней сложностью компетенций<sup>1</sup>

Предпринимательство в таких условиях выступает как один из инструментов сглаживания региональных противоречий при формировании класса самозанятых, с одной стороны, и создания новых рабочих мест — с другой.

Существует множество методологических подходов к реализации ресурсного потенциала, в том числе предпринимательского, например, с позиции неоклассической теории [1], кумулятивной теории [3], теории устойчивого развития [7]. Следует отметить, что для реализации ресурсного потенциала требуются многокомпонентный анализ и комплексная оценка социально-экономических возможностей [2].

<sup>1</sup> Атлас новых профессий. — URL : [https://czn.tomsk.ru/upload/atlas\\_novyh\\_professiy\\_ot\\_agentstva\\_strateg\\_initiativ.pdf](https://czn.tomsk.ru/upload/atlas_novyh_professiy_ot_agentstva_strateg_initiativ.pdf).

Наконец, назрела необходимость разработки уникальной региональной методики развития предпринимательского потенциала в сфере науки и образования в Томской области.

Таким образом, предпринимательство может выступать инструментом реализации ресурсного потенциала региона при определенных условиях. Важно определить отраслевое направление и разработать методологическую концепцию на основе анализа выбранной отрасли. Предпринимательский подход позволяет применять гибкие бизнес-решения, выстраивать новые бизнес-модели, решать проблемы безработицы и диспропорций рынка труда. Томская область традиционно лидирует в отрасли науки и образования, и, следовательно, направление предпринимательской поддержки должно быть аккумулировано именно в этой отрасли. Макроэкономическая политика региона должна выстраиваться на основе применения экосистемного подхода к развитию предпринимательства вокруг научно-образовательных центров, что создаст драйвер развития и модернизации экономики региона в целом, ее структурной перестройки. Иначе, при локомотиве добывающих отраслей, будет реализован другой эффект перехода на цифровую экономику на базе ресурсодобывающей отрасли, что навсегда сделает регион донором. Как вариант видится развитие предпринимательской экосистемы на базе научно-образовательных организаций с уклоном в разработку инновационных решений традиционных проблем региона. Такой разворот имеет потенциал к структурному обновлению экономической системы на базе высокотехнологичного инновационного производства.

### Библиографический список

1. *Гаджиев Ю. А.* Неоклассические и кумулятивные теории регионального экономического роста и развития // Корпоративное управление и инновационное развитие Севера: Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. — 2008. — № 8.
2. *Евдокимова Л. О.* Концепция развития ресурсного потенциала субъектов экономики: сравнительный анализ, методологические решения // Общество. Среда. Развитие. — 2012. — № 3.
3. *Кузнецова О. В.* Экономическое развитие регионов: теоретические и практические аспекты государственного регулирования. — М. : Эдиториал УРСС, 2002.
4. *Назарова У. А.* Развитие предпринимательского потенциала региона: механизм формирования экосистемы // Современная конкуренция. — 2017. — № 11.
5. *Свиридова Н. Д., Козьякова С. С.* Выявление и формирование ресурсных потенциалов региона // Производственный менеджмент: теория, методология, практика. — 2016. — № 7.

6. *Третьякова Е. П.* Ресурсные потенциалы организации: сущность и подход к исследованию // Экономика и управление в XXI веке: стратегии устойчивого развития : сб. ст. II Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 5 марта 2018 г.). — Пенза : МЦНС «Наука и Просвещение», 2017.

7. *Швецов А. Н.* Совершенствование региональной политики. Концепции и практика. — М. : Красанд, 2011.

**П. П. Рыскин, И. В. Вашляева**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## **Развитие профессионального спорта в неоиндустриальном обществе**

**Аннотация.** Актуальность изучения становления профессионального спорта в современной России обусловлена ростом значимости физической культуры и спорта в развитии современной молодежи в связи с переходом экономики на новый технологический уклад. Цель статьи — представить результаты исследования специфики организации и функционирования профессионально-спортивной отрасли. Результаты исследования позволили выявить ряд острых вопросов профессионального спорта.

**Ключевые слова:** профессиональный спорт; постспортивная адаптация; специфика.

Неиндустриальное развитие России в последние годы формирует особенности функционирования профессионального спорта как общественного института, возникшего в результате изменения структуры занятости населения. Часто отмечаются недостаточная развитость инфраструктуры, низкая степень заботы профессионально-спортивной отрасли о здоровье, благополучии и бытовом комфорте профессиональных спортсменов; часто сам спортивный процесс (тренировок, сборов, соревнований и т. д.) организован не лучшим образом [2; 5].

Многие политики, ученые, специалисты спорта связывают крупные неудачи российского спорта на мировых площадках именно с этими моментами. Наше исследование также во многом фиксирует факт недостаточно высокого уровня организации спортивных процессов, а также то, что спорт нередко забывает о вчерашних профессионалах, которые сегодня уже не могут показывать стабильно высокий результат.

Так, «степень заботы отрасли» о профессиональном спортсмене, т. е. тот объем социальных функций (социальный пакет), которые спорт обязан реализовывать, для поддержания достойной жизни спортсмена, оценивается респондентами в среднем по выборке на 6 баллов из 10 возможных (а спортсмены с опытом, профессионалы, окончившие карьеру, в основном легкоатлеты и лыжники — на 4 и 5 из 10), как и уровень организации спортивных процессов: обеспечение необходимым инвентарем, возможность комфортно тренироваться, условия для повышения уровня мастерства, а также способы поддержания уровня общественно-

го признания и уровня жизни в соответствии с тем спортивным (общественным) складом, который внес профессиональный спортсмен.

На сегодняшний день в нашей стране инфраструктуру профессионального спорта выпускает таких спортсменов, которых она не в состоянии содержать — уровень спортивного мастерства, их профессиональных знаний, умений и навыков высоко (социально и материально) оценивается западными федерациями, клубами и т. д. [1; 4] В России есть немало профессионалов, которым на родине фактически не могут обеспечить должных условий для тренировок, а также соразмерного квалификации вознаграждения. Поэтому многие высококлассные российские спортсмены покидают нашу страну, чтобы состояться в профессиональном плане.

Социальное положение профессионального спортсмена может быть представлено также через анализ специфики организации и функционирования профессионально-спортивной отрасли. Рассмотрим подробнее мнения респондентов относительно:

- уровня психологического напряжения и стрессов;
- уровня психологического удовлетворения профессиональными занятиями спортом;
- уровня профессиональной загруженности спортсменов;
- степени заботы спортивной отрасли о здоровье, благополучии и бытовом комфорте профессиональных спортсменов;
- уровня организации спортивного процесса (тренировок, сборов, соревнований и т. д.);
- степени ориентированности профессионального спорта на результат, а не на самих спортсменов; и другие вопросы.

По данным проведенного анкетирования, профессиональные спортсмены отмечают достаточно высокий уровень психологического напряжения в процессе своей профессиональной деятельности. Так, в целом по выборке респонденты оценивают его на 7 из 10 возможных баллов. Однако можно сказать, что единоборцы-мужчины, особенно те из них, которые находятся только в начале спортивной карьеры, «страдают» от нагрузок в несколько меньшей степени (6 из 10 баллов). А вот по мнению представителей игровых видов спорта, и особенно тех из них, кто уже окончил карьеру и подводит итоги, «мысленно оглядываясь назад», спортсмен переживает практически максимально возможные нагрузки, постоянно подвержен стрессам (8 из 10 баллов). Очевидно, что мужчины немного легче справляются с нагрузками, вероятно, в силу физиологических особенностей, а также социального стереотипа «мужчины не жалуются на жизнь» и т. д.

По какой-то причине командные виды спорта, по мнению респондентов, — более «стрессовые», чем остальные, и предполагают боль-

шие нагрузок. Вероятно, ответ искать нужно в специфике внутригрупповых отношений, распределении обязанностей (у борцов и «индивидуальников» этого гораздо меньше). Также прослеживается четкая тенденция увеличения оценки уровня напряжения и стрессов в зависимости от этапа карьеры. Вероятно, здесь нужно говорить о накоплении усталости профессионального спортсмена. В начале карьеры сил больше, ожидания повышены, больше энтузиазма, меньше опыта, прагматичности и усталости. Итак, профессиональных спортсменов от представителей других профессий отличает наличие достаточно высокого уровня психологического напряжения «на работе».

При этом, что также характерно для профессии спортсмена, те, кто посвящают свою жизнь спорту, испытывают от работы огромное удовлетворение, массу положительных эмоций, связанных с победами, соревнованиями, возможностью регулярно ставить цели и достигать их. У всех респондентов, независимо от пола, вида спорта, этапа профессиональной карьеры, отмечаются очень высокие оценки степени удовлетворенности от профессиональных занятий спортом (8 из 10 баллов). Некоторое исключение (7 из 10 баллов) составляют мужчины, а также в целом единоборцы. Вероятно, женщины находят в занятиях спортом больше положительных эмоций.

Вообще такое соотношение большого количества стрессов и постоянного перенапряжения и одновременно высокий уровень удовлетворения от работы свидетельствует о том, что спорт в жизни профессионала — не просто профессия, это дело, благодаря которому он зарабатывает на жизнь. Спорт подразумевает высокий уровень концентрации и самоотдачи, отрешение спортсмена от остальных занятий для обеспечения стабильного и высокого спортивного результата [1].

Вероятно, по этой причине институционального характера респонденты одновременно отмечают столь высокий уровень напряжения и удовлетворения от занятий профессиональным спортом. Отметим, что степень удовлетворения в среднем на один балл выше, нежели стрессов и постоянного перенапряжения [2].

Постоянные тренировки, сборы, подготовка и участие в соревнованиях, поддержание профессионального рейтинга, набор баллов на этапах кубка мира и т. д. — всё это предопределяет весьма плотный рабочий график профессиональных спортсменов (как у актеров — постоянные съемки, а у музыкантов, артистов цирка — гастроли, репетиции, выступления и т. д.). Часто спортсмены вынуждены проводить время вне семьи и близких — на тренировочных сборах, в различных командировках, общаться в кругу «друзей по цеху» — спортсменов и тренеров [3].

Во многом можно говорить, что семья и вся жизнь спортсмена — это его команда, коллеги, тренера, а дом — тренировочные базы, спортивный зал, бассейн, татами и др. По мнению профессиональных спортсменов, средняя оценка уровня их профессиональной загруженности, связанной с тренировками, сборами, турнирами, составляет 7 из 10 возможных баллов. И если в начале карьеры большинство молодых профессионалов относятся к этому «стоически», с надеждой, что благодаря всем усилиям они добьются вершин мастерства, побед и общественного признания, то большинство респондентов, оканчивающих либо окончивших свою профессиональную спортивную карьеру, оценивают степень их загруженности, включенность в профессиональный спорт на 9 из 10 возможных баллов. В соотношении по видам спорта: борцы в начале профессиональной карьеры смотрят на эти вещи более оптимистично — 6 из 10; более опытные представители индивидуальных видов спорта, например, лыжных гонок, переживающие пик своей карьеры, ставят оценку 8 из 10. Что касается различий в оценках загруженности, обусловленных половой принадлежностью, то мужчины — профессиональные спортсмены считают, что они менее загружены спортом, нежели представительницы женского пола (6 против 7 из 10 возможных баллов).

Что касается временной динамики оценок спортсменами степени заботы спортивной отрасли о здоровье, благополучии и бытовом комфорте профессиональных спортсменов, а также уровня организации самого спортивного процесса, то, по данным 2015 г., они повысились в среднем на два пункта. Это связано с поступательным повышением уровня спортивной отрасли за последние 5 лет.

За последние несколько лет существенно возросло общественное и государственное внимание к развитию профессионального спорта в нашей стране. Этот факт подтверждается успешным проведением в России Зимней Олимпиады в Сочи, подготовкой и проведением чемпионата мира по футболу, а также целого ряда крупных международных турниров.

Таким образом, специфика профессионального спорта в современной России обуславливается такими основными факторами, как:

— невозможность обустройства личной и семейной жизни, быта из-за острой нехватки свободного времени и сил по причине высокого уровня занятости (постоянных тренировок и сборов), а также серьезных физических и психологических нагрузок;

— проблемы здоровья, его сохранения и постспортивного восстановления, постспортивной реабилитации, лечения хронических и «профессиональных» заболеваний, полученных в результате занятий спортом;

— острый «квартирный вопрос», плохие жилищные условия; отсутствие в собственности хоть какого-нибудь жилья либо жилья, удовлетворяющего основные бытовые и статусные потребности профессионального спортсмена.

### Библиографический список

1. *Алкемайер Т.* Социология спорта // Логос. — 2006. — №. 3.
2. *Кочерьян М. А., Зверев А. И., Рыскин П. П.* Спорт как социальный институт, формирующий профессионалов: специфика социологического подхода // Управленец. — 2013. — № 1(41).
3. *Рыскин П. П.* Особенности самоидентификации профессиональных спортсменов в современной России // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2019. — Т. 10, № 1.
4. *Babiak K., Wolfe R.* Determinants of corporate social responsibility in professional sport: Internal and external factors // Journal of sport management. — 2009. — Vol. 23, no. 6.
5. *Gulbin J. P., Croser M. J., Morley E. J., Weissensteiner J. R.* An integrated framework for the optimisation of sport and athlete development: A practitioner approach // Journal of sports sciences. — 2013. — Vol. 31, no. 12.

### Г. В. Савин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Вектор развития транспортно-логистической системы Smart City

**Аннотация.** Транспортно-логистическая система (ТЛС) города, выступающая фундаментом любой региональной экономической системы, является результатом и одновременно необходимым структурным компонентом преобразований, составной частью стратегического видения, в том числе и социально-пространственной организации современного развития города. Сегодня в мире усиливается конкуренция между данными системами, причем именно вследствие действия так называемых мягких факторов — инфраструктуры, институтов, нормативной базы, цифровых технологий, что также зависит от человеческого потенциала. Постоянный рост эксплуатационных затрат на содержание инфраструктуры, неэффективность использования и ее избыточность приводят к замедлению потоковых процессов в экономике. В настоящее время назрела необходимость комплексной разработки сценария развития транспортно-логистической системы Smart City, что и составляет предмет исследования данной статьи.

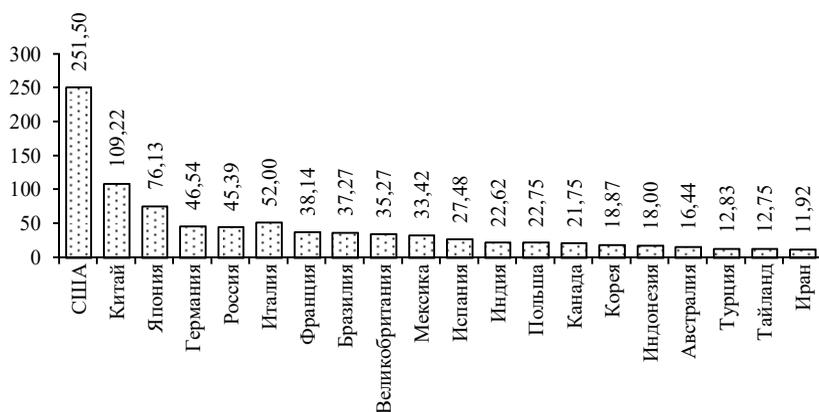
**Ключевые слова:** транспортно-логистическая система; Smart City; физическая и первичная цифровая инфраструктура.

Транспортно-логистическая система города как важный вектор современного развития сегодня переживает ряд трудностей, связанных с интенсивным развитием социально-экономической системы.

Бурное развитие личного автотранспорта создает дополнительные проблемы для обеспечения необходимого грузопотока. Слабо работает

структура рационального передвижения товара от производителя до потребителя, страдают планировка, экология (более 23 % мировых выбросов парниковых газов), архитектура, растут издержки, и как следствие всего этого, происходит удорожание потоковых процессов в транспортно-логистической системе города.

В период 1990–2005 гг. мировой парк автомобилей увеличился приблизительно на 60 %, или в среднем на 3% в год. Парк частных автомобилей малой грузоподъемности оценивается в 800–900 млн ед.<sup>1</sup> К 2020 г. в мире будет 1,8–2,5 млрд таких автомобилей (рис. 1). В крупных городах и мегаполисах уровень автомобилизации приближается к критическим значениям (более 600 ед. на 1000 жителей и более).



**Рис. 1.** Крупнейшие страны по автопарку автомобилей в 2018 г.

В силу того, что особый интерес вызывает исследование транспортно-логистической системы города, для стран мира и России — это агломерации с крупными городами численностью более 1 млн чел., в которых ситуация по оптимизации потоковых процессов наиболее острая. В данных системах снижение издержек производства и потребления вследствие агломерации сочетается обычно с общим ускорением оборота капитала. В них проявляются все преимущества пространственной концентрации массового потребления, высокая экономия от проведения оптовых и розничных торговых операций, сокращение времени поставок и увеличение удобств для покупателей и клиентов.

<sup>1</sup> Комиссия по устойчивому развитию обсуждает пути создания экологически чистых транспортных систем. — URL : <https://news.un.org/ru/story/2010/05/1163671>.

Наблюдается концентрация усилий власти на инфраструктурных проектах (с учетом государственно-частного партнерства), на вопросах информатизации и внедрения современных технологий. Отметим схожесть Европы, США и России по проблемам загруженности транспортно-логистических систем. Для России это прямое следствие проблем социально-экономического развития 1990-х, которые накапливались годами и не рассматривались системно или рассматривались узко. Однако уровень автомобилизации в России существенно ниже (305 авто на 1 000 жителей в 2017 г., 313 авто в 2018 г.), чем за рубежом, и не наблюдается тенденция замедления данного показателя.

Сегодня можно утверждать, что основными факторами, которые влияют на функционирование и развитие транспортно-логистической системы города являются: стратегия развития, процессы и человек.

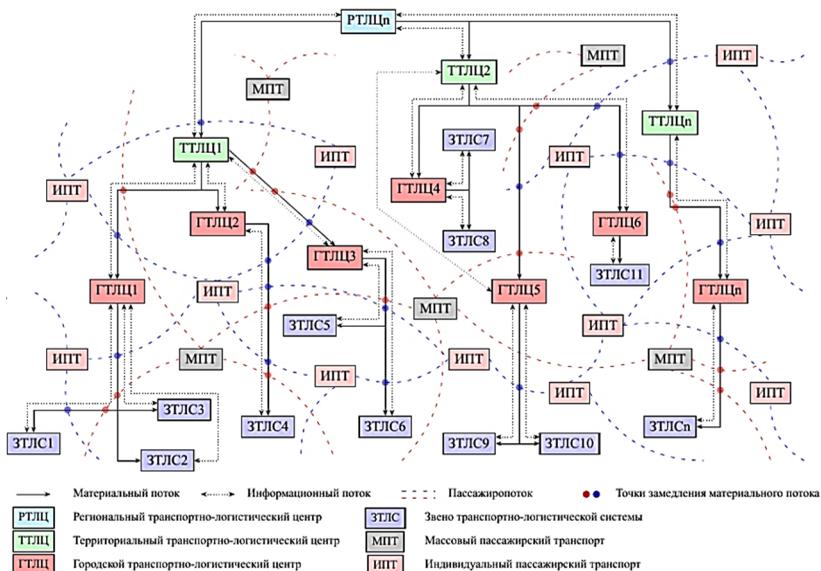
Логистическая стратегия города, являясь частью общей стратегии региона (страны), ориентирована на развитие конкурентной среды и стремится к следующим результатам: росту инвестиционной привлекательности, снижению логистических издержек, повышению качества сервиса, быстрой окупаемости инвестиций в инфраструктуру.

Вектор развития как основополагающий элемент стратегического развития ТЛС города имеет основную цель — координация потоковых процессов. К передовым странам в области развития транспортно-логистических систем относят Корею, Сингапур, Германию, Финляндию, США, Великобританию, Испанию и пр., в которых заметны усилия как по разработкам инновационных технологий, так и по внедрению информационных технологических решений, способствующих гармонизации потоковых процессов.

При поддержке бизнеса и власти, в частности местного самоуправления, реализуются проекты строительства логистических центров, интеллектуальных транспортных систем, программы по цифровизации услуг для населения и бизнеса и т. д.

Данные инициативы способствовали развитию Smart City — транспортно-логистической системы высокотехнологичных городов с комфортной средой для граждан и бизнеса. Повышение безопасности является основой их формирования, также как улучшение качества жизни населения, решение социально-экономических и экологических задач [2].

В силу того, что в современном мире именно урбанизация приобрела общепланетарные масштабы, стала катализатором дальнейшей концентрации населения в крупнейших городах, происходит усложнение процессов совокупного транспортного потока в ТЛС Smart City, которые необходимо максимально дистанцировать (рис. 2).



**Рис. 2.** Процессы в транспортно-логистической системе города

Отметим, что «точек замедления» материального потока на первом уровне, на котором звенья логистической системы координируют свою работу с городскими транспортно-логистическими центрами, значительно больше, чем на втором и третьем уровнях, на которых происходит координация в разрезе логистических центров с минимальным влиянием пассажиропотока. Помимо этого, на первом уровне — внутри самого пассажиропотока — создаются «точки замедления» материального потока.

Согласно теории конъюнктуры сегодня мировая экономика находится в понижающей стадии своего развития [1], которая характеризуется вялой экономической активностью, в период которой происходит смена технологического уклада, начинается замена инфраструктуры и средств производства. Выход из данной стадии возможен после внедрения высокоэффективных базисных технологических инноваций, которые, именно по кластерной теории, способны запустить их.

Сегодня в крупнейших российских городах ведется работа по развитию логистических центров, но не в полной мере отработан механизм формирования единой информационной системы координации всех потоковых процессов в городе. Для этого необходимо решить задачу формирования компонентов физической и первичной цифровой

инфраструктуры Smart City, когда результатом является решение целевых установок в рамках стратегии государственной национальной политики РФ и приоритетных направлений внедрения технологии «умного города» в российских городах до 2025 г. и далее.

Физическая инфраструктура ТЛС Smart City должна быть представлена также информационной компонентой, а именно высокоскоростными оптоволоконными сетями, а также при развитии первичной цифровой инфраструктуры (датчиков, сенсоров, систем фиксации) формировать системы Big Data для последующих целей оптимизации потовой модели ТЛС Smart City с помощью современных цифровых технологий.

Следующий шаг — развертывание цифровой и интеллектуальной инфраструктуры, которая уже тестируется в мире (Сингапур, Япония и пр.), что позволит при развитии технологий беспроводной связи (5G), искусственного интеллекта сформировать ТЛС Smart City с полностью автономными и роботизированными процессами по организации потоковых процессов в городе.

Отметим, что потребуются усилия по замене (улучшению) средств передвижения как элементов ТЛС Smart City для населения — в среднем 2–3 года (до 7 лет), для массового пассажирского транспорта — 15–20 лет, для грузового транспорта — 10–15 лет и более. Строительство объектов транспортно-логистической инфраструктуры при использовании новых технологий возможно по истечении 5–10 лет. Всё говорит о том, что их массовое внедрение, которое существенно повлияет на синхронизацию потоковых процессов в транспортно-логистической системе Smart City, возможно лишь к 2040 г. или позднее.

Назрела острая необходимость разработки неиндустриального комплексного подхода к развитию экономики, науки и образования для формирования передовой транспортно-логистической системы Smart City в России.

### **Библиографический список**

1. *Акаев А.* Большие циклы конъюнктуры и инновационно-циклическая теория экономического развития Шумперта — Кондратьева // *Экономическая наука современной России.* — 2013. — № 2(61).
2. *Estevez E., Lopes N. V., Janowski T.* Smart Sustainable Cities — Reconnaissance Study. — URL : [https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/document/2016-04/smart\\_cities\\_report.pdf](https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/document/2016-04/smart_cities_report.pdf).

## Формирование экосистем в условиях цифровизации

**Аннотация.** Раскрыто понятие «экосистема» как объединение экономических субъектов для предоставления услуг и товаров в условиях цифровой экономики. Представлена структура экосистемы на основе модульного принципа. Предложено рассматривать сквозные технологии как базовые, влияющие на инновационную активность экосистем.

**Ключевые слова:** цифровая экономика; инновационные экосистемы; промышленные экосистемы; сквозные технологии.

Несмотря на существенный вклад ученых в разработку теоретических и практических аспектов изучения влияния цифровизации на экономическое сообщество, исследования процессов, протекающих в формирующихся производственных экосистемах, сводятся к описанию понятия и выявлению отдельных факторов возникновения. При этом недостаточно разработанным остается учет влияния цифровизации на межфирменные взаимодействия участников производственных экосистем, что приводит к трудностям в анализе их активности. Исходя из этого целью данной статьи является изучение моделей развития межфирменных взаимодействий в сообществах экономических субъектов, подверженных влиянию цифровизации. В Программе развития цифровой экономики в России<sup>1</sup> [2] экосистема понимается как «центр синергии государства, бизнеса и граждан», представленный цифровыми платформами, образующими технологическую среду с API<sup>2</sup>, предоставляющую услуги и сервисы, а также являющийся площадкой, где формируются договоры между различными экономическими субъектами. При этом выделяются следующие экосистемы:

— HealthNet как открытая экосистема, поддерживающая и развивающая компании по производству биотехнологических и медицинских продуктов и услуг, которые ведут к значительному улучшению здоровья и качества жизни человека в России и в мире;

— AeroNet как сетевой рынок информационных, логистических и иных услуг, предоставляемых флотом беспилотных аппаратов, постоянно находящихся в воздухе и на низких космических орбитах;

---

<sup>1</sup> Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утв. распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 г. № 1632-рм.

<sup>2</sup> API (программный интерфейс приложения, интерфейс прикладного программирования) (англ. application programming interface) — описание способов (набор классов, процедур, функций, структур или констант), которыми одна компьютерная программа может взаимодействовать с другой программой.

— MariNet как открытая экосистема, поддерживающая и развивающая компании, успешно предлагающие свои решения для морской отрасли (цифровая навигация, технологии освоения ресурсов океана и инновационное судостроение);

— AutoNet как рынок беспилотных автотранспортных средств;

— NeuroNet как открытая экосистема, связанная с нейротехнологиями и кардинальным увеличением производительности умственного труда за счет интеграции мозга человека и вычислительных машин;

— EnergyNet как рынок оборудования, программного обеспечения, инжиниринговых и сервисных услуг для разномасштабных комплексных систем и сервисов интеллектуальной энергетики;

— FoodNet как рынок продовольствия, обеспеченный интеллектуализацией, автоматизацией и роботизацией технологических процессов на всем протяжении жизненного цикла продуктов от производства до потребления, а также развитием биотехнологий;

— SafeNet как изменения в ландшафте городской среды, изменения моделей индивидуального поведения, мобильности.

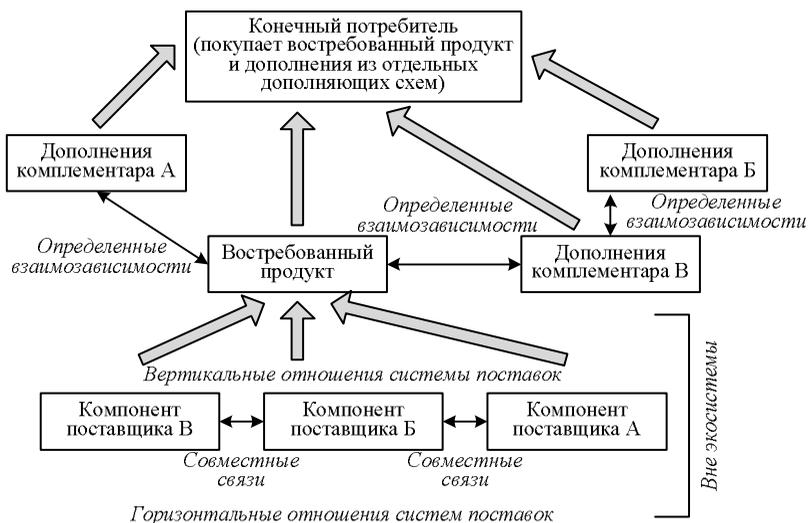
Можно сказать, что формируемая в современной экономике экосистема должна учитывать всю совокупность экономических субъектов, участвующих во взаимодействиях, а также особенности их деятельности (рис. 1).



**Рис. 1.** Взаимосвязь участников экосистемы в процессе формирования взаимодействий [1]

Поскольку во многих исследованиях [2] подчеркивается, что важной особенностью экосистем является высокая результативность координации взаимоотношений при значительной автономии субъектов в них, то автор предлагает использовать модульный принцип при описании экосистемы цифровой экономики. Это позволяет представлять экономических субъектов как отдельные дискретные части производственных процессов. Для того чтобы экосистема была полезной, между модулями должна существовать значительная потребность в координации, не требующая статичной и авторитетной центральной структуры. Это обусловлено различными типами возникающих в экономическом пространстве взаимодействий.

Преимущество структуры экосистемы на основе модульного принципа, обусловленное возможностями цифровой экономики, заключается в том, что конечный потребитель может выбирать не только дополняющие основной продукт компоненты среди предлагаемых каждым участником, но и то, как они объединены. В этом смысле экосистемы цифровой экономики отличаются от традиционных сетей, поскольку включают в себя паутины стандартизированных формальных или неофициальных союзов между участниками, где конечный потребитель тоже присоединяется к соединению дополнений.



**Рис. 2.** Модульная структура промышленной экосистемы

Как показано на рис. 2, экосистемы цифровой экономики допускают определенную степень координации, не требуя иерархического управления: поставщики создают некоторые стандарты или основные требования, которые позволяют конечному потребителю с помощью дополняющих схем принимать свои собственные решения (с точки зрения дизайна, комплектации и т. д.), предоставляя ему возможность самостоятельно «производить» сложный взаимозависимый товар или услугу.

Для определения потенциала развития экосистем из просто промышленных в инновационные образования требуется учет влияния на их устойчивость факторов, определяемых трендами цифровизации. С точки зрения автора, это, в первую очередь, внедрение и степень присутствия в межфирменных взаимодействиях, выделенных в национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации» «сквозных» цифровых технологий, вокруг которых правительством планируется выстраивать политику поддержки развития (рис. 3).



Рис. 3. Сквозные цифровые технологии

Исходя из описания предложенной модели можно сделать вывод, что, зная характеристики инновационной экосистемы в условиях цифровизации, можно понять, какие факторы влияют на ее эффективное функционирование, и, следовательно, планировать воздействие на них.

В результате проведенного исследования трансформации сетевых структур в экосистемы, а также особенностей их функционирования в условиях цифровизации, можно утверждать, что концепция экосистем позволяет по-новому оценить причины успешности инновационного процесса в условиях цифровизации.

В связи с изложенным становятся актуальными вопросы, касающиеся анализа причин возникновения межфирменных взаимодействий в экосистемах и их влияния на инновационную активность экономических субъектов.

### **Библиографический список**

1. *Авдошин С., Песоцкая Е.* Мобильные экосистемы // Открытые системы. СУБД. — 2014. — №. 2.
2. *Jacobides M., Cennamo C., Gawer A.* Towards a Theory of Ecosystems // Strategic Management Journal. — 2018. — Vol. 39, iss. 8.

**С. С. Фагина, Е. В. Давыдова**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## **Исследование гендерных аспектов мотивации студентов к занятиям физической культурой и спортом**

**Аннотация.** Раскрыты результаты исследования гендерных особенностей мотивации к занятию физической культурой и спортом на примере группы студентов Уральского государственного экономического университета. Полученные данные позволяют сделать вывод о наличии существенных отличий между оценками юношей и девушек и позволяют уточнить методологию исследований мотивации молодежи, а именно обозначить направления стимулирования студентов к занятиям физической культурой и спортом.

**Ключевые слова:** гендерные особенности; мотивация; занятия физкультурой; склонность; отказ от занятий.

Анализ работ, посвященных мотивации молодежи занятиям физической культурой и спортом, позволяет сделать некоторые обобщения. В отечественной системе цитирований РИНЦ содержится 434 работы различного уровня, освещающие указанные вопросы. Большинство из них рассматривают личностные вопросы мотивации (например, [1; 2]). Как правило, ценностная ориентация студентов в вопросах занятий физической культурой обусловлена решением проблем двигательной ак-

тивности, межличностного общения и решением вопросов организации проведения свободного времени. Множественные оценки, представленные в работах зарубежных авторов [3; 4], показывают, что отношение большинства студентов к физической культуре скорее положительное, в то же время наблюдаются проблемы с мотивацией к занятиям. Гендерные особенности мотивации представлены крайне редко, что говорит о недостатках методологии исследования вопросов несформированности потребностей в физической активности и мотивации к занятиям физической культурой.

**Методика и организация исследования.** Объектом исследования являются студенты I–III курсов Уральского государственного экономического университета. Авторами был проведен опрос 576 чел. в возрасте от 18 до 20 лет, посещающих обязательные и дополнительные занятия по физической культуре. Состав опрошенных: 316 девушек и 260 юношей.

**Результаты исследования.** С целью определения гендерных особенностей мотивации к занятиям физкультурой участники опроса оценили мотивы в соответствии с вариантами, представленными на рис. 1.



**Рис. 1.** Частота упоминаний отдельных мотивов занятий физической культурой, %

Анализ собранных данных показал, что студенты демонстрируют большой диапазон мотивов и хорошо представляют результаты занятия физкультурой и спортом. Необходимо отметить существенные отличия между оценками юношей и девушек: если для первых основным моти-

вом является самореализация, то для вторых — улучшение внешнего вида. Данные обстоятельства имеют существенные последствия для формирования стимулирующих мероприятий с учетом гендерной структуры студенческих групп.

Мотивы «азарт» и «улучшение здоровья» занимают второе и третье место как для девушек, так и для юношей. Интересным выводом является то, что общение со сверстниками не является базовым мотивом занятий физической культурой. Данное наблюдение свидетельствует о высоком индивидуализме студентов.

Можно сказать, что для юношей на первом месте стоят мотивы самореализации, а на втором — мотивы удовольствия. Для девушек более характерны рациональные мотивы: улучшение внешности, здоровья и повышение работоспособности.

Далее рассмотрим распределение ответов студентов в разрезе причин, препятствующих занятиям спортом (рис. 2).



**Рис. 2.** Распределение ответов по причинам препятствующим занятиям физической культурой, %

Оценки юношей и девушек относительно причин, препятствующих занятиям спортом, в целом совпадают. На первом месте стоит причина «отсутствие мотивации», на втором — «отсутствие денежных средств». Различия в оценках наблюдаются по критерию «не хватает времени», данный критерий более значим для юношей. Такое же наблюдение характерно для критерия «нет мест для занятий физкультурой», по которому преимущественно высказывались девушки.

На основе приведенных эмпирических данных, полученных по достаточно репрезентативному количеству опрошенных, можно сделать вывод о существенности гендерного фактора в оценках мотивации к занятиям физкультурой и спортом. Данное обстоятельство позволяет рекомендовать включение гендерного деления при проведении оценок мотивации студентов к занятиям физкультурой.

### Библиографический список

1. Земсков А. С., Данилевская Д. О. Конформность как феномен мотивации студентов к занятиям физической культурой и спортом // Наука и культура России. — 2016. — Т. 1.
2. Ханевская Г. В. Проблема низкой мотивации студентов к занятиям физической культурой и спортом // NovaInfo.Ru. — 2016. — Т. 3, № 56.
3. Fry L. W., Cohen M. P. Spiritual leadership as a paradigm for organizational transformation and recovery from extended work hours cultures // Journal of business ethics. — 2009. — Vol. 84, no. 2.
4. Markula P., Silk M. L. Qualitative research for physical culture. — L. : Palgrave Macmillan, 2011.

### В. А. Цибилов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Использование управленческих технологий в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд в условиях цифровой экономики (на примере Уральского федерального округа)

**Аннотация.** Раскрыто значение современных информационных технологий при управлении в сфере закупок. Приведены примеры использования федеральной, региональных и муниципальных информационных систем для обеспечения контрактных отношений. Рассмотрены актуальные проблемы в сфере закупок и пути их решения.

**Ключевые слова:** государственные и муниципальные закупки; контрактная система; единая информационная система в сфере закупок; управленческая технология; цифровая экономика.

Согласно данным Министерства финансов Российской Федерации, размещенным на официальном сайте ведомства, совершенствование законодательства о контрактной системе способствовало принятию ряда поправок в Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (Федеральный закон № 44-ФЗ). В их развитие были изданы подзаконные акты Правительства Россий-

ской Федерации, что создало основу для перехода с 2019 г. к новому этапу управления контрактной системой на качественно новой информационной основе. Ее системообразующими особенностями являются:

- трансформация государственных и муниципальных закупок в электронную форму, обеспечивающую их открытость и прозрачность;
- функционирование электронных площадок на основе единых и дополнительных требований;
- создание сервиса по стандартизации информации о закупке посредством применения описания позиции каталога товаров, работ, услуг, размещенной в единой информационной системе России в сфере закупок<sup>1</sup>.

В целом цифровизация экономика стала мировой тенденцией. «В Европейском союзе в 2010 г. была провозглашена Цифровая повестка Европы (Digital Agenda for Europe) и ежегодно рассчитывается индекс цифровизации экономики и общества» [1]. В России это нашло отражение в подготовке и реализации ряда национальных программ по развитию цифровой экономики<sup>2</sup>.

Применительно к контрактной системе реализация целей и задач развития цифровой экономики и обеспечение реализации нововведений в законодательство основываются на использовании информационных ресурсов и сервисов Единой информационной системы в сфере закупок (ЕИС).

По результатам ознакомления с ее возможностями следует отметить, что функционирование ЕИС представляет собой не что иное, как самостоятельную управленческую технологию. В общем смысле под управленческой технологией понимается набор управленческих средств и методов достижения поставленных целей предприятий, включающий методы и средства сбора и обработки информации, приемы эффективного воздействия на работников, принципы, законы и закономерности организации и управления, а также системы контроля [2].

Применительно к ЕИС необходимо отметить, что система также:

- обладает набором управленческих методов и средств (регистрация и аккредитация участников, обеспечение заявок, контрактов, проведение закупочных процедур и пр.);
- использует методы и средства сбора и обработки информации (допуск участников к закупке в каждом конкретном случае, представление данных органам по мониторингу, аудиту и контролю);

---

<sup>1</sup> *Мониторинг закупок.* — URL : <https://www.minfin.ru/ru/performance/contracts/purchases>.

<sup>2</sup> *Департамент правовых основ цифровой экономики.* — URL : <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/d31/index>.

— применяет приемы и способы эффективного воздействия на заказчиков и других участников закупок (например, ведение реестров недобросовестных поставщиков, обязательное общественное обсуждение закупок и пр.);

— основывается на принципах (обеспечения конкуренции, открытости и прозрачности и пр.), законах организации и управления (соблюдение сроков, контроль проводимых процедур, обеспечение обратной связи субъектов контрактной системы и пр.).

Согласно статистическим данным Министерства финансов России за 2016–2018 гг. в ЕИС зарегистрировано более 550 тыс. пользователей, в том числе 97 тыс. зарегистрировано в 2018 г. Общее количество обращений к ЕИС в 2018 г. составило 220 млн в сутки. За тот же год службой технической поддержки ЕИС было принято более 692 тыс. телефонных звонков и получено 344 тыс. электронных писем от пользователей ЕИС. По состоянию на 1 августа 2019 г. общее количество зарегистрированных в ЕИС заказчиков составило 291 тыс. чел.

Органам государственной власти субъекта РФ и органам местного самоуправления также предоставлено право иметь региональные и муниципальные информационные системы в сфере закупок. Порядок их создания и функционирования определяется локальными нормативными правовыми актами с учетом единых требований к такого рода системам, которые установлены Правительством РФ. В частности, действует Информационная система в сфере закупок Свердловской области<sup>1</sup>. По данным Информационной системы общее количество закупок (без учета отмененных процедур), совершенных в период с 1 января по 1 июля 2019 г., составило 18 тыс. извещений с общей суммой начальной максимальной цены контракта более 20 млн р. Неконкурентными способами (закупки у единственного поставщика) было осуществлено более 2 тыс. закупок на сумму 1,5 млн р.

По инициативе губернатора Челябинской области с января 2019 г. введена в эксплуатацию «Витрина закупок Челябинской области» — областная Информационная система<sup>2</sup>. Система позволяет размещать все актуальные предложения государственных учреждений о приобретении тех или иных товаров, работ, услуг. В Курганской области функционирует официальный сайт Региональной единой информационной системы в сфере закупок (Web-Торги-КС)<sup>3</sup>, в Тюменской области —

---

<sup>1</sup> Информационная система в сфере закупок Свердловской области. — URL : <http://torgi.midural.ru>.

<sup>2</sup> Витрина закупок Челябинской области. — URL : <http://www.zakupki.gku74.ru/?fl=True>.

<sup>3</sup> Региональная информационная система в сфере закупок Курганской области. — URL : <http://webreport.gov45.ru/epz/Menu/Page/179>.

сайт «Госзаказ», являющийся частью внедренной в Управлении государственных закупок Тюменской области автоматизированной системы АЦК-Госзаказ<sup>1</sup>. Аналогичные сайты региональных информационных систем функционируют в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре<sup>2</sup> и Ямало-Ненецком автономном округе<sup>3</sup>.

Как показал анализ, далеко не всеми органами государственной власти субъектов Российской Федерации используются законодательно установленные информационно-технические возможности при проведении торгов. Зачастую на региональных сайтах содержатся отсылка к ресурсам ЕИС и прямое указание на то, что размещенная на сайте информация не является официальной (Тюменская область). На ряде сайтов при обращении к контенту и услугам сервиса возникали проблемы с доступом технического характера (Курганская область).

В интересах муниципальных образований также разработаны и функционируют информационные системы в сфере закупок. К примеру, на официальном сайте администрации Екатеринбурга содержится информация о работе Автоматизированного центра контроля «Муниципальный заказ» (АЦК «Муниципальный заказ»). Доступ к информационным данным системы имеют только авторизованные пользователи.

В Челябинске при обращении к официальному сайту городской администрации имеется возможность без регистрации ознакомиться с открытыми данными о результатах муниципальных закупок. Так, с начала функционирования системы и по состоянию на 10 октября 2019 г. заключено около 5 тыс. контрактов на сумму более 10 млрд р.; 99,6 % всех закупок осуществлены с использованием конкурентных способов (электронный аукцион).

Вместе с тем информационные системы существуют или подерживаются в актуальном состоянии далеко не в каждом муниципальном образовании — областном центре. К примеру, в Салехарде и Тюмени при поиске информации о муниципальных торгах официальные сайты городских администраций перенаправляют к ресурсам ЕИС, а в Ханты-Мансийске информация по муниципальным контрактам не актуализировалась в течение 2019 г.

Таким образом, в условиях цифровизации экономики дальнейшее развитие интегрированных между собой информационных систем в сфере закупок является одним из основных направлений совершенствования

---

<sup>1</sup> *Госзаказ*. Тюменская область. — URL : <http://gz.admtyumen.ru>.

<sup>2</sup> *Региональная информационная система в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных нужд Ханты-Мансийского автономного округа* — Югры. — URL : <http://zakupki.admhmao.ru/informatsiya-po-zakupkam>.

<sup>3</sup> *Государственный заказ Ямало-Ненецкого автономного округа*. — URL : <http://torgi.yanao.ru>

ния управленческих технологий в контрактных отношениях. В связи с различной степенью востребованности данных ресурсов в регионах представляется необходимым уточнить норму, включенную в п. 7 ст. 4 Федерального закона № 44-ФЗ в части предоставления субъектам Федерации и муниципальным образованиям права создавать свои собственные интегрированные с ЕИС информационные системы. Возможно, более рационально и менее затратно с экономической точки зрения (создание и обслуживание таких систем требует дополнительных бюджетных средств), отказавшись от региональных и местных информационных систем, отдать приоритет использованию только ЕИС.

### Библиографический список

1. *Власова Н. Ю., Куликова Е. С.* Маркетинг территории в условиях становления цифровой экономики // Известия Уральского государственного экономического университета. — 2018. — Т. 19, № 3.
2. *Коммерческая электроэнергетика* : слов.-справ. / авт.-сост. В. В. Красник. — М. : НЦ ЭНАС, 2006.

**В. М. Шарапова, Н. В. Шарапова**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

### Цифровизация АПК: возможности и ограничения

**Аннотация.** В современных условиях вопросы цифровизации экономики АПК приобретают всё большую актуальность. В последние годы принята Государственная программа «Цифровая экономика» Российской Федерации, которая позволит снять достаточное количество вопросов в части совершенствования инфраструктуры сельских территорий. В статье рассмотрены некоторые возможности и барьеры, с которыми сталкиваются сельхозпроизводители при применении цифровых технологий.

**Ключевые слова:** цифровизация АПК; трудосберегающие технологии; сельские территории; цифровая экономика.

Сельское хозяйство является особым бизнесом, который зависит природных явлений. В отличие от промышленного производства в сельском хозяйстве не представляется возможным заранее структурировать все бизнес-процессы. Перед цифровой экономикой ставится задача не только максимально автоматизировать все этапы производства, но и обеспечить оптимальное управление ресурсами, повысить производительность труда, обеспечить сохранность и транспортировку сельхозпродукции до конечного потребителя.

На сегодняшний день отсутствует четкое определение понятия «цифровая экономика». Автором данного термина считают Н. Негро-

понте (N. Negroponte), который впервые создал медиалабораторию в Массачусетском институте технологий в конце XX века.

Толковый словарь по информационному обществу и новой экономике трактует термин как «экономика, осуществляемая с помощью цифровых телекоммуникаций...»<sup>1</sup>.

В Оксфордском словаре цифровая экономика представлена в части ее функционирования за счет цифровых технических решений, особенно электронных транзакций, реализуемых с применением интернета<sup>2</sup>.

Премьер-министр России Д. Медведев утвердил в 2017 г. программу «Цифровая экономика», реализация которой рассчитана до 2024 г. В программе выделено восемь основных направлений: государственное регулирование; информационная инфраструктура; исследования и разработки; кадры и образование; информационная безопасность; государственное управление; умный город; цифровое здравоохранение. Согласно официальным данным Российская Федерация занимает лишь 41-е место по готовности к цифровой экономике. Одновременно с этим Россия входит в пятерку стран с самыми высокими темпами роста цифровизации.

Одна из важнейших отраслей, в которых необходимо применять цифровую экономику — агропромышленный комплекс. При этом государством сформулирована основная задача — нормативное регулирование с целью развития и применения цифровизации.

Сельское хозяйство до сих пор характеризуется низкой производительностью труда, низким уровнем оплаты труда, низкой привлекательностью отрасли, оттоком сельского населения в городские территории. Так, численность сельских территорий, по данным Росстата, продолжает сокращаться. На январь 2019 г. общая численность населения сократилась на 86 700 чел. (0,05 %); численность сельских жителей сократилась на 105 557 чел. (28 %); при этом численность городского населения выросла на 0,6 %. Тенденция к сокращению численности сельских территорий сохраняется. Так, если в 2001 г. соотношение численности городского и сельского населения было 107,1 к 39,2 млн чел., то в 2018 г. уже 109,3 и 37,6 млн чел. соответственно. На конец 2018 г. численность жителей села составляла лишь 26 % общей численности населения. Сокращается и численность трудоспособного населения — с 18 249 тыс. чел. в 2006 г. до 17 777 в 2017 г. (сокращение 472 тыс. чел.)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Толковый словарь по информационному обществу и новой экономике. — URL : <http://www.вокабула.рф/словари/толковый-словарь-по-информационному-обществу-и-новой-экономике>.

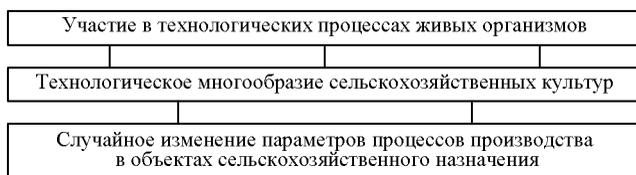
<sup>2</sup> *Oxford Paperback Dictionary and Thesaurus*. — Cambridge : Oxford University Press, 2009.

<sup>3</sup> *Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных исследований рабочей силы)*. 2018 : стат. сб. / Росстат. — М., 2018.

Для сохранения уровня обеспечения населения сельскохозяйственной продукцией необходимо внедрять трудосберегающие технологии. Внедрение цифровых технологий в производство сельскохозяйственной продукции:

- позволит повысить в разы производительность труда, по сравнению с ручным трудом;
- улучшит условия труда, что повлечет за собой снижение уровня профзаболеваемости и травматизма;
- снизит уровень брака и влияние человеческого фактора при производстве продукции как животноводства, так и растениеводства.

Применение цифровых технологий в агропромышленном комплексе характеризуется рядом особенностей (см. рисунок).



Особенности применения цифровых технологий в сельском хозяйстве

Министерством сельского хозяйства Российской Федерации проводилось исследование, каким образом цифровая экономика влияет на снижение затрат в агропромышленном комплексе (см. таблицу).

#### **Влияние цифровой экономики на снижение затрат сельхозтоваропроизводителей, %**

Показатель	До внедрения цифровой экономики	После внедрения цифровой экономики	Темпы прироста
Содержание основных средств	18,3	15,7	-14,20
Посадочный материал	16,2	11,4	-29,63
Нефтепродукты	15,6	10,2	-34,60
Оплата труда	13,2	7,8	-40,90
Удобрения	8,7	4,5	-48,30
Химизация	5,1	3,2	-37,25
Расходы на информационные технологии	0,1	5,0	4 900,00
Прочие расходы	22,8	19,2	-15,79

Таким образом, внедрение информационных технологий в агропромышленный комплекс может привести к снижению затрат не менее чем на 30 %.

От современных сельхозтоваропроизводителей требуется не только обеспечить снижение материальных затрат, но и снизить влияние производственной деятельности на экологическую обстановку. Так, снижение затрат на удобрения позволит снизить себестоимость продукции и одновременно сократить негативное влияние удобрений на атмосферу и окружающую среду. Кроме того, внедрение цифровой экономики позволит снизить материальные затраты, в том числе на оплату труда за счет сокращения численности персонала.

Государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» направлена на решение множества вопросов, один из них — построение инфраструктуры на сельскохозяйственных территориях. Так, в Федеральном законе 2014 г. «О связи» была поставлена задача устранить цифровое неравенство между городскими и сельскими жителями. Несмотря на то, что все большее число жителей РФ изъявляют желание освоить интернет компетенции, остается огромный разрыв между гражданами России и Европы по владению цифровыми навыками отдельными группами населения.

Принятая Программа позволит сельхозтоваропроизводителям:

- снизить издержки по доведению продукции до конечного потребителя;
- повысить урожайность сельскохозяйственных культур и продуктивность животных;
- снизить трудоемкость производственного процесса;
- снизить вредное воздействие на окружающую среду;
- повысить эффективность производства за счет использования научно обоснованных подходов.

К основным направлениям цифровизации АПК можно отнести: цифровизацию производства и продаж; аналитические платформы и Big Data (сбор больших данных, их обработка и использование позволят снизить себестоимость сельхозпродукции и экономить все виды ресурсов); цифровые базы для принятия эффективных решений при производстве продукции в АПК (например, система геоинформационного мониторинга).

Основными барьерами цифровизации АПК, на наш взгляд, являются: недостаточность кадрового обеспечения на всех уровнях (от федерального до отдельного предприятия); отсутствие устойчивого навигационного и сотового сигнала на сельских территориях; отсутствие единой отечественной программной платформы по обмену информацией.

На сегодняшний день необходимо создание цифровых баз с целью оптимизации государственной поддержки отечественных сельхозтоваропроизводителей, а также формирование условий для привлечения инвестиций из различных источников в аграрный сектор экономики.

# ИННОВАЦИОННЫЕ РЫНКИ, ТЕХНОЛОГИИ И ИНСТИТУТЫ — ДРАЙВЕРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ УРАЛЬСКОГО МАКРОРЕГИОНА

---

А. А. Древалев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Позиции компаний Урала в рейтинге инновационных технологических компаний «ТехУспех»

**Аннотация.** Рассмотрена проблема определения инновационных и высокотехнологичных компаний с позиций их отражения в национальном рейтинге быстрорастущих технологических компаний «ТехУспех». Представлен анализ позиций компаний Уральского макрорегиона в рейтинге. Определены отрасли, в которых уральские компании наиболее конкурентоспособны.

**Ключевые слова:** высокотехнологичная компания; инновации; рейтинг; макрорегион Урал; «Национальные чемпионы»; конкурентоспособность.

По прогнозам ВТО, рост объема мировой торговли по итогам 2019 г. составит лишь 1,2 % к уровню 2018 г., что станет худшим аналогичным показателем за последние десять лет<sup>1</sup>. В условиях высоких рисков и общего снижения темпов экономического развития как никогда актуальными являются задачи поиска прорывных технологических и управленческих решений в бизнесе, а также определения приоритетов развития, мониторинга и поддержки перспективных компаний со стороны органов государственной власти. Инновационные компании обладают значительным резервом увеличения конкурентоспособности на существующих рынках благодаря использованию новейших технологий, а также лидерским потенциалом для создания новых рынков инновационной продукции.

В научной литературе не выработаны единые подходы к определению терминов «инновационная компания» и «высокотехнологичная компания» [1, с. 10–13; 2].

Анализ русскоязычных источников показывает, что в позиции многих авторов прослеживается перенос качественных атрибутов высоких технологий, применяемых в производстве продукции, на саму продукцию.

---

<sup>1</sup> ВТО почти вдвое ухудшила прогноз по объему мировой торговли в 2019–2020 гг. — URL : <https://www.kommersant.ru/doc/4110829>.

Компании, производящие и поставляющие товары на рынок высокотехнологичной продукции, в свою очередь, относятся авторами к высокотехнологичным.

Таким образом, для отнесения компании к категории высокотехнологичных принимаются во внимание внутренние факторы — производственные технологии, а также ключевым является фактор рыночной активности компании, присутствия на рынке высокотехнологичных товаров.

Информация об используемых в производстве технологиях зачастую относится к коммерческой тайне, носит комплексный характер и не раскрывается предприятиями в статистической отчетности в той мере, в какой это может быть необходимо для анализа общих тенденций. В этой связи большинство рейтингов высокотехнологичных компаний носят открытый характер, т. е. компании самостоятельно предоставляют информацию для участия.

Данные принципы легли в основу рейтингов инновационных и высокотехнологичных компаний в аналитических исследованиях Boston Consulting Group, Forbes, Thompson Reuters, Deloitte, McKinsey Global Survey и PricewaterhouseCoopers.

Систематические исследования в России проводятся в России с 2012 г. государственным фондом ОАО «Российская венчурная компания» с применением лучших зарубежных практик. По итогам исследований публикуется национальный рейтинг российских быстрорастущих технологических компаний «ТехУспех».

Комплексная методология оценки компаний для включения в рейтинг предусматривает анализ финансовых, производственных и качественных показателей:

- темп роста и объем выручки;
- вывод на рынок новых или значительно улучшенных продуктов (услуг);
- оформление прав интеллектуальной собственности;
- доля затрат на НИОКР и технологические инновации в структуре издержек;
- инвестиции в инновационные проекты, включая сделки по приобретению высокотехнологичного бизнеса.

С 2013 г. в составе рейтинга выделяется перечень инновационных компаний. В связи с различиями в применявшихся методиках до 2017 г. перечень формировался без ранжирования, с 2017 г. высокотехнологичные компании распределяются по местам в рейтинге инновационных компаний.

Рейтинг «ТехУспех» применяется Минэкономразвития России для отбора компаний, которые могут претендовать на государственную

поддержку в рамках приоритетного проекта «Поддержка частных высокотехнологических компаний-лидеров» («Национальные чемпионы»). В этой связи мониторинг вхождения в рейтинг компаний Урала представляется актуальной исследовательской задачей. Участники рейтинга отмечаются как имеющие значительный внутренний потенциал лидерства; также, с учетом государственной поддержки, они могут существенно ускорить развитие, и их значимость для экономического развития региона может кардинально измениться в краткие сроки.

Для решения задач настоящей статьи при определении границ Уральского макрорегиона учитываются в большей степени исторически сложившиеся хозяйственные связи между регионами, а не административно-территориальное деление на федеральные округа либо обсуждаемая классификация экономических регионов Минэкономразвития России. Таким образом, границы Уральского макрорегиона определены максимально широко и включают: Республику Башкортостан, Удмуртскую Республику, Пермский край, Курганскую, Оренбургскую, Свердловскую, Челябинскую области, а также Тюменскую область и Ханты-Мансийский автономный округ — Югра и Ямало-Ненецкий автономный округ.

В таблице представлен перечень инновационных высокотехнологических компаний Уральского макрорегиона, входивших в рейтинг «ТехУспех» в 2016–2018 гг. Перечень ранжирован по позиции компании в рейтинге в 2018 г.

**Позиции компаний Уральского макрорегиона  
в рейтинге инновационных высокотехнологических компаний «ТехУспех»**

Организация, субъект Российской Федерации (сфера деятельности)	Упоминание/ позиция в рейтинге		
	2016	2017	2018
ООО «Инверсия-Сенсор», Пермский край ( <i>электроника и приборостроение</i> )	+	33	29
ООО «Сателлит Инновация», Пермский край ( <i>информационные технологии</i> )	+	60	46
ГК «Беспилотные системы», Удмуртия ( <i>инжиниринг</i> )	–	–	49
ООО «ЭлМетро Групп», Челябинская область ( <i>электроника и приборостроение</i> )	–	–	55
АО «ПФ «СКБ Контур», Свердловская область ( <i>информационные технологии</i> )	+	108	57
ООО НПП «СибБурМаш», Тюменская область ( <i>нефтегазовое оборудование</i> )	–	–	70
ООО НПО «РТС», Челябинская область ( <i>электроника и приборостроение</i> )	–	–	73
ГК Naumen, Свердловская область ( <i>информационные технологии</i> )	–	–	76
ООО «НВП «БашИнком», Башкортостан ( <i>биотехнологии</i> )	–	94	79

## Окончание таблицы

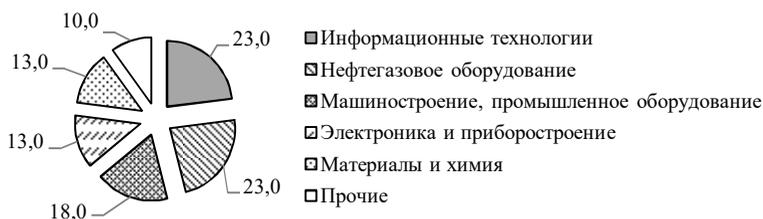
Организация, субъект Российской Федерации (сфера деятельности)	Упоминание/ позиция в рейтинге		
	2016	2017	2018
ООО «НТЦ «Приводная техника», Челябинская область (энергетика)	+	–	85
ЗАО «НПП «Машпром», Свердловская область (машиностроение)	–	–	86
ООО «ДАМАСК», Свердловская область (информационные технологии)	–	–	89
ООО «Ишимбайский специализированный химический завод катализаторов», Башкортостан (материалы и химия)	–	–	90
ООО «Уральский пружинный завод», Челябинская область (машиностроение)	–	–	98
ООО «ТАКСТЕЛЕКОМ» (ГК «Сервис заказа такси „Максим“»), Курганская область (транспортные услуги)	–	–	103
ООО «НПФ „ЭФРИЛ“», Удмуртия (материалы и химия)	–	–	106
ООО «БФГ Групп», Удмуртия (информационные технологии)	–	–	107
ООО «НПФ „Пакер“», Башкортостан (машиностроение, нефтегазовое оборудование)	+	74	112
ООО «ЧелябинскСпецГражданСтрой», Челябинская область (промышленное оборудование)	–	112	116
ГК «ЭЛКАМ», Пермский край (нефтегазовое оборудование)	–	–	123
АО «Ижевский опытно-механический завод», АО «ИОМЗ», Удмуртия (нефтегазовое оборудование)	–	–	124
ООО НПФ «Евродеталь», Удмуртия (промышленное оборудование)	–	102	126
ООО «Русский кварц», Челябинская область (материалы и химия)	–	28	–
ООО «Пермская химическая компания», Пермский край (материалы)	+	34	–
АО «Концерн «Калашников», Удмуртия (машиностроение)	+	40	–
ООО «ИНГЕОСЕРВИС», Тюменская область (информационные технологии)	–	46	–
ЗАО «НОВОМЕТ-ПЕРМЬ», Пермский край (нефтегазовое оборудование)	–	47	–
ГК «Папилон», Челябинская область (информационные технологии)	–	52	–
ООО «НПО «Уфанефтегазмаш», Башкортостан (нефтегазовое оборудование)	+	58	–
ООО «Белфингрупп», Удмуртия (информационные технологии)	–	65	–
ООО «НЕКК», Челябинская область (материалы и химия)	–	91	–
ОАО «Элеконд», Удмуртия (электроника и приборостроение)	–	98	–
Уфимский НТЦ, Башкортостан (нефтегазовое оборудование)	+	99	–
АО «Группа „СВЭЛ“», Свердловская область (промышленное оборудование)	–	103	–
ООО НПФ «МКТ-АСДМ», Челябинская область (нефтегазовое оборудование)	+	–	–
АО «Пермская научно-производственная приборостроительная компания», Пермский край (электроника и приборостроение)	+	–	–
ООО «Дельта Инжиниринг», Свердловская область (нефтегазовое оборудование)	+	–	–
АО «ЭР-Телеком Холдинг», Пермский край (информационные технологии)	+	–	–
Общее число компаний			100 113 129

Примечание. Составлено по: Национальный рейтинг российских быстрорастущих технологических компаний «ТехУспех». 2018. — URL : <http://www.ratingtechcup.ru>.

В перечень вошли 38 уральских компаний. Необходимо отметить, что на основании общего рейтинга Минэкономразвития отбирает от 20–30 до 60 компаний для оказания адресной поддержки. Из 38 уральских компаний лишь четыре входили в рейтинг инновационных компаний три года подряд: ООО «Инверсия-Сенсор», ООО «Сателлит Инновация», АО «ПФ «СКБ Контур», ООО «НПФ «Пакер»; 26 компаний, входили в рейтинг лишь единожды за последние три года.

Наряду с ежегодным увеличением общего числа компаний в рейтинге, можно отметить относительно невысокую долю уральских компаний в общем числе участников рейтинга: 13,0 % в 2016 г. (13 компаний из 100); 16,8 % в 2017 г. (19 из 113); 17,1 % в 2018 г. (22 из 129).

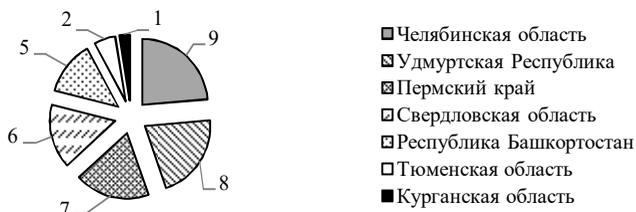
Отраслевая структура достаточно стабильна, не претерпела существенных изменений в рассматриваемом периоде (рис. 1).



**Рис. 1.** Отраслевая принадлежность организаций Урала в рейтинге инновационных компаний «ТехУспех», %

Анализ позволяет выявить рынки высокотехнологичной продукции и услуг, на которых уральские компании наиболее конкурентоспособны. В основном, это внутренние рынки, но вместе с тем значительный экспортный потенциал отмечен в отношении отдельных программных продуктов, высокоточных приборов, радиооборудования, биотехнологий, инновационных материалов. При этом государственной поддержки недостаточно для закрепления на этих рынках. Специфика рынков также диктует необходимость применения инновационных подходов в маркетинге [3].

В региональном разрезе в рассматриваемом трехлетнем периоде среди субъектов РФ Уральского макрорегиона лидирует Челябинская область, представленная девятью предприятиями (рис. 2).



**Рис. 2.** Региональная принадлежность организаций Урала в рейтинге инновационных компаний «ТехУспех», число предприятий

В рейтинг не вошла ни одна компания Оренбургской области, также не представлены организации Ханты-Мансийского автономного округа — Югры и Ямало-Ненецкого автономного округа. Для сравнения: в 2018 г. лидерами рейтинга стали Москва (33 организации) и Санкт-Петербург (17 организаций); ни один другой субъект не представлен более чем шестью компаниями.

В заключение необходимо отметить, что подход организаторов рейтинга и участвующих в проведении исследований организаций наследует существенное ограничение зарубежных практик, выступавших базовыми ориентирами при разработке методики. Заявительный порядок обеспечивает возможность участия в рейтинге лишь заинтересованных фирм. Соответственно, репрезентативность выборки нуждается в дополнительном исследовании. В то же время представляется, что использование рейтинга федеральными органами исполнительной власти как основы проведения отбора компаний для предоставления государственной поддержки должно служить достаточно значимым стимулом для инновационных компаний, чтобы представить релевантную информацию.

### Библиографический список

1. Клинов В. Г. Мировой рынок высокотехнологичной продукции. — М.: Экономика, 2006.
2. Кохно П., Чеботарев С. Тенденции развития высокотехнологичной промышленности // Общество и экономика. — 2015. — №. 4–5.
3. Торгашова А. В. Управление взаимодействием предприятий и организаций при реализации высокотехнологичной продукции // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Сер.: Экономика. — 2013. — № 3.

**Д. Н. Дудин**

Агентство недвижимости «Федерация», г. Екатеринбург;

**Т. Р. Лукашенко**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## **Рынок посреднических услуг в сфере недвижимости как фактор экономического развития территории**

**Аннотация.** Рассматриваются актуальные вопросы развития рынка посреднических услуг в сфере недвижимости. Обоснована необходимость широкого понимания сущности посреднических услуг.

**Ключевые слова:** недвижимость; рынок посреднических услуг; функции риэлтора; риэлторская деятельность.

Рынок посреднических услуг в сфере недвижимости является одним из перспективных рынков. Это обусловлено тесной связью рынка посреднических услуг с рынком недвижимости [2, с. 153], а также тем обстоятельством, что рынок недвижимости актуален во все времена, так как является средством удовлетворения базовых потребностей населения (проживание, престиж, предмет инвестирования и т. д.). Данный рынок выступает одним из компонентов, по которым можно охарактеризовать социально-экономическое развитие территории.

Современный российский рынок посреднических услуг в сфере недвижимости не имеет четких границ. Отсутствие государственного регулирования накладывает свой отпечаток: каждый регион идет по своему пути развития, отношения между игроками рынка выстраиваются бессистемно. Данное обстоятельство делает актуальным исследование процессов функционирования и развития рынка посреднических услуг в сфере недвижимости [3, с. 321].

На сегодняшний день управление процессами рынка посреднических услуг в сфере недвижимости обеспечивается, в основном, механизмом саморегулирования, при этом методы государственного регулирования развиты слабо. Принятое в 1996 г. Положение о лицензировании риэлторской деятельности утратило силу в 2002 г. Предложенный в 2011 г. проект закона о риэлторской деятельности так и не перешел в стадию принятия.

В 2018 г. был подготовлен проект профессионального стандарта «Специалист в сфере недвижимости». Однако до настоящего момента документ не утвержден и сроки вступления в силу не определены.

На данный момент добросовестные управленцы во многом руководствуются подходами и принципами, принятыми в 2002 г. Российской гильдией риэлторов, одной из крупнейших саморегулируемых

организаций в РФ, в документе «Система добровольной сертификации услуг на рынке недвижимости».

В Свердловской области формированием и координацией рынка посреднических услуг в сфере недвижимости с 1995 г. занимается Уральская палата недвижимости (УПН). Она является саморегулируемой организацией по Свердловской области и проводит работу, направленную на поддержание порядка на рынке посреднических услуг, повышение квалификации специалистов, обучение и профессиональную подготовку агентов.

Однако в механизмах саморегулирования имеются некоторые проблемы. Так, в первую очередь стоит отметить то, что многие инструменты, предлагаемые саморегулируемыми организациями, устарели и не отвечают требованиям современных реалий. Есть компании (к примеру, АН «Этажи»), которые не согласны с политикой, проводимой УПН. Речь идет о модели «эксклюзивных договоров», предполагающих по объекту работу только одного агента на принципах исключительных прав.

Механизм саморегулирования не охватывает всего круга вопросов, которые необходимо контролировать. Например, на рынке посреднических услуг существует проблема обилия несуществующих объектов или искусственно созданных объявлений на большинстве рекламных интернет-площадок.

По нашему мнению, государственное регулирование позволило бы избежать спорных ситуаций и сделало бы рынок посреднических услуг более прозрачным и открытым. Законодательное регулирование риэлторской деятельности будет способствовать переходу от стихийного движения к системному, а также предоставит новый инструмент по подбору и подготовке квалифицированных кадров, что в дальнейшем скажется на имидже и престиже профессии риэлтора.

В целом в обществе сохраняется негативное мнение о риэлторах, особенно на рынке аренды жилья. Еще 30 лет назад в нашей стране не существовало практики взаимодействия агента и клиента; знания о посредничестве в сфере недвижимости и проведении сделок были минимальными, тогда как на Западе профессия риэлтора существует более ста лет и уже является неотъемлемой частью рынка недвижимости.

Сложившееся в российском обществе представление о сущности профессии риэлтора не соответствует реальной роли риэлтора на рынке недвижимости. Существует объективная необходимость изменения представлений о профессии; это возможно, если объяснять и показывать реальную выгоду для потребителя. Для коренного сдвига необходима смена одного-двух поколений, но и сейчас посредством грамотной системы обучения в вузах, учета общественного мнения, государ-

ственного регулирования, открытой профессиональной позиции самих агентов можно сделать заметный шаг навстречу более доверительным, взаимовыгодным в экономическом и социальном плане отношениям агента и клиента.

Риэлтор — это не просто посредник в узком, привычном понимании. Агент по недвижимости, анализируя потребности заказчика, подбирает оптимальный вариант, выгодный клиенту. Профессиональные риэлторы постоянно находятся в развитии, много учатся, поэтому от современного специалиста ожидается компетентность во многих вопросах: в вопросах психологии, юриспруденции, финансовых, административных и организационных вопросах. Важнейшей составляющей услуги риэлтора остается экономия ресурсов клиента [1, с. 80; 5, с. 854].

К основным функциям риэлтора целесообразно относить составление грамотной аналитики, маркетинг объектов, продуктивные переговоры и др.

Первостепенная задача риэлтора — определение потребности клиента. Исходя из этого вырабатываются критерии работы с клиентом и критерии отбора объекта недвижимости. Если объект приобретает с коммерческой целью, главным критерием становится ликвидность объекта; при выборе объекта для проживания необходимо определить, какие из предложенных на рынке в максимальной степени удовлетворят потребности клиента с учетом специфики районов, типа застройки и т. д. Данная задача становится выполнимой при наличии необходимого количества информации и проведении качественной аналитики.

Второй по значимости задачей риэлтора является работа в интересах клиента в части установления конечной цены, по которой происходит покупка недвижимости. Данная задача обосновывает экономическую целесообразность риэлтерских услуг. При ее решении необходимо определить риски и преимущества, предотвратив при этом временные и финансовые потери клиента.

Недвижимость всегда будет в приоритете среди основных потребностей людей. Наиболее популярные направления — улучшение жилищных условий и вложение средств. Исследование ВЦИОМ показало, что в 2017 г. 46 % россиян считали лучшим способом сохранения накоплений недвижимость (в 2015 г. — 45 %).

Детальный анализ, который представляет риэлтор своему клиенту, позволяет сделать выбор в пользу того или иного объекта, грамотно инвестировать средства, минимизировав риски. Люди инвестируют в недвижимость, но зачастую не учитывают ликвидность, проходимость места, не обращают внимания на инфраструктуру, специфику района, соглашаются на дешевый косметический ремонт. Людям нужна информация, но качественная, доступная, объективная. В функционал

риэлтора входит подготовка единого проекта по определению рисков и возможностей от вложения в недвижимость.

Одним из основных факторов развития рынка посреднических услуг в сфере недвижимости является информация. Большинство профессионалов, которым дорога их репутация, готовы делиться своими знаниями и опытом, накопленными за время работы на рынке недвижимости. В настоящее время важно выстроить современный, реальный образ специалиста. В качестве средств могут быть использованы социальные сети, рекомендации знакомых, но более важны государственный подход и позиция делового сообщества.

В настоящее время рынок посреднических услуг в сфере недвижимости претерпевает изменения; его состояние, в числе прочего, определяется экономической конъюнктурой — тем, кому не хватает компетенции и знаний, уходят. Важно работать на перспективу, предоставляя клиентам полный спектр качественных услуг [4, с. 267–269], и исключить мотив получения сиюминутной выгоды. Сложившаяся в настоящее время экономическая ситуация способствует развитию рынка посреднических услуг, очищая его от слабых игроков.

Исходя из вышеизложенного считаем, что развитие рынка посреднических услуг в сфере недвижимости, повышение качества данных услуг, правильное понимание функций риэлтора окажет положительное влияние на функционирование рынка недвижимости в целом, увеличит оборотоспособность объектов, повысит экономическую выгоду участников рынка, даст возможность участникам рынка владеть более полной и объективной информацией об объектах сделок. Изменение качественного состава участников рынка посреднических услуг в сфере недвижимости сделает его одним из базисов экономического развития территории.

### **Библиографический список**

1. *Бондаренко А. А.* Свойства посреднических услуг на рынке недвижимости // Новая наука: опыт, традиции, инновации. — 2016. — № 6-1(89).
2. *Грызенова Ю. В.* Развитие посреднических услуг на российском рынке недвижимости // Современные вызовы и реалии экономического развития России : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Ставрополь, 19–21 апреля 2018 г.) / под ред. Л. И. Ушвицкого, А. В. Савцовой. — Ставрополь : Фабула, 2018.
3. *Кулагина Т. А.* Особенности развития рынка риэлторских услуг в России // Человеческий и производственный потенциал российской экономики перед глобальными и локальными вызовами : сб. тр. конф. (Саратов, 30 ноября 2017 г.). — Саратов: КУБиК, 2018.

4. *Ткаченко Д. А.* Проблемы качества предоставления услуг в риэлторских компаниях // *Современные инновации в экономике, технике и обществе* (Королев, 12 марта 2018 г.) : сб. материалов I ежегодной науч. конф. магистрантов Технологического университета. — М. : ООО «Научный консультант», 2018.

5. *Усова Д. С.* Роль риэлтора на рынке недвижимости // *Экономика и социум.* — 2018. — № 1(44).

**Е. В. Ершова, Н. В. Усова**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## **Инновационные виртуальные сервисы как драйверы развития рынка Уральского макрорегиона**

**Аннотация.** На сегодняшний день вовлеченность в виртуальный мир и частота использования смартфонов достаточно высоки. По мнению авторов, одной из наиболее перспективных площадок для развития бизнеса являются распространенные мобильные устройства. В статье рассмотрены два современных виртуальных сервиса, созданных предпринимателями из Екатеринбурга, которые способствуют развитию рынка Урала и России в целом.

**Ключевые слова:** виртуализация общества; услуга; мобильность; онлайн-сервис.

В обществе, в котором медиасфера занимает все больше пространства, формируется новый мир — мир виртуальных, иллюзорных символов, существующий наравне с реальным миром. Такой виртуальный мир становится неотъемлемым элементом жизни общества, частью действительности, а его формирование отражает реальные изменения общества XXI века. Это явление — принципиально новая ступень глобализации общественной жизни, которое принято называть виртуализацией общества.

**Виртуализация общества** — переход различных социальных институтов к использованию технических средств для передачи и обработки информации с целью реализации их основной деятельности<sup>1</sup>.

Развитие виртуальной сферы общества тесно связано с включением все большего числа людей в виртуальный мир. Это естественная закономерность, ведь для формирования и развития устойчивой и эффективной системы необходимо вовлечение всех участников общественной жизни. Виртуальная система становится работоспособной не тогда, когда участники зарегистрировались в интернет-пространстве и стали

---

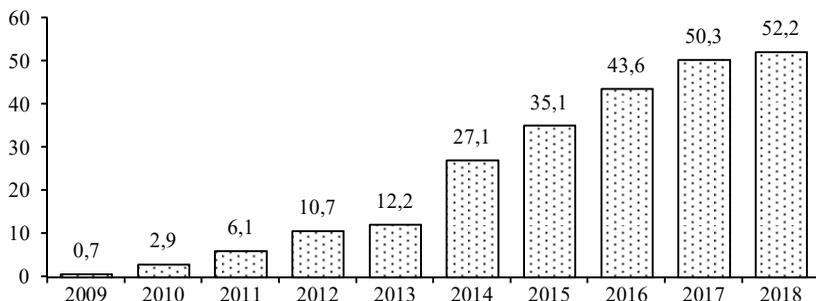
<sup>1</sup> *Глоссарий* (термины и определения) к проекту Концепции развития информационно-коммуникационной инфраструктуры и технологий в Российской Федерации. — URL : <https://digital.gov.ru/ru/documents/3464>.

периодически им пользоваться, а в ситуации, когда все большее их число увеличивают продолжительность и частоту использования системы, что закономерно происходит по мере увеличения потребности в ней. Одним из способов увеличения вовлеченности пользователя является переход от использования стационарных устройств к мобильным. Мобильные устройства имеют ряд преимуществ перед стационарными, которые непосредственно позволили стимулировать расширение виртуальной сети и усилить потребность в ней. К таким преимуществам можно отнести два основных параметра: многофункциональность и мобильность устройств.

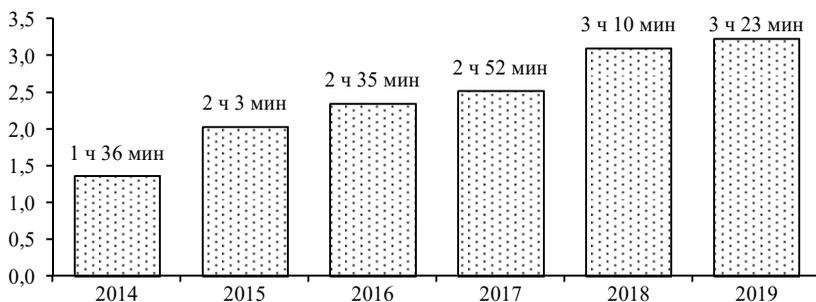
Как правило, к мобильным устройствам для выхода в сети Интернет относят мобильные телефоны и, чаще, смартфоны. Изначально мобильный телефон, в основном, удовлетворял одну потребность — совершать звонки. Позже к его возможностям добавились отправка сообщений, калькулятор, диктофон, фотокамера, записная книжка и др. Несомненно, наличие стольких возможностей в одном маленьком аппарате сделало его выигранным на фоне отдельных инструментов. Что говорить про современный смартфон, который может включать в себя функции кошелька, телевизора, компьютера и других необходимых вещей. Это одна из главных причин развития мобильных устройств и одновременно главная цель развития — повышение возможностей. Благодаря тому, что такое устройство можно брать с собой на улицу, на работу, в школу, оно легко помещается в карман и в любую сумку и может работать на собственном аккумуляторе и использовать беспроводные технологии передачи данных, оно становится буквально незаменимым инструментом. Иными словами, мобильные устройства — наиболее быстро развивающаяся, общедоступная и распространенная площадка, открытая для новых решений и бизнес-идей.

Рассмотрим динамику использования сети Интернет на мобильных устройствах (рис. 1, 2). Очевидно, что возрастает как количество пользователей, так и время, проведенное пользователем в интернете на мобильном устройстве в течение суток. В частности, за период с 2014 по 2018 г. доля мобильного трафика и среднее время, проведенное в Интернете на мобильном устройстве, увеличились практически в два раза и, по данным за 2018 г., составили 52,2 % и 3 ч 14 мин соответственно.

Как было сказано выше, мобильные устройства с возможностью выхода в сеть Интернет — огромное поле для реализации новых идей, а также для развития новых рынков. Для подтверждения этого тезиса мы хотели бы привести два примера развития на территории Уральского макрорегиона новых виртуальных сервисов, представляющих новую, инновационную форму рынка.



**Рис. 1.** Доля мобильного трафика в мире, по данным STATISTA, %



**Рис. 2.** Доля времени, проведенного в интернете на мобильных устройствах по данным STATISTA

Сервис **Гмојі (Джимоджи)** — инновационный маркетинговый инструмент для рассылки подарков корпоративным клиентам, проведения промоакций, работы с системой лояльности и рекламациями<sup>1</sup>. Пользователю предоставляется возможность моментально отправлять подарки в любую социальную сеть или мессенджер, а получатель этого подарка сможет получить реальный подарок в удобном для него месте или заказать доставку.

*Принцип работы* сервиса на практике следующий.

1. Пользователь скачивает и устанавливает официальное приложение, которое может быть доступно в виде вкладки на клавиатуре.
2. Пользователь-отправитель выбирает товар в каталоге и присылает иконку (стикер) подарка получателю через любой удобный сервис (мессенджер, социальную сеть).

<sup>1</sup> Официальный сайт сервиса Гмојі. — URL : <https://gmoji.ru>.

3. Получатель нажимает на иконку и ему предоставляется список мест, где можно получить реальный товар, или предлагается оформить доставку<sup>1</sup>.

*Причины*, по которым сервис развивает рынок:

1) расширение способов обмена товарами и услугами между продавцом и покупателем;

2) возможность отправки подарка из одной точки и получения в другой;

3) все больше продавцов стремятся выставить свои товары и услуги на площадку, появляется новый канал сбыта;

4) все больше потребителей пользуются сервисом ввиду его простоты и удобства;

5) превращение товара в виртуальный продукт снижает расходы на его пересылку и иные операции.

**Сервис CITYLIFE** — ИТ-компания, разработчик и правообладатель программного обеспечения, интеграционных модулей, коалиционной программы лояльности, сайтов и мобильных приложений под брендом CITYLIFE<sup>2</sup>.

Сервис CITYLIFE представляет собой площадку для взаимодействия продавца и покупателя товаров и услуг с возможностью получения кэшбэка.

Компания предлагает три варианта приобретения товаров и услуг<sup>3</sup>:

1) *официальный сайт CITYLIFE* — позволяет совершать онлайн-покупки с кэшбэком, бронировать авиа- и железнодорожные билеты, искать заведения партнеров на карте города и заказывать такси, а также выбрать тариф фирменного сотового оператора получать кэшбэк с оплаты мобильной связи;

2) *мобильное приложение* — клиент получает карту с заведениями города, раздел «Онлайн-покупки» и «Такси», личный кабинет с историей начислений кэшбэка с покупок;

3) *смарт-карта* — клиент получает скидки и кэшбэк в заведениях города, а также возможность оформить проездной CITYLIFE.

Отметим, что, совершая покупки у онлайн-партнеров, владелец карты получает кэшбэк в виде бонусных баллов CL на счет в своем личном кабинете, которые в дальнейшем могут быть использованы при оплате в заведениях партнеров CITYLIFE. Также баллы могут быть использованы при оплате мобильной связи CITYLIFE.

---

<sup>1</sup> *Официальный сайт сервиса Gmoji.* — URL : <https://gmoji.ru>.

<sup>2</sup> *Официальный сайт ИТ-компании CITYLIFE.* — URL : <https://cl.world.ru>.

<sup>3</sup> *Там же.*

Таким образом, CITYLIFE представляет собой площадку для взаимодействия продавца и покупателя товаров и услуг и с возможностью получения кэшбэка в виде виртуальных бонусных баллов CL.

Виртуализация общества и активное внедрение онлайн-площадок для взаимодействия клиента и продавца являются логическим продолжением развития экономики в условиях усиливающейся конкуренции между производителями и уменьшения доли свободного времени у клиента на поиск необходимых товаров и услуг в офлайн-пространстве. Все это выступает в качестве катализаторов развития виртуальных сервисов, направленных как на возможность предоставления дополнительных площадок для взаимодействия покупателя и продавца, так и повышения уровня доступности товаров и услуг для покупателя.

**Е. В. Кислицын, В. В. Городничев**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

### **Исследование уровня властной асимметрии на российском рынке программного обеспечения**

**Аннотация.** В статье раскрываются вопросы исследования отечественного рынка программных продуктов. Для этого был использован структурно-функциональный подход к анализу рыночного неравенства на рынке. Выделены крупнейшие ИТ-компании России, имеющие рыночную власть на рассматриваемом рынке.

**Ключевые слова:** рынок программного обеспечения; властная асимметрия; рыночная власть; программный продукт.

Отечественные производители программного обеспечения получили новый стимул развития в связи с внедрением политики импортозамещения [1]. При этом за последние несколько лет число ИТ-компаний, занимающихся разработкой программного обеспечения, выросло в несколько раз. Кроме того, уровень разработанного программного обеспечения можно оценить как достаточно высокий и сопоставимый с импортными аналогами [5]. Тем не менее темпы роста российского рынка программного обеспечения не удовлетворяют и половины всей потребности бизнеса и власти в обеспечении необходимыми для работы программными продуктами.

Целью данной статьи является анализ властной асимметрии на российском рынке программного обеспечения.

Ведущими участниками рынка выступают компании-разработчики, основным видом деятельности которых является разработка компьютерного программного обеспечения (62.01 по ОКВЭД).

При анализе рынка можно выделить две основные группы потребителей конечного продукта — частные лица и предприятия. Помимо потребителей в качестве смежных организационных полей рынка программного обеспечения можно выделить реселлеров (посредников, распространяющих программное обеспечение) и производителей аппаратного обеспечения (ввиду смежности самих рынков) [2].

По состоянию на конец 2017 г., на российском рынке программного обеспечения функционируют 28 363 предприятия, заняты 39 555 индивидуальных предпринимателей. Для выявления уровня властной асимметрии на исследуемом рынке необходимо определиться с методикой анализа.

В российском научном поле на сегодняшний день лишь единицы исследований посвящены анализу конкурентной среды рынка программного обеспечения. В частности, М. Г. Клевцова и А. А. Кононова выявили низкий уровень концентрации, высокую конкуренцию и преобладание малого и среднего бизнеса на рынке с использованием индексов Херфиндаля — Хиршмана, Джини и Лоренца (по состоянию на 2015 г.) [3]. А. Е. Шаститко и А. А. Курдина посвятили свое исследование эффекту распространения рыночной власти владельцев ключевых мощностей [5]. Однако ни в одном исследовании не предпринята попытка комплексного исследования российского рынка программного обеспечения.

В работе [2], посвященной вышеобозначенной проблеме, использован структурно-функциональный подход к оценке властной асимметрии на рынке. Соблюдая основные концепции подхода, авторы провели анализ как структурной составляющей (размеры фирм, рыночные доли, уровень концентрации), так и функциональной (итоговые показатели деятельности производителей [4] (табл. 1).

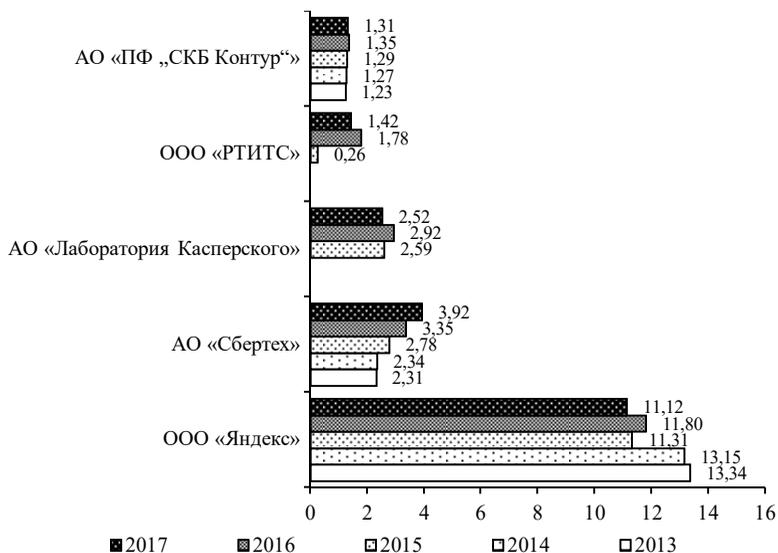
Таблица 1

**Показатели концентрации рынка программного обеспечения  
в 2013–2017 гг.**

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Доля крупнейшей фирмы на рынке ( $CR_1$ ), %	13,34	13,15	11,31	11,80	11,12
Пятидольный индекс концентрации ( $CR_5$ ), %	21,66	22,67	26,34	21,47	20,31
Индекс Херфиндаля — Хиршмана ( $HHI$ )	218,87	214,54	225,33	180,68	165,42
Индекс Холла — Тайдмана ( $HT$ )	0,0013	0,0011	0,0010	0,0008	0,0007

Уровень концентрации на рынке программного обеспечения снизился за последние пять лет на 24,4 %. В частности, индекс Холла — Тайдмана опустился с 0,13 до 0,07 % за пять лет. При этом доля лиди-

рующей компании по объемам производства — ООО «Яндекс» — держится на одном уровне уже несколько лет и составила в 2017 г. 11,12 %. Пятерка крупнейших компаний-разработчиков по года представлена на рисунке.



Динамика долей фирм-лидеров рынка программного обеспечения, %

Несмотря на то, что доля компании-лидера за последние пять лет снизилась (упала на 2,23 %), ее валовая прибыль возросла в 1,65 раза. Такие показатели говорят о том, что развитие рынка программного обеспечения идет высокими темпами. Кроме того, уровень рыночной (монопольной) власти ООО «Яндекс» держится на одном уровне, что показывает индекс Бэйна, равный в 2017 г. 0,279 (табл. 2).

В отличие от компании-лидера другие крупные фирмы имеют очень высокий уровень монопольной власти — АО «Сбертех», АО «Лаборатория Касперского», ООО «РТИТС» и др. В частности, АО «Сбертех» специализируется на разработке банковского программного обеспечения. Прибыль компании последние годы увеличивается и в 2017 г. составила 2,6 млрд р., а доля компании на рынке составила 3,9 %, это вторая строчка рейтинга крупнейших ИТ-компаний России. Наличие рыночной власти у данной компании обусловлено, во-первых, наличием крупнейшего потребителя (ПАО «Сбербанк»), что делает компанию, по сути, монополистом, и, во-вторых, работой в узком сегменте рынка.

Таблица 2

**Показатели рыночной власти и концентрации лидеров рынка российского программного обеспечения  
в 2013–2017 гг.**

Компания	Доля на рынке, %					Индекс Бэйна				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
ООО «Яндекс»	13,34	13,15	11,31	11,80	11,12	0,469	0,278	0,246	0,250	0,279
АО «Сбертех»	2,31	2,64	2,78	3,35	3,92	0,718	0,807	1,253	1,379	1,342
АО «Лаборатория Касперского»	0,00	0,00	2,59	2,92	2,55	Н/д	Н/д	0,987	1,156	1,176
ООО «РТИТС»	0,00	0,00	0,26	1,78	1,42	Н/д	Н/д	-0,750	2,687	1,672
АО «ПФ „СКБ Контур“»	1,23	1,27	1,29	1,35	1,31	0,754	1,257	1,044	0,829	0,990
ООО «Майкрософт рус»	3,27	2,27	1,66	1,63	1,19	4,388	3,851	2,852	1,857	1,705
ООО «Яндекс.Такси»	0,00	0,00	0,03	0,46	1,17	Н/д	Н/д	1,515	1,032	-0,845
АО «Нефтеавтоматика»	0,88	0,74	0,97	1,11	1,09	1,605	1,641	1,869	1,685	2,231
ООО «РВО Групп»	0,00	0,00	0,32	0,21	1,02	-2,960	-0,91	-1,380	-2,680	29,515
ООО «Форс-центр разработки»	1,32	0,98	0,93	0,77	0,87	2,994	13,47	34,21	7,464	5,021
ООО «Люкссофт профешнл»	1,13	1,11	1,01	1,01	0,83	5,583	2,568	2,418	2,635	2,648
ООО «ТехЦентр Дойче банка»	0,00	0,17	0,94	0,99	0,73	Н/д	0,141	0,953	1,075	0,444
ООО «Нетвелл»	0,74	0,99	0,67	0,75	0,70	0,915	0,364	0,625	0,677	1,406
ЗАО «ЦФТ»	1,41	0,86	0,00	0,74	0,64	0,638	0,465	Н/д	0,354	0,264
АО «Айсиэл-КПО ВС»	0,99	0,78	0,48	0,59	0,29	0,619	0,203	0,234	0,178	0,119
ООО «Смартсофт»	0,00	2,77	7,82	0,01	0,00	11,27	Н/д	Н/д	Н/д	Н/д
ООО «ЭИТ»	0,00	1,84	1,83	0,00	0,00	-0,110	-31,200	2,059	Н/д	-0,082
ООО «Орион»	0,88	0,64	0,40	0,00	0,00	0,186	0,085	0,104	1,759	0,418

Являясь крупнейшим ИТ-разработчиком в Уральском макрорегионе, компания АО «ПФ «СКБ-Контур» занимает пятую строчку рейтинга ИТ-фирм России с долей рынка 1,3 %. Уровень рыночной власти СКБ-Контур также очень высок (индекс Бэйна в 2017 г. был равен 0,99), что обусловлено работой компании в корпоративном сегменте в секторе программных решений для малого и среднего бизнеса. Ни одна ИТ-компания на сегодняшний день не предлагает такой же комплексный спектр продуктов для данного сектора.

ООО «Майкрософт Рус» заметно теряет позиции на российском рынке программного обеспечения. Только за последний год компания потеряла 0,4 % доли рынка, хотя уровень ее монопольной власти по-прежнему остается высоким. По естественным причинам потребители продуктов Майкрософт не могут одновременно от них отказаться, хотя политика государства в области импортозамещения только этому и способствует. Кроме того, активная государственная политика стимулирует вхождение российских ИТ-компаний в сектор рынка офисного программного обеспечения, тем самым притесняя полюбившийся пользователям Майкрософт.

Таким образом, несмотря на достаточно низкую концентрацию российского рынка программного обеспечения в целом, многие фирмы обладают достаточно серьезным уровнем рыночной власти, что обусловлено, в первую очередь, их нахождением в разных сегментах рынка. Такие фирмы обладают достаточно сильным влиянием в отношении всех заинтересованных сторон, что могут прямо или косвенно изменять условия институциональных соглашений.

### Библиографический список

1. *Акбердина В. В.* Трансформация промышленного комплекса России в условиях цифровизации экономики // Известия Уральского государственного экономического университета. — 2018. — Т. 19, № 3.
2. *Кислицын Е. В.* Исследование рынка программных продуктов в России // Мир экономики и управления. — 2019. — Т. 19, № 2.
3. *Клевцова М. Г., Кононов А. А.* Динамика развития малого и среднего предпринимательства в России на основе показателей концентрации рынков // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. — 2017. — № 1-1.
4. *Орехова С. В., Кислицын Е. В.* Уровень властной асимметрии и экономический рост отраслевых промышленных рынков: теоретический и эмпирический анализ // Известия Уральского государственного экономического университета. — 2018. — Т. 19, № 4.
5. *Соложенцев Е. Д.* Цифровое управление государством и экономикой // Актуальные проблемы экономики и управления. — 2018. — № 1(17).

**К. В. Кондратьева**  
Лысьвенский филиал Пермского национального исследовательского  
политехнического университета, г. Лысьва

## **Экономические предпосылки инновационного развития промышленности Пермского края**

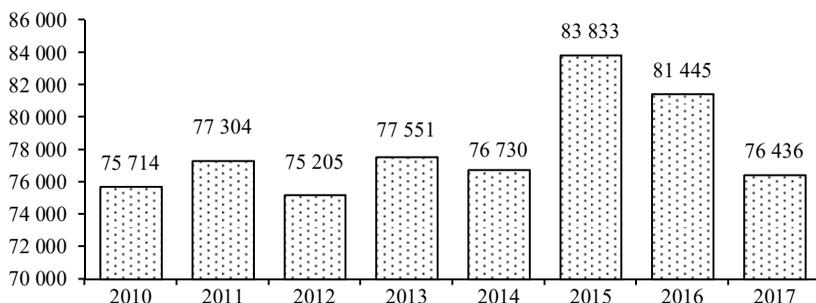
**Аннотация.** Пермский край — один из старопромышленных регионов России. Отставание развития периферии от центра субъекта является существенной проблемой на пути инновационного развития края. В статье рассмотрены предпосылки развития промышленности с учетом тенденций, выявленных в производстве за последние годы.

**Ключевые слова:** Пермский край; промышленность; старопромышленные территории; инновационное развитие; модернизация.

Состояние и развитие промышленности сегодня зачастую определяется сложившимися тенденциями развития регионов. Пермский край — это один из старопромышленных регионов России, который продолжает традиции промышленного производства, заложенные на предприятиях с многовековой историей, но в то же время стремится к инновационному развитию. Данная статья является попыткой проанализировать текущее состояние промышленности в крае, а также определить перспективы.

Под старопромышленным регионом понимается «территория субъекта Российской Федерации, на которой исторически сложилась концентрация индустриальных отраслей, располагающая потенциалом для увеличения производства наукоемкой продукции, путем инновационной трансформации своего производственного комплекса в рамках совершенствования экономических отношений» [2]. Несмотря на обилие проблем (демографических, социальных, экологических и т. д.), существующих в таких регионах, территории Пермского края развиваются, о чем свидетельствуют статистические данные. Однако по-прежнему значимой проблемой, требующей решения, остается избыток производственных мощностей с высокой степенью износа на крупных и средних предприятиях, использование устаревших технологий. Эти и иные факторы в совокупности могут приводить к банкротству хозяйствующих субъектов.

На рис. 1, на котором представлена динамика общей численности предприятий Пермского края с 2010 по 2017 г., с 2015 г. четко прослеживается отрицательная тенденция изменения численности предприятий, а именно: за последний период число предприятий сократилось на 5009.



**Рис. 1.** Число предприятий и организаций в Пермском крае (на конец каждого года)

Следует отметить, что, несмотря на снижение количества предприятий, динамика ВРП Пермского края за последние годы положительная. С 2010 г. отмечается стабильный рост данного показателя (см. таблицу).

**Валовой региональный продукт по Пермскому краю  
(валовая добавленная стоимость в текущих основных ценах), млн р.**

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ВРП, всего	623 116,8	840 101,1	860 342,7	880 264,4	974 192,9	1 063 780,3	1 091 268,7
ВРП на душу населения	235 930,6	319 149,5	326 782,7	334 027,2	369 489,3	403 601,4	414 418,5

*Примечание.* Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018 : стат. сб. / Росстат. — М., 2018.

Однако для понимания роли анализируемого региона в национальной экономике необходимо рассмотреть и отраслевую структуру промышленности края (рис. 2).

В структуре ВРП Пермского края в 2016 г. основанными видами экономической деятельности с высокой долей в общем объеме выпуска стали: обрабатывающие производства — 31,8 %; добыча полезных ископаемых — 16,9 %; оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств и пр. — 11,8 %.

По объемам отгруженных товаров собственного производства, выполненных собственными силами работ и услуг по добыче полезных ископаемых Пермский край занимает 12-е место в России (в федеральном округе — 3); по обрабатывающим производствам — 11 (5); по обеспечению электрической энергией, газом и паром, кондиционированию воздуха — 11 (3); по водоснабжению, водоотведению, организа-

ции сбора и утилизации отходов, деятельности по ликвидации загрязнений — 12 (4) соответственно<sup>1</sup>.



**Рис. 2.** Отраслевая структура валовой добавленной стоимости в 2016 г. в Пермском крае в текущих основных ценах<sup>2</sup>, % к итогу

Несмотря на высокую долю продукции обрабатывающих производств в структуре ВРП, следует отметить, что по абсолютному количеству эти предприятия (5 484 предприятия) занимают лишь 5-е место в крае (рис. 3).

Ведущее место здесь принадлежит торговым предприятиям, которых в крае насчитывается 22 808; на втором месте — предприятия строительной сферы (9 066), на третьем — занимающиеся недвижимостью (7 674 предприятия).

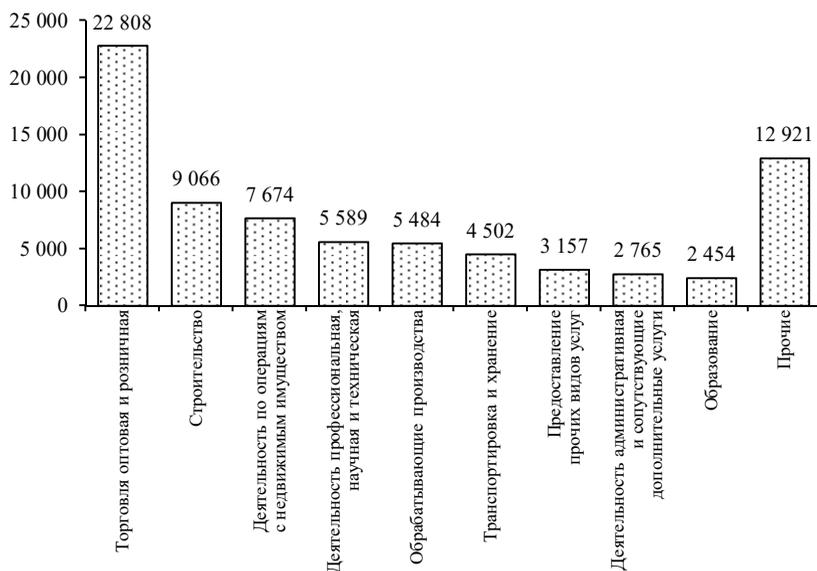
Необходимо понять, как можно сохранить производства, обеспечивающие 31,8 % ВРП края, учитывая тенденцию сокращения их количества. Например, в 2016 г. по сравнению с 2017 г. количество обрабатывающих предприятий сократилось на 840 (с 6 324 до 5 484). Если такая динамика сохранится, то ВРП региона начнет снижаться.

Обрабатывающие отрасли промышленности Пермского края, которым принадлежит ведущая роль в формировании ВРП, являются ка-

<sup>1</sup> Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018 : стат. сб. / Росстат. — М., 2018.

<sup>2</sup> Там же.

питалоемкими, фондоемкими и требуют дополнительных затрат для модернизации производств.



**Рис. 3.** Распределение предприятий Пермского края по видам деятельности в 2017 г., количество предприятий<sup>1</sup>

Переход промышленности Пермского края на инновационный путь развития должен быть постепенным. Весь регион характеризуется как старопромышленный, центром деловой активности является город Пермь, а все остальные территории ощущают сильное отставание [3]. Это происходит потому, что в краевом центре сосредоточено большое количество предприятий, в то время как в небольших городах в пределах края часто расположено только одно градообразующее предприятие, влияющее на уровень жизни на данной территории. С учетом сокращения количества предприятий диспропорции в территориальном развитии только нарастают, порождая экономическое и социальное неравенство предприятий и населения. Отдельные старопромышленные территории края должны поддерживаться в первую очередь, что обеспечивает сглаживание указанных диспропорций и повышение уровня жиз-

<sup>1</sup> Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018 : стат. сб. / Росстат. — М., 2018.

ни на периферии [1]. Предприятия с вековой историей, расположенные в малых городах (например, Лысьва, Чусовой, Горнозаводск и др.), нуждаются в поддержке центра в силу затяжного кризиса, выход из которого возможен только при определенных усилиях. Соответственно, нужно будет сосредоточить внимание на устранении ряда проблем, замедляющих их восстановление, и, тем более, инновационное развитие.

Подводя итог вышеизложенному, выделим основные предпосылки инновационного развития старопромышленных территорий края:

— потребность в достаточном объеме финансовых ресурсов для развития обуславливает необходимость снижения налоговых ставок;

— снижение процентных ставок по коммерческим кредитам будет способствовать росту их привлекательности как одного из способов самостоятельного развития бизнеса собственниками предприятий;

— высокая доля устаревшего и изношенного оборудования требует составления плана модернизации старопромышленных территорий [3];

— модернизация продукции, выпускаемой предприятиями, будет способствовать усилению конкурентоспособности на рынках других стран, увеличению количества заказов и усилению инвестиционной привлекательности территорий края;

— повышение расходов на НИОКР и освоение новых технологий невозможно при использовании только собственных средств предприятий, без федеральной и региональной поддержки.

Ситуация, сложившаяся в настоящее время на глобальном уровне, конечно, не способствует развитию индустриального сектора экономики России. Однако в силу того, что на старопромышленных территориях Пермского края сконцентрированы разные отрасли промышленности, развитие таких территорий является неременным условием развития края в целом. Кроме того, если не поддерживать эти территории, то впоследствии очевидными станут снижение объемов промышленного производства в крае, уменьшение поступлений от налогов, падение реальных доходов населения и рост безработицы.

### Библиографический список

1. Букина Т. В. Специфика экономического развития старопромышленного региона (на примере Пермского края) // *Ars Administrandi*. — 2011. — № 2.

2. Глонти К. М. Старопромышленные регионы: проблемы и перспективы развития. Проблемы федерализма // *Регионология*. — 2008. — № 4. — URL : <http://regionsar.ru/node/197?page=0,2>.

3. Ускова Т. В., Лукин Е. В., Мельников А. Е. Организация и факторы новой индустриализации // *Экономист*. — 2016. — № 11.

## Применение пермеата ультрафильтрации творожной сыворотки в хлебопекарной промышленности Уральского макрорегиона

**Аннотация.** В статье представлены статистические данные по обороту розничной торговли хлебом и хлебобулочными изделиями от общего количества продуктов питания по итогам 2018 г. Описаны особенности рынка хлеба и хлебобулочных изделий Свердловской области и определены способы его развития. Охарактеризована ценность вторичного сырья — молочной сыворотки. Доказывается актуальность применения ее пермеата ультрафильтрации при производстве хлебобулочных изделий. Представлена технологическая схема их производства. Обоснована целесообразность и описан способ переработки молочной сыворотки в три этапа: микрофильтрация (МФ) — ультрафильтрация (УФ) — обратный осмос (ОО). Приведены средние показатели содержания основных компонентов в исходной творожной сыворотке, концентрате УФ и пермеате УФ.

**Ключевые слова:** творожная сыворотка; хлебопекарная промышленность; тесто; мембранные методы; ультрафильтрация; керамические мембраны; пермеат УФ.

Хлебопекарная промышленность является важной промышленной отраслью Российской Федерации. Оборот розничной торговли хлебом и хлебобулочными изделиями, по данным Федеральной службы государственной статистики, в фактически действовавших ценах от общего количества продуктов питания по итогам 2018 г. составлял 37,9 %<sup>1</sup>. Однако, согласно маркетинговым исследованиям, проведенным компанией NeoAnalytics, в 2016–2018 гг. на рынке хлебобулочных изделий наблюдалась стагнация их потребления.

Рынок хлеба и хлебобулочных изделий в Свердловской области на сегодняшний день представлен порядка 30 крупными и средними предприятиями и около 200 микропредприятиями согласно базе данных СПАРК-интерфакс и занимает третье место по объемам производства в России, уступая только Москве и Санкт-Петербургу. По итогам 2018 г. на рынке хлебобулочных изделий Свердловской области наблюдается тенденция сокращения объемов производства, которая связана с изменением предпочтений потребителей. Дальнейшее развитие данного рынка возможно обеспечить за счет проведения комплексной модернизации, использования современных ресурсосберегающих технологий, профессионального менеджмента, правильно выбранной маркетинговой стратегии, расширения ассортимента и производства новых, сбалансированных по пищевой ценности сортов хлеба и хлебобулочных изделий<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Федеральная служба государственной статистики. — URL : <https://www.gks.ru>.

<sup>2</sup> Анализ российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий: итоги 2018 г., прогноз до 2021 г. — URL : <https://marketing.rbc.ru/articles/10934>.

Одной из главных задач «Основ государственной политики Российской Федерации в области здорового питания населения на период до 2020 г.» являются развитие производства пищевых продуктов, обогащенных незаменимыми компонентами, а также разработка и внедрение в сельское хозяйство и пищевую промышленность инновационных технологий. Среди принципов, на которых базируется Государственная политика в области экологии, следует выделить предотвращение негативных экологических последствий ведения хозяйственной деятельности.

Все вышеизложенное свидетельствует о целесообразности переработки вторичных сырьевых ресурсов для последующего их включения в производственный цикл изготовления хлеба и хлебобулочных изделий, обогащенных незаменимыми компонентами.

На предприятиях Свердловской области по производству сыров и творога в больших количествах образуется вторичный сырьевой ресурс — *молочная сыворотка*, которая утилизируется посредством ее очистки и сброса в сточные воды, что наносит вред окружающей среде, требует значительных затрат на очистку и не позволяет предприятиям-изготовителям полностью использовать имеющиеся ресурсы. Необходимо отметить, что молочная сыворотка является источником ценных для организма человека компонентов.

В хлебопекарном производстве молочная сыворотка находит применение уже давно. К примеру, при производстве теста опарным способом, для повышения бродильной активности интенсификации микробиологических, коллоидных и биохимических процессов, происходящих при созревании теста, ею заменяют часть воды, используемой при приготовлении опары, а при производстве хлебобулочных изделий ускоренным способом ее добавляют в момент производства полуфабриката для увеличения объема тестовых заготовок. Вне зависимости от способа производства хлебобулочных изделий молочная сыворотка оказывает положительное влияние на свойства клейковины и реологию теста, а также на питательные свойства готового продукта. Лактоза, содержащаяся в молочной сыворотке, оказывает положительное влияние на бродильный процесс и способствует хорошему окрашиванию поверхности корки хлебобулочного изделия [2; 5].

Молочная сыворотка относится к скоропортящимся продуктам и должна быть переработана в течение 72 ч. В то же время в молочной сыворотке содержатся ценные для организма человека компоненты — белок, лактоза, жир, аминокислоты и минеральные вещества. Существует достаточно много методов переработки молочной сыворотки, но наиболее перспективным способом переработки можно считать мембранные методы, а именно ультрафильтрацию. Процесс ультрафильтрации позволяет перерабатывать творожную сыворотку без темпера-

турного воздействия, благодаря чему все ценные компоненты творожной сыворотки сохраняются в нативном состоянии.

С целью включения в технологию производства хлебобулочных изделий лактозы и увеличения ее количества в сыворотке была разработана технологическая схема переработки творожной сыворотки в три этапа: микрофильтрация (МФ) — ультрафильтрация (УФ) — обратный осмос (ОО).

*На первом этапе* творожная сыворотка подается на микрофильтрационную установку, позволяющую заменить стадию пастеризации при применении традиционной технологии. Преимуществом данного метода является отсутствие теплового воздействия на продукт. После проведения процесса исходная творожная сыворотка разделяется на два потока: концентрат — творожная сыворотка с микроорганизмами и пермеат — очищенная от микроорганизмов творожная сыворотка.

*На втором этапе* пермеат МФ подается на установку ультрафильтрации, которая позволяет разделить пермеат МФ на два потока и сконцентрировать высокомолекулярные компоненты — белок и жир и отделить низкомолекулярные — лактозу. На данном этапе предлагается применять керамические мембраны КУФЭ (0,01) или близкие по характеристикам аналоги, позволяющие разделять творожную сыворотку без предварительной подготовки с достижением селективности  $0,96 \pm 0,05$  и средней проницаемости  $70 \text{ л/м}^2 \cdot \text{ч}$ . Керамические мембраны обладают большим в 3–5 раз сроком эксплуатации по сравнению с полимерными мембранами. Так, керамические элементы целесообразны как для малых объемов производства, так и для больших. Также данные мембраны значительно дешевле импортных аналогов, что позволяет сократить затраты и использовать отечественное оборудование.

Определено среднее содержание основных компонентов в исходной творожной сыворотке производства К(Ф)Х А. В Аникьева (Полевской), концентрате и пермеате УФ (см. таблицу). Как видим, пермеат УФ содержит около 4,5 % лактозы, практически не содержит белки и жиры [4].

*На третьем этапе* водный раствор лактозы (пермеат УФ) подается на обратноосмотическую установку с последующим получением лактозы. В процессе обратного осмоса пермеат УФ также разделяется на два потока — концентрированный раствор лактозы и техническая вода.

Образовавшийся в процессе УФ сывороточный концентрат предлагается подавать на вакуум-выпарной аппарат, а затем сгущенный сывороточный концентрат — на распылительную сушилку, с последующим получением концентрата сывороточных белков.

**Среднее содержание основных компонентов  
в исходной творожной сыворотке производства К(Ф)Х Аникьева А. В.  
и продуктах после ультрафильтрации**

Показатель	Содержание веществ		
	в исходной творожной сыворотке	в концентрате УФ	в пермеате УФ
Белок, %	0,9 ± 0,15	8,5 ± 0,15	0,01 ± 0,15
Лактоза, %	4,3 ± 0,02	4,70 ± 0,02	4,45 ± 0,02
Жир, %	0,4 ± 0,05	3,40 ± 0,05	Не обнаружено
Минеральные вещества, %	0,7 ± 0,05	2,10 ± 0,05	0,45 ± 0,05
СВ, %	6,3 ± 0,42	18,7 ± 0,42	4,91 ± 0,42
Кислотность, °T	70	65	47

Внедрение на молочных предприятиях подобной технологической схемы переработки молочной сыворотки позволит организовать безотходное производство. Использование пермеата УФ при производстве хлеба и хлебобулочных изделий является экономически целесообразным, так как он способен заменить более дорогостоящие ингредиенты (мальтодекстрин, декстрозу). Применение пермеата УФ в хлебопекарной промышленности позволяет производить продукты, схожие по органолептическим и физико-химическим показателям с продуктами с обезжиренным молоком, и обеспечить развитие рынка хлеба и хлебобулочных изделий [1; 3].

### Библиографический список

1. Буянова Е. В., Ромадина Ю. А., Волкова А. В. Применение сыворотки молочной при производстве хлеба из муки пшеничной хлебопекарной второго сорта // Успехи современной науки и образования. — 2015. — № 3.
2. Гришина Е. С., Гаврилова Н. Б., Коновалов С. А. Производство хлебобулочных изделий с применением молочных продуктов (обзор литературы) // Вестник Омского государственного аграрного университета. — 2014. — № 1(16).
3. Крюкова Е. В. Разработка рецептуры хлеба с применением молочной сыворотки // Пища. Экология. Качество : тр. XIII Междунар. науч.-практ. конф. (Красноярск, 18–19 марта 2016 г.). — Красноярск : КГАУ, 2016.
4. Лазарев В. А., Титова Т. А. Мембранное концентрирование аминокислот молочной сыворотки // Продовольственный рынок: состояние, перспективы, угрозы : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 18–19 ноября 2015 г.). — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015.
5. Щетинин М. П., Дорозова А. С. Производство и переработка молочной сыворотки в России и Алтайском крае // Ползуновский вестник. — 2015. — № 4-4.

**А. Д. Мурукина**  
Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург

## **Диверсификация предприятий оборонно-промышленного комплекса как драйвер экономического развития Уральского федерального округа**

**Аннотация.** Диверсификация предприятий оборонно-промышленного комплекса - важная и перспективная задача, с решением которой связано будущее предприятий оборонно-промышленного комплекса, осуществление импортозамещения, наращивание высокотехнологичного экспорта. Развитие отечественной гражданской продукции и повышение ее конкурентоспособности призваны способствовать экономическому развитию Уральского федерального округа, укреплению экономической устойчивости предприятий ОПК в условиях снижения гособоронзаказа.

**Ключевые слова:** диверсификация; предприятия ОПК; драйвер развития; доля гражданской продукции; меры поддержки.

В структуре экономики Уральского федерального округа ведущее место занимает промышленное производство. На Урале его концентрация в четыре раза выше, чем в среднем по России<sup>1</sup>.

Весомый вклад в региональный валовой внутренний продукт вносят предприятия оборонно-промышленного комплекса (ОПК), являющиеся драйверами экономического развития Уральского федерального округа (УрФО).

В декабре 2016 г. перед военно-промышленным комплексом Президентом РФ была поставлена задача диверсификации. В условиях снижения гособоронзаказа к 2030 г. доля гражданской продукции в общем выпуске должна составлять не менее 50 %<sup>2</sup>. При этом высвобождение производственных мощностей и персонала, задействованных в выполнении гособоронзаказа, не должно привести к росту безработицы в регионе, падению объемов производства, снижению налоговых отчислений и другим негативным социально-экономическим последствиям.

Оборонно-промышленный комплекс должен обеспечить стабильное развитие промышленности, рост производительности труда, сохранение и развитие технологического потенциала, выполнение программ

---

<sup>1</sup> *Стратегия* социально-экономического развития Уральского федерального округа на период до 2020 г., утв. распоряжением Правительства РФ от 6 октября 2011 г. № 1757-р.

<sup>2</sup> *Послание* Президента Федеральному Собранию от 1 декабря 2016 г. — URL : <http://kremlin.ru/events/president/news/53379>.

импортозамещения высокотехнологичной продукции и наращивания экспорта. В связи с этим, с одной стороны, диверсификация является серьезным вызовом для многих военных предприятий, требующим развития непрофильных компетенций, необходимых для работы на уже устоявшихся рынках с жесткой конкурентной средой. С другой стороны, диверсификация, требующая освоения новых видов продукции, может стать фактором инновационного развития отрасли и открыть новые продуктовые и технологические ниши для предприятий Уральского округа.

Проведенное в 2017–2018 гг. исследование показателей и перспектив производства гражданской продукции предприятиями ОПК<sup>1</sup>, подтвержденное научными исследованиями [1; 3; 4], позволило выделить четыре основные группы проблем развития высокотехнологичной продукции гражданского назначения, характерных для предприятий ОПК УрФО:

1) *маркетинг*. Одной из основных проблем диверсификации для предприятий является определение перспективного вида гражданской продукции для производства. В условиях конкуренции невозможно ориентироваться только на функциональное и конструктивно-технологическое сходство непрофильной продукции с военными изделиями. Корпорации, взявшие на себя функции интеграторов, распределяют сферы хозяйствования между предприятиями, что требует значительных временных затрат, при этом приоритетными интересами будут являться интересы корпоративные. Тем не менее ответственность за маркетинговую стратегию лежит на руководителе предприятия, как и ответственность за обеспечение необходимых потребительских свойств продукции в рамках целевой себестоимости;

2) *постановка изделия на производство*. Динамичность гражданских рынков характеризуется постоянным изменением потребительских предпочтений, технологий, уровня конкуренции и т. д. Длительный срок разработки и постановки изделия на производство приводит к тому, что вчерашний продукт выводится на завтрашние рынки. Необходимо принципиально менять процесс разработки изделий, включая в него будущих потребителей и обеспечивая верификацию результатов на каждом этапе — начиная с формирования технического задания и заканчивая тестированием готового изделия;

3) *технология и организация производства*. Их отработка содержит много вопросов, связанных с техникой и технологией, а также

---

<sup>1</sup> Научно-прикладная работа «Исследование показателей и перспектив производства продукции гражданского назначения предприятиями ОПК УрФО». — URL : <https://inmt.urfu.ru/ru/issledovanie-opk-urfu>.

с организацией труда и производства. Необходимо обеспечить не только гибкость производства непрофильной продукции, но и достичь конкурентоспособности по ее качеству и цене;

4) *продажи и сервис*. Отсутствие постоянного взаимодействия с потребителями продукции и механизмов отработки претензий. При этом, как стоит отметить, иногда стоимость жизненного цикла изделия отечественного производства оказывается ниже, чем у зарубежных конкурентов, при более высокой стартовой стоимости приобретения.

Обозначим ряд основных условий, задач и возможных решений проблем диверсификации.

### **1. Организационное обеспечение процессов диверсификации.**

Для успешного осуществления диверсификации необходима налаженная результативная работа государства и военных предприятий по всем возникающим вопросам о существующих программах и мерах поддержки как на региональном, так и на федеральном уровне. В свою очередь, главная задача предприятий ОПК состоит в своевременном использовании предоставленных возможностей. Основным фактором будет являться эффективность работы существующих и создание новых региональных институтов поддержки.

### **2. Информационное обеспечение процессов диверсификации.**

Необходимо создание единой региональной платформы для диверсифицируемых предприятий, содержащей информацию о всех существующих мерах поддержки и условиях ее предоставления. Не менее важным фактором является оперативное обеспечение предприятий военно-промышленного комплекса актуальной статистической информацией для проведения исследования открытых рынков и принятия обоснованного решения по производству того или иного вида продукции, определению потребности рынков в данной продукции.

### **3. Финансовое обеспечение процессов диверсификации.**

Диверсифицируемые предприятия ОПК неизбежно столкнутся с конкурентной средой. Конкуренты быстро перенимают решения и разрабатывают новые идеи, и, следовательно, инновационная деятельность на предприятии должна представлять собой непрерывный и планомерный процесс. Требуются значительные финансовые вложения. Существует множество рынков, на которых доля зарубежной продукции составляет от 80–100 %. Покупателям необходимо предложить не только более качественную и технологичную технику, но и выгодные условия ее приобретения — это может быть, как предоставление рассрочки, так и льготного кредита. Одним из примеров поддержки отечественных производителей является предоставление субсидий на возмещение за-

трат на производство и реализацию продукции, когда субсидия предоставляется производителю в процентном размере от цены изделия.

С 2016 г. Министерством промышленности и торговли РФ и Правительством РФ формируется инструментарий поддержки проектов по диверсификации [2]. Ключевые федеральные институты поддержки диверсификации представлены на рисунке.



#### Институты поддержки диверсификации

Ниже приведены основные федеральные и региональные институты и меры поддержки (см. таблицу).

#### Институты и меры поддержки диверсификации предприятий ОПК федерального и регионального уровня

Направление поддержки	Уровень поддержки	
	федеральный	региональный
Организационное	АНО «Агентство по технологическому развитию»	
Информационное	Минпромторг России. ГИСП. НПО «Конверсия»	
Финансовое	ФРП (на сегодняшний день, общее количество проектов, профинансированных фондом составило 493 проекта на общую сумму 107,3 млрд р. <sup>1)</sup> . СПИК (в 2017 г. для реализации проектов по выпуску гражданской продукции на оборонных предприятиях Урала было привлечено более 1,5 млрд р. из федерального бюджета <sup>3)</sup> )	ФТРП СО (за 2017–2018 гг. было профинансировано 7 проектов на сумму 487 688 млн р., из которых региональная часть составила 146 306 млн р. <sup>2)</sup> )

Направление поддержки	Уровень поддержки	
	федеральный	региональный
	Внешэкономбанк. Российский экспортный центр (РЭЦ). Субсидии из федерального бюджета	Субсидии из регионального бюджета

Примечание.

<sup>1)</sup> Фонд развития промышленности. — URL : <https://frprf.ru>.

<sup>2)</sup> Фонд технологического развития промышленности Свердловской области. — URL : <http://frpso.ru>.

<sup>3)</sup> Свердловский областной Союз промышленников и предпринимателей. — URL : <http://sospp.ru>.

Диверсификация производства оборонно-промышленного комплекса может оказать существенное влияние на экономическое развитие Уральского федерального округа. Развитие промышленного комплекса, расширение выпуска высокотехнологичной продукции являются составной частью программы «Пятилетка развития», входят важнейшим приоритетом в «Стратегию развития Уральского региона до 2030 г.»<sup>1</sup>. Во многом успех диверсификации предприятий ОПК Уральского федерального округа будет определяться эффективностью организационной, информационно-методической и финансовой поддержки государства на региональном уровне.

### Библиографический список

1. *Диверсификация ОПК: как побеждать на гражданских рынках* : доклад Экспертного совета Председателя коллегии Военно-промышленной комиссии РФ (подготовлен для V Междунар. форума технологического развития «Технопром») / авт. кол. : С. Д. Розмирович, Е. В. Манченко, А. Г. Механик и др. — Новосибирск, 2017. — URL : <http://www.instrategy.ru/pdf/367.pdf>.

2. Мурукина А. Д., Типнер Л. М. Актуальные проблемы и мониторинг реализации факторов успеха конверсии // Вопросы инновационной экономики. — 2019. — Т. 9, № 1.

3. Рылов В. П., Удалов В. П. О теоретических и прагматических аспектах диверсификации производства конверсируемых предприятий машиностроения с позиции системно-ситуационного подхода // Омский научный вестник. — 2010. — № 6(92).

---

<sup>1</sup> Свердловский областной Союз промышленников и предпринимателей. — URL : <http://sospp.ru>.

4. Санникова К. А., Маликова Д. М. Вопросы диверсификации производства гражданской продукции на предприятиях ОПК // Социально-экономическое управление: теория и практика. — 2018. — № 1(32).

**Ю. Д. Рахмангулова**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## **Проблемы управления проектами на региональном уровне (на примере Свердловской области)**

**Аннотация.** Проектное управление в регионах России находится в стадии активного развития, однако нередко его нельзя назвать эффективным. Статья посвящена исследованию проблем и особенностей проектного управления в Свердловской области. Дана оценка уровня зрелости проектного управления. Сформулированы основные проблемы развития проектного управления, выделены зоны роста. Предложены пути усовершенствования проектного управления.

**Ключевые слова:** управление проектами; проектное управление; Свердловская область.

Проектное управление на региональном уровне в России существует недавно. Соответственно, его функционирование требует немалого количества корректировок и доработок.

На федеральном и региональном уровнях уже создано много специализированных проектных структур, таких как проектные офисы, комитеты, департаменты, однако их деятельность не всегда эффективна и оптимизирована.

В связи с тем, что Правительством РФ было издано постановление «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации» актуальность данной проблемы значительно приумножилась.

Необходимо отметить, что на данный момент уровень развития проектного управления в разных регионах значительно различается.

Л. А. Раменская предлагает типологию развития проектного управления в регионах России, основанную на общности характеристик регионов одного уровня<sup>1</sup>. По данной типологии уровень проектного управления делится на следующие категории:

1) *регионы* — «лидеры», имеющие успешный опыт внедрения проектного управления;

2) *регионы с высоким уровнем развития проектного управления*: регионы, имеющие успешный опыт развития отдельных элементов си-

---

<sup>1</sup> Раменская Л. А. Особенности проектного управления в органах государственной власти на региональном уровне // Фундаментальные исследования. — 2018. — № 1.

стемы проектного управления, пилотные площадки второго уровня, а также регионы, опыт которых признан в числе лучших на федеральном уровне;

3) *регионы-последователи* — регионы, которые развивают проектное управление в соответствии с Положением № 1050.

По результатам анализа «Предварительных итогов оценки Индекса проектной деятельности по регионам» можно сделать вывод о том, что развитие проектного управления в регионах происходит крайне неравномерно<sup>1</sup>. Лидирующую позицию занимает Белгородская область. Основная методологическая база Белгородской области была разработана в 2010–2014 гг.<sup>2</sup>, большая часть государственных служащих участвует в проектной деятельности.

Свердловская область является регионом-последователем, занимает лишь пятое место по одному элементу Индекса — «Управление проектами». Нормативно-правовой основой проектной деятельности служит указ губернатора Свердловской области от 14 февраля 2017 г. № 84-УГ «Об организации проектной деятельности в Правительстве Свердловской области и исполнительных органах государственной власти Свердловской области».

По нашему мнению, к основным проблемам проектного управления на региональном уровне можно отнести:

— медленное и не всеобъемлющее внедрение проектной деятельности;

— преобладание процессно-ориентированной деятельности над проектной;

— отсутствие новизны у предлагаемых в рамках проектной деятельности мероприятий;

— плохо конкретизированные целевые показатели и формулировки предложенных мероприятий;

— неконкретные формулировки целей проектов;

— недостаточно проанализированные риски;

— трудноизмеримость некоторых критериев эффективности проектного управления.

Важную роль играют и такие параметры, как: правильно разработанная методологическая база; уровень вовлеченности государственных служащих в проектную деятельность; квалификация государствен-

---

<sup>1</sup> *Предварительные итоги оценки Индекса проектной деятельности по регионам.* — URL : <https://pm.center/company/news/predvaritelnye-itogi-otsenki-indekса-proektnoy-deyatelnosti-po-regionam-predstavili-na-krasnoyarskom/>.

<sup>2</sup> *Официальный сайт Правительства Белгородской области.* — URL : <https://belregion.ru>.

ных служащих; наличие грамотно разработанных документов, регламентирующих проверку компетенций служащих в области проектного управления; мотивация участников проектной деятельности, и наличие информационных систем управления проектной деятельностью.

Можно сделать вывод о том, что даже экономически развитый регион, характеризующийся эффективным проектным управлением в сфере бизнеса, может значительно отставать от менее экономически развитого региона в сфере проектного управления в органах государственной власти.



Рис. 1. Система материального стимулирования участников проекта<sup>1</sup>

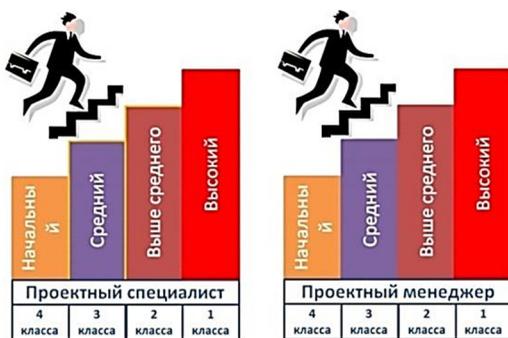


Рис. 2. Система нематериальной мотивации<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Составлено по: *О формировании и использовании премиальных выплат участникам разработки и реализации проектов* : постановление Губернатора Белгородской области от 12 января 2011 г. № 2.

<sup>2</sup> То же.

Для усовершенствования существующего уровня проектного управления в Свердловской области предлагается:

- скорректировать приоритетные региональные проекты в соответствии с принципами проектного управления, с постановлением Правительства РФ от 31 октября 2018 г. № 1288 «Об организации проектной деятельности в Правительстве России»;

- пересмотреть и скорректировать методологическую базу осуществления проектной деятельности;

- скорректировать и обновить терминологический аппарат, действия по управлению проектами в зависимости от стадии жизненного цикла;

- разрабатывать проекты по всем приоритетным направлениям развития;

- переходить с процессно-ориентированной деятельности на проектную;

- добавить новизну в мероприятия, предлагаемые в рамках проектной деятельности;

- начать объединять приоритетные проекты в портфели;

- создать информационную систему управления проектной деятельностью;

- разработать эффективную систему материальной и нематериальной мотивации.

Предлагается следующая система *материальной* мотивации (рис. 1).

Для *нематериальной* мотивации предлагается создать роли проектного специалиста и проектного менеджера. Для каждой из ролей определено четыре ранга в зависимости от сложности проекта, занимаемого места и опыта участия в успешно завершённых проектах. Система нематериальной мотивации представлена на рис. 2.

Изложенные рекомендации позволят Свердловской области сделать систему проектного управления успешно функционирующей, эффективной, реализовывать все большее количество проектов и повысить их инвестиционную привлекательность.

*Научный руководитель: И. Н. Ткаченко,*  
доктор экономических наук, профессор

**Ф. А. Спирин**

Администрация муниципального образования «Байкаловский муниципальный район»  
(с. Баженово, Свердловская область)

## **Дотационность муниципального образования: проблемы и способы решения**

**Аннотация.** Рассмотрены вопросы социально-экономического развития муниципального образования, расположенного в удаленном относительно административного центра районе. Подробно проанализированы проблемы дотационности муниципального образования, предложены пути их решения.

**Ключевые слова:** муниципальное образование; удаленность от административного центра; дотации; дотационная территория; проблема развития.

Принятие Конституции Российской Федерации в 1993 г. позволило местному самоуправлению получить статус отдельного уровня власти, в связи с чем муниципалитеты были наделены определенными обязательствами и бюджетом с целью их исполнения. Однако как показывает практика, многие муниципальные образования не могут обеспечить должный уровень доходов бюджета для исполнения своих обязательств, по этой причине им приходится привлекать средства из вышестоящих бюджетов.

В статье рассмотрена актуальная тема — дотационность муниципального образования, расположенного удаленно от административного центра.

Наблюдается финансовая зависимость местного бюджета отдаленных от административного центра муниципальных образований от субсидий, субвенций и дотаций, получаемых от вышестоящего уровня; налоговые и неналоговые доходы составляют незначительную долю. Местные бюджеты, как правило, имеют дефицит, наблюдается низкий уровень прозрачности муниципальной финансово-бюджетной сферы, имеется нехватка квалифицированных управленцев — организаторов бюджетного процесса.

Бюджет мобилизует и распределяет финансовые ресурсы, поэтому он является основным средством для исполнения обязательств местных органов власти. Его финансовая самостоятельность и устойчивость играют важнейшую роль в социально-экономическом развитии муниципальных образований.

Доходы местных бюджетов формируются за счет налоговых и неналоговых доходов, безвозмездных и безвозвратных перечислений.

Рассматривая неналоговые доходы бюджета, а именно доходы от использования имущества [2], находящегося в муниципальной соб-

ственности, и доходы от платных услуг, оказываемых муниципальными бюджетными учреждениями, стоит отметить, что как те, так и другие доходы низки из-за удаленности муниципального образования от административного центра:

1) *доходы от использования имущества* низки, так как зачастую имеющееся имущество является маловостребованным по нескольким причинам: во-первых, непригодное для ведения деятельности состояние имущества в совокупности с отсутствием денежных средств на его модернизацию в местном бюджете; во-вторых, отсутствие заинтересованности в объекте; ввиду невысокой численности населения; в-третьих, рыночные цены в данной нише в таких муниципальных образованиях низкие [1];

2) *доходы от платных услуг*, оказываемых муниципальными бюджетными учреждениями, также низки в связи низкими доходами населения в таких муниципальных образованиях в совокупности с низкой численностью населения.

К неналоговым доходам относится часть прибыли муниципальных унитарных предприятий (МУП), созданных органами местного самоуправления, остающейся после уплаты налогов и иных обязательных платежей — в размерах, устанавливаемых правовыми актами органов местного самоуправления. Зачастую МУПы создаются с целью поддержания инфраструктуры в надлежащем состоянии и не приносят прибыли, либо прибыль является несущественной.

Доходы от других источников бюджета, в основном, имеют целевой характер: субвенции на исполнение полномочий других уровней бюджета, субсидии на развитие инфраструктуры муниципального образования.

Доходы от местных налогов и сборов зачисляются в бюджеты муниципальных образований по налоговым ставкам, которые устанавливаются решениями представительных органов местного самоуправления.

В настоящее время на территории муниципальных образований остаются только налоги, предусмотренные Налоговым кодексом РФ, а именно земельный налог по нормативу 100 %; налог на имущество физических лиц по нормативу 100 %; НДФЛ от 5 до 15 % и иные.

Говоря о налоговых доходах, стоит отметить, что в 2021 г. будет отменен единственный налог на вмененный доход (ЕНВД) для предпринимателей, зарегистрированных на территории муниципальных образований. Только данный налог мотивирует муниципальные власти развивать экономику муниципального образования, так как от этого напрямую зависят доходы бюджета муниципалитета. Муниципальные власти опять же не заинтересованы в развитии на территории муници-

пального образования крупных инвесторов, так как все налоговые доходы пойдут в другие уровни бюджета.

Сложность ситуации в удаленных от административного центра муниципальных образованиях заключается в том, что в бюджете не предусматриваются средства для развития муниципального образования, т. е. бюджет в обычном его понимании существует, но все данные денежные средства идут не на развитие, а на поддержание инфраструктуры муниципального образования, так сказать — на «латание дыр», а не на модернизацию.

Всё вышеизложенное говорит о ряде проблем в данной сфере:

— первая проблема — это несамостоятельность бюджетов и их зависимость от бюджетов высшего уровня;

— вторая — недостаточное финансирование полномочий органов местного самоуправления;

— третья — невозможность социально-экономического роста и создания самостоятельно инфраструктуры территории.

В то же время в Федеральном законе от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (с изм. от 1 сентября 2019 г.) закреплены полномочия органов местного самоуправления.

Полномочия, в основном, включают в себя нескольких разделов: культура, образование, ЖКХ. Однако в данных документах ничего не сказано о развитии инвестиционной привлекательности муниципального образования, о наделении органов местного самоуправления полномочиями по развитию экономики муниципального образования, например о субсидировании малого и среднего предпринимательства, о поддержке производств, развлекательной инфраструктуре — о том, чего нехватает дотационным территориям для развития. При этом, законодательство по муниципально-частному партнерству имеет высокие административные барьеры.

Также развитию не способствует низкий уровень квалификации кадрового потенциала территории. Низкий уровень обусловлен тем, что талантливая молодежь после окончания школьной программы уезжает в административные центры для обучения в вузах, а стимулы к возвращению на территорию у такой молодежи отсутствуют.

Все вышеперечисленные обстоятельства объясняют дотационный характер муниципальных образований.

Целесообразно выделить ряд проблем дотационных муниципальных образований:

1) низкие доходы бюджета, отсутствие бюджета на экономическое развитие;

- 2) невозможность экономического развития в связи с ограниченным инструментарием;
- 3) низкий уровень квалификации кадрового состава муниципального образования;
- 4) малая численность населения муниципального образования, отток населения.

Не существует универсального способа выхода муниципальных образований из создавшегося положения. Необходимо корректировать план антикризисный мероприятий в каждом конкретном случае. Целесообразно создание проектного офиса в каждом муниципальном образовании с обязательным привлечением научного сообщества [3], законодательной власти, органов местного самоуправления и специалистов по разным отраслям деятельности. Предлагается выработать *алгоритм действий по выходу* муниципального образования из сложившихся условий.

1. *SWOT-анализ* территории для выявления возможностей развития, угроз и слабых сторон.

2. *Финансовый анализ* территории покажет слабые стороны в финансовой части: по каким доходам территория «проваливается», пути повышения доходного потенциала, возможные резервы.

3. *Разработка стратегии пространственного развития* территории как основы политики развития муниципального образования.

4. *Разработка маркетинг-плана для территории*. Выработка политики муниципального образования по выходу из стагнации должна опираться на бюджет развития муниципального образования. Основным направлением данной политики должна стать муниципальная экономика. Так, необходимо обеспечить взаимодействие «власть — бизнес»; субсидирование местных предпринимателей в режиме снижения административных барьеров; развитие грантовой поддержки для предпринимателей; выбор ниши муниципального образования в экономике региона; создание экономических кластеров (зачастую агропромышленных). Также одним из действий может быть рассмотрение вопроса о целесообразности создания территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР).

5. *Изменение законодательства о бюджетном процессе и полномочиях органов местного самоуправления*. Например, для муниципальных образований, признанных стагнирующими, можно отчислять налог на прибыль организаций, зарегистрированных на территории муниципального образования, в местный бюджет в размере 5%. Данная мера поможет стимулировать муниципальное образование повышать инвестиционную привлекательность, стимулировать малый и средний биз-

нес для развития его до уровня крупного. Необходимо смягчение законодательства в области полномочий для муниципалитетов по экономическим вопросам и снижению административных барьеров для реализации проектов муниципально-частного партнерства либо субсидированию малого и среднего предпринимательства; все это может привести к росту экономики территории муниципалитета. Еще одним действием на законодательном уровне может быть закрепление статуса такого муниципального образования в законе о закупках, а именно приоритет местных предпринимателей при закупках местными органами власти.

6. *Создание технологических и научных центров.* Данные центры позволяют повысить квалификацию кадрового потенциала территории. Например, на агропромышленных территориях студенты сельскохозяйственных вузов могут проводить практические занятия.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод: муниципальные образования являются важной составляющей социально-экономического развития региона, макрорегиона, страны в целом. Дотационность муниципального образования является распространенной проблемой, которая требует системного подхода к решению.

#### **Библиографический список**

1. *Зверева С. А., Лукашенко Т. Р.* Социально ориентированное моделирование процесса использования муниципального имущества // Экономические отношения. — 2019. — Т. 9, № 3.
2. *Лукашенко Т. Р.* Моделирование процесса трансформации муниципальной собственности // Наука и бизнес: пути развития. — 2018. — № 8(86).
3. *Чепурных Н. В., Лукашенко Т. Р., Исламудинов В. Ф., Карминский А. А.* Теоретические подходы и практический опыт внедрения научных достижений в процесс разработки программ социально-экономического развития территорий // Управление экономическими системами. — 2013. — № 10(58). — URL : <http://uecs.ru/regionalnaya-ekonomika/item/2393-2013-10-02-07-07-13>.

**Д. А. Суворов, Д. А. Карпова**

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## **Кадастровая оценка как фактор обеспечения социально-экономического развития территории**

**Аннотация.** Анализируются вопросы применения кадастровой оценки для целей налогообложения недвижимости. Приведены расчеты, подтверждающие влияние кадастровой оценки на социально-экономическое развитие территории.

**Ключевые слова:** кадастровая оценка; налогообложение; развитие территории.

На современном этапе экономики основная роль в развитии территории Российской Федерации отводится субъектам РФ. Реализации указанной роли возможна при наличии развитой социально-экономической сферы субъектов РФ.

Состояние социально-экономической сферы субъекта РФ определяют, в первую очередь, муниципальные образования, входящие в его состав, так как развитие структурных элементов целой системы позволяет улучшить показатели самой системы. Следовательно, необходимо четкое понимание факторов, влияющих на состояние непосредственно самих муниципальных образований. С этой целью было проведено исследование, результаты которого изложены в данной статье.

Как было установлено, одним из основных факторов, оказывающих влияние на развитие территории, является грамотная кадастровая оценка. Для подтверждения данной гипотезы авторы предлагают обратиться к опыту муниципального образования «город Екатеринбург», что объясняется высокими показателями социально-экономического развития города, а также развитым рынком недвижимости.

Наличие перечисленных условий позволит достоверно определить влияние кадастровой оценки на уровень развития территории с учетом большего количества факторов.

Итак, для определения влияния кадастровой оценки на уровень развития территории авторы предлагают начать с изучения состояния объектов кадастрового учета.

Всего на территории муниципального образования «город Екатеринбург» расположено ориентировочно 150 тыс. объектов, из которых 38 тыс. — объекты живой инфраструктуры и около 8,5 тыс. — объекты промышленного назначения.

Учитывая переход на кадастровую систему налогообложения имущества физических лиц [1, с. 128] на территории Свердловской области в 2019 г., можно говорить о благоприятной ситуации в сфере налогообложения в городе Екатеринбурге. Так, на основании опыта

других муниципальных образований увеличение размера налогооблагаемой базы имущества физических лиц от указанного перехода может составить 760 %.

Применив найденное значение, получаем, что по кадастровой стоимости налогооблагаемая база имущества физических лиц на территории МО «город Екатеринбург» составит ориентировочно 1 922 млрд р. С учетом налоговой ставки (0,1) получаем потенциальный доход 1 922 млрд р., что на 221,8 млн р. выше (с учетом расходов на проведение государственной кадастровой оценки) показателей 2018 г., когда доход бюджета с налога на имущество физических лиц составил 1 473 млрд р.

В дальнейшем указанная разница будет увеличиваться, так как в среднем ежегодный рост объема живого фонда муниципального образования увеличивается примерно на 1 млн м<sup>2</sup>. Для определения прироста денежных доходов необходимо применить среднюю кадастровую стоимость 1 м<sup>2</sup> жилой недвижимости.

Средняя кадастровая стоимость одного квадратного метра жилой недвижимости равна 37 636,49 р.

Учитывая, что в среднем на территории муниципального образования «город Екатеринбург» налогообложению подлежат 57,5 % жилой недвижимости, получаем дополнительный объем доходов муниципального образования, равный:

$$V = 1\,000\,000 \times R \times Ca \times r \times (1 - q), \quad (1)$$

где  $V$  — объем денежных средств, поступающих в бюджет;  $R$  — средний процент налогооблагаемых объектов недвижимости ( $R = 0,575$ );  $Ca$  — средняя кадастровая стоимость 1 м<sup>2</sup> жилья ( $Ca = 37\,636,49$ );  $r$  — минимальная налоговая ставка для объектов жилой недвижимости ( $r = 0,001$ );  $q$  — коэффициент налоговой задолженности.

Подставив значения, получаем примерный ежегодный прирост дохода от ввода недвижимости, равный 19 476 883,58 р., или же 100 млн р. за пять лет.

Таким образом, кадастровая оценка может дать необходимые финансовые ресурсы для развития территории муниципальных образований и, следовательно, субъектов РФ.

Несмотря на появление положительных тенденций в развитии муниципального образования от проведения кадастровой оценки, можно предположить повышение показателя налоговой нагрузки для населения, который рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Налог} = Ca \times 54 \text{ м}^2 \times r, \quad (2)$$

где  $Ca$  – средняя кадастровая стоимость 1 м<sup>2</sup> жилья ( $Ca = 37636,49$ ); 54 м<sup>2</sup> – размер социального стандарта площади жилья;  $r$  – минимальная налоговая ставка для объектов жилой недвижимости ( $r = 0,001$ ).

Подставив данные в формулу, получаем значение, равное 2 032,37 р.

По данным Росстата авторами был определен средний уровень заработной платы одного человека и рассчитана доля данного налога в доходе в 2015–2019 гг. (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Отношение величины средней заработной платы  
к величине налога на жилье при кадастровой системе  
налогообложения имущества в 2015–2019 гг.**

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
Заработная плата, тыс. р.	31 007	32 735	34 500	37 558	39 830
Налог, р./год	169,36	169,36	169,36	169,36	169,36
Доля налога в доходе	0,54	0,52	0,49	0,45	0,43

Согласно формуле (1) рассчитали долю налога в доходе на одного человека при инвентаризационной стоимости одного квадратного метра жилья в 2015–2019 гг. (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

**Отношение величины средней заработной платы  
к величине налога на жилье при инвентаризационной системе  
налогообложения имущества в 2015–2019 гг.**

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
Заработная плата, тыс. р.	31 007	32 735	34 500	37 558	39 830
Налог, р./год	24,195	24,195	24,195	24,195	24,195
Доля налога в доходе	0,08	0,07	0,07	0,06	0,06

В результате расчетов получаем значение, равное 290,34 р.

Сравнив полученные в результате расчетов значения при применении двух различных систем налогообложения жилья, делаем заключение, что с введением кадастровой системы налогообложения возрастает доля налога на жилье в доходах граждан.

Установленный факт напрямую затрагивает экономические интересы личности, влияет на уровень ее экономической безопасности, что может, однако, в свою очередь, может вызвать недовольство среди населения [2, с. 46–47; 3, с. 225].

Возникает двойственная ситуация, которая характеризуется тем, что налоги, включая налоги на жилье, затрагивают интересы не только государства, но и всех граждан, и в противоречии их интересов заключается двойственность результатов кадастровой оценки: государство желает максимизировать налоговые обязательства налогоплательщиков, а налогоплательщики, со своей стороны, стремятся к минимизации налогов [4].

Из вышеизложенного можно заключить, что для обеспечения экономической безопасности личности требуется соблюдать баланс между интересами налогоплательщиков и государства. Именно поэтому развитие экономической сферы всегда должно осуществляться в соответствии с интересами общества.

Таким образом, можно сделать обоснованный вывод: кадастровая оценка, проводимая муниципальными образованиями, способна улучшить социально-экономические показатели муниципальных образований и субъектов РФ при условии соблюдения интересов налогоплательщиков.

### **Библиографический список**

1. *Вылкова Е. С.* Направления совершенствования имущественного налогообложения в Российской Федерации // Экономика. Налоги. Право. — 2019. — Т. 12, № 1.
2. *Иванов Н. И., Пылаева А. В., Севостьянов А. В.* Системные противоречия и проблемы кадастровой оценки недвижимости // Землеустройство, кадастр и мониторинг земель. — 2019. — № 3(170).
3. *Кузьменко К. Д., Домнина С. В.* Проблемы в области кадастровой оценки объектов недвижимости в России // Наука и образование: новое время. — 2019. — № 1(30).
4. *Лукашенко Т. Р.* Об особенностях проведения анализа эффективности оспаривания кадастровой стоимости земельных участков организаций с учетом способа оспаривания // Вектор экономики. — 2017. — № 7(13).

Л. Ф. Шайбакова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Оценка тенденций развития инновационной деятельности в Свердловской области<sup>1</sup>

**Аннотация.** Представлен анализ статистических показателей инновационного развития Свердловской области. Проведено их сопоставление с общероссийскими данными. Полученные результаты позволили сделать вывод: наряду с положительными тенденциями (такими, как высокий уровень инновационного потенциала региона, рост количества инновационно-активных организаций, увеличение затрат на внедрение инноваций) в Свердловской области наблюдается целый ряд негативных тенденций (снижение численности исследователей и разработчиков в регионе, меньшая инновационная активность хозяйственной среды, низкая доля инновационной продукции в общем объеме отгруженных изделий).

**Ключевые слова:** инновации; инновационная деятельность; исследования и разработки; Свердловская область; инновационная активность.

Свердловская область обладает высоким инновационным потенциалом, который обеспечивается производственными, интеллектуальными, организационными и финансовыми ресурсами. Тем не менее область крайне неэффективно реализует свой потенциал, что подтверждается ежегодным снижением инновационной активности. Удельный вес организаций, осуществлявших организационные, технологические и маркетинговые инновации, в общем числе обследованных организаций Свердловской области имеет ярко выраженную тенденцию спада. С 2012 по 2017 г. сохраняется отрицательная динамика как общей инновационной активности организаций Свердловской области, так и организаций, внедрявших технологические инновации, которые составляют 90 % от всех внедряемых нововведений (рис. 1).

Представленные показатели позволяют сделать вывод о том, что инновационный потенциал Свердловской области не реализуется в полном объеме, а напротив, из года в год эффективность его использования снижается.

Одновременно с понижением уровня инновационной активности в 2016–2017 гг. увеличивается количество инновационно-активных организаций, осуществляющих технологические инновации (рис. 2).

Примерно на уровне инновационной активности хозяйственной среды Свердловской области находится и доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной. Несмотря на некоторый рост, она

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта 18-010-01109 «Комплексная оценка институциональной среды инновационной деятельности в России и ее влияния на конкурентоспособность и инновационную активность производственных структур».

остаётся крайне низкой. Только 10 % произведенных в регионе товаров, работ, услуг имеют характер инновационных (рис. 3). Вместе с тем так же, как и по России в целом, затраты на внедрение инноваций в Свердловской области имеют тенденцию к росту и составили в 2017 г. около 300 млн р. на одну инновационно-активную организацию, что примерно на 50 млн р. больше, чем было в 2012 г.

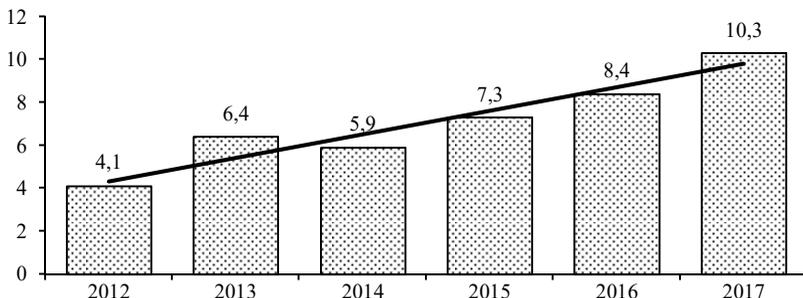


Рис. 1. Инновационная активность организаций Свердловской области<sup>1</sup>, %



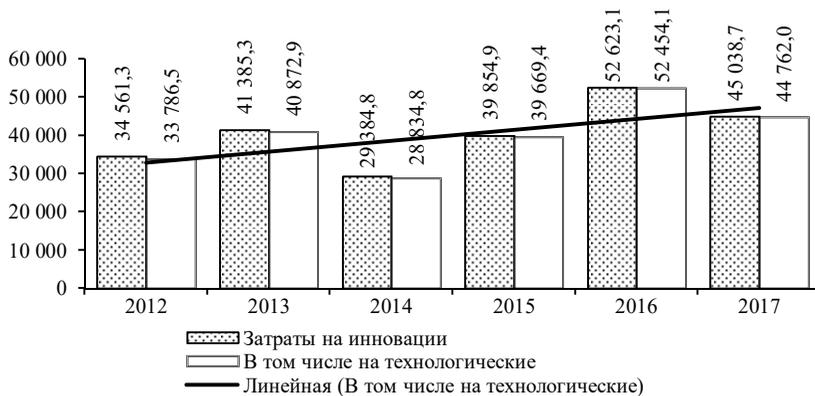
Рис. 2. Число инновационно-активных организаций на конец года по Свердловской области, ед.

<sup>1</sup> Здесь и далее рисунки составлены на основе: *Основные показатели инновационной деятельности организаций* / Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской и Курганской областям. — URL : [http://sverdl.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/sverd1/ru/statistics/sverd1Stat/enterprises](http://sverdl.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sverd1/ru/statistics/sverd1Stat/enterprises).



**Рис. 3.** Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, оказанных услуг в Свердловской области, %

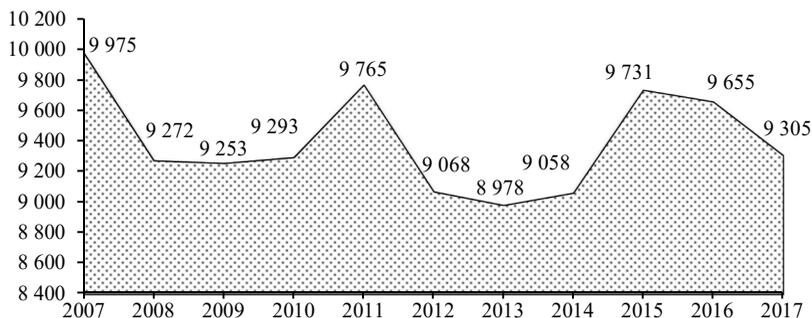
Основная масса затрат направлена на внедрение процессных и продуктовых инноваций. Затраты на организационные и маркетинговые инновации составляют всего 0,6 % от общей суммы вложений (рис. 4).



**Рис. 4.** Затраты на инновации в Свердловской области, млн р.

Инновации не возникают сами по себе. Творческий труд ученых-исследователей, изобретателей и рационализаторов позволяет генерировать новые знания и превращать их в новые товары, работы и услуги. Труд исследователей обуславливает инновационную активность организаций, так как именно персонал является той важной составной частью организации, которая может повлиять на ее инновативность.

Вместе с тем в регионе наблюдается нестабильность численности исследователей, подверженная колебаниям и имеющая общую тенденцию к снижению (рис. 5).



**Рис. 5.** Численность персонала в Свердловской области, занятого научными исследованиями и разработками, чел.

Около 90 % исследователей работают в области естественных и технических наук. Наблюдается большая разница между количеством исследователей и техников в общей численности персонала. Технические разработки осуществляет в среднем две тысячи человек, при этом исследователей насчитывается около 9 000 чел.

В Свердловской области профессионально занимаются научными исследованиями и разработками около 104 организаций<sup>1</sup>, более 22 тыс. чел. — это примерно 1 % от численности экономически активного населения области, а также около 3 % от общей численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками в Российской Федерации.

Свердловская область имеет самый высокий показатель изобретательской активности в Уральском федеральном округе; она входит в первую десятку регионов России по количеству выданных патентов, находясь на пятом месте, а в Уральском федеральном округе — на первом месте. По числу созданных передовых технологий область находится на пятом месте в России и на первом месте в Уральском федеральном округе.

Внутренние затраты научно-исследовательских и инновационно-активных организаций на исследования и разработки в Свердловской области за последние годы имеют тенденцию к росту: с 20,4 млрд р.

<sup>1</sup> *Краткая аналитика на основании статистики о состоянии науки в Свердловской области.* — URL : <http://mpr.midural.ru/nauka-i-innovatsii>.

в 2013 г. они выросли до 29,4 млрд р. в 2017 г.<sup>1</sup> Около 75–80 % затрат направляется на разработки, тогда как доля затрат на фундаментальные и прикладные исследования составляет 15–20 %<sup>2</sup>.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что в инновационном развитии Свердловской области имеются как положительные тенденции, так и недостатки. К *положительным* тенденциям можно отнести:

а) самый высокий среди субъектов Уральского федерального округа уровень инновационного потенциала с достаточно развитой институциональной инфраструктурой;

б) рост количества инновационно-активных организаций. Свыше 90 % обследованных организаций внедряют технологические инновации. Организационные и маркетинговые инновации имеют незначительный удельный вес. Это говорит о том, что внедряемые продуктовые и процессные инновации нацелены на повышение конкурентоспособности компаний и улучшение качества производимой продукции (работ, услуг), обновление производственной базы;

в) увеличение объема внутренних затрат научно-исследовательских и инновационно-активных организаций на исследования и разработки. При этом более 80 % средств организации тратят на опытно-конструкторские разработки, ориентированные на создание новых товаров и получение новых технологий их производства. В расчете на одну инновационно-активную организацию они составили в 2017 г. около 300 млн р. Основная масса затрат (99,4 %) направлена на внедрение технологических инноваций.

Наряду с положительными моментами в инновационной деятельности Свердловской области следует отметить и целый ряд *негативных* тенденций:

а) численность исследователей и разработчиков в регионе имеет тенденцию к снижению, нестабильна и подвержена колебаниям;

б) только треть ученых нацелена на технические разработки, в то время как две трети заняты исследованиями в области естественных наук. Можно предположить, что они заняты преимущественно фундаментальными исследованиями;

в) наблюдается снижение инновационной активности хозяйственной среды (оцениваемой через показатель удельного веса организаций,

---

<sup>1</sup> *Внутренние* текущие затраты на научные исследования и разработки по видам работ (по Российской Федерации; по субъектам Российской Федерации). — URL : [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/science\\_and\\_innovations/science/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#).

<sup>2</sup> *Рейтинг* инновационного развития субъектов РФ для целей мониторинга и управления // Инновации в России. URL: <http://innovation.gov.ru:8081>.

осуществлявших инновации, в общем числе обследованных организаций Свердловской области) с 11,5 % в 2013 г. до 9,6 % в 2017 г.;

г) крайне низка доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции. Только 10 % произведенных в регионе товаров, работ, услуг имеют инновационный характер.

Выявленные тенденции инновационного развития Свердловской области соответствуют общероссийским тенденциям [1, с. 295; 3, с. 15; 4, с. 370]. В качестве *основных причин* выявленных тенденций ученые, практики и политики называют:

а) недостаточно высокий уровень государственной поддержки инновационных проектов за счет средств областного бюджета [2, с. 111];

б) отсутствие фактического механизма развития региональных инвестиционных фондов, ориентированного на работу с инновационными проектами и организациями;

в) низкую заинтересованность крупного и среднего бизнеса во внедрении инноваций в производство в связи с недостаточным выделением средств на модернизацию и оптимизацию затрат [5, с. 73];

г) невыполнение действующими технопарками возложенных на них функций в сфере инновационного развития;

д) низкую степень коммерциализации инноваций.

### **Библиографический список**

1. Голова И. М. Инновационная конкурентоспособность российских регионов // Экономика региона. — 2015. — № 3.
2. Матвеева Т. В., Машкова Н. В. Развитие инновационной деятельности как фактор повышения конкурентоспособности промышленного предприятия. — М. : ЮНИТИ-ДАНА ; Закон и право, 2018.
3. Шайбакова Л., Паньшин Р. Затраты на производство научно-технической продукции: планирование и учет в рамках государственного оборонного заказа. — LAP LAMBERT Academic Publishing, 2019.
4. Ялунина Е. Н., Ганай Е. В. Современные подходы к оценке инновационного потенциала предприятия // Финансовая экономика. — 2018. — № 5.
5. Яшин С. Н., Ягунова Н. А. Инновационно-стратегическое развитие промышленного предпринимательства. — Казань : Бук, 2019.

## СОДЕРЖАНИЕ

---

### Новая парадигма развития сферы услуг и индустрии гостеприимства в условиях цифровой трансформации экономики Уральского макрорегиона

<b>Бочков П. В., Шумова С. А.</b> Территориальный брендинг и маркетинг в стратегии регионального развития (на примере Уральского макрорегиона).....	3
<b>Габдрахманов Н. К., Крыстев К. В.</b> Специфика образовательного сервиса в формировании точек притяжения человеческого капитала в регионах России .....	10
<b>Долганова О. Б.</b> Развитие межкультурной коммуникации в природном туризме города Екатеринбурга.....	15
<b>Ергунова О. Т., Алманза Л. М.</b> Значение МICE-индустрии для развития внешнеэкономических связей Уральского региона.....	19
<b>Клейменов М. В.</b> Сравнительный анализ предпринимательской активности молодежи Свердловской области: поселенческий аспект .....	26
<b>Охрименко Е. И., Белякова Н. Ю.</b> Конкурентоспособность России и Уральского региона на мировом рынке МICE-туризма.....	30
<b>Ошкордина А. А., Зайцева Н. В.</b> Повышение экономической эффективности учреждений здравоохранения в условиях цифровой трансформации .....	40
<b>Тимакова Р. Т.</b> Воркшоп в индустрии гостеприимства — новые возможности для Уральского региона .....	44
<b>Фишелева А. И., Гурьевских О. Ю.</b> Инклюзивный туризм на территории Свердловской области: проблемы и перспективы.....	48

### Социально-экономическая политика и управленческие технологии в эпоху цифровой экономики

<b>Бельдягина А. М., Мальцева В. А.</b> Инструменты государственной поддержки экспорта малых и средних инновационных предприятий: российская практика.....	52
<b>Беляк О. Ю.</b> Обмен знаниями в кросс-функциональных командах: концептуальные основы и барьеры.....	57
<b>Городецкий П. В.</b> Эффективное государственное управление в условиях цифровизации экономики.....	62

<b>Деев В. О.</b> Стратегирование как основа опережающего социально-экономического развития территории.....	65
<b>Доменко Ю. Ю., Соболева О. Н.</b> Стратегическое планирование в эпоху цифровой экономики.....	69
<b>Изакова Н. Б.</b> Возможности технологий цифрового маркетинга для малых промышленных предприятий Уральского макрорегиона.....	73
<b>Капустина Л. М.</b> Факторы конкурентоспособности уральского производителя автомобильных катализаторов.....	78
<b>Кочерьян М. А., Воловик Т. В.</b> Перспективные технологии: цифровизация в сфере массовых спортивных соревнований.....	83
<b>Надольская Н. А.</b> Экономико-статистические методы оценки внешнеэкономической деятельности региона в цифровой экономике.....	86
<b>Оболенская А. Г.</b> Перколяционное моделирование социально-экономического развития территории как профилактика организационного вандализма.....	91
<b>Огородникова Е. С., Кочергина Т. В.</b> Сравнительный анализ деятельности организаций социального обслуживания населения сельских территорий.....	95
<b>Панкова Е. И.</b> Влияние цифровизации на экономику государств: дифференциация доходов и новые тренды рынка труда современности.....	99
<b>Плотников А. В.</b> О поведении пользователей в социальных сетях в эпоху цифровой экономики.....	103
<b>Попова А. С.</b> Цифровизация текстильной промышленности России.....	107
<b>Рождественская Е. М.</b> Предпринимательство как инструмент реализации ресурсного потенциала.....	112
<b>Рыскин П. П., Вашляева И. В.</b> Развитие профессионального спорта в неоиндустриальном обществе.....	116
<b>Савин Г. В.</b> Вектор развития транспортно-логистической системы Smart City.....	120
<b>Тихонова А. Д.</b> Формирование экосистем в условиях цифровизации.....	125
<b>Фагина С. С., Давыдова Е. В.</b> Исследование гендерных аспектов мотивации студентов к занятиям физической культурой и спортом.....	129
<b>Цибиков В. А.</b> Использование управленческих технологий в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд в условиях цифровой экономики (на примере Уральского федерального округа).....	132
<b>Шарапова В. М., Шарапова Н. В.</b> Цифровизация АПК: возможности и ограничения.....	136

**Инновационные рынки, технологии и институты —  
драйверы экономического развития  
Уральского макрорегиона**

<b>Древалев А. А.</b> Позиции компаний Урала в рейтинге инновационных технологических компаний «ТехУспех».....	140
<b>Дудин Д. Н., Лукашенко Т. Р.</b> Рынок посреднических услуг в сфере недвижимости как фактор экономического развития территории .....	146
<b>Ершова Е. В., Усова Н. В.</b> Инновационные виртуальные сервисы как драйверы развития рынка Уральского макрорегиона .....	150
<b>Кислицын Е. В., Городничев В. В.</b> Исследование уровня властной асимметрии на российском рынке программного обеспечения .....	154
<b>Кондратьева К. В.</b> Экономические предпосылки инновационного развития промышленности Пермского края .....	159
<b>Лазарев В. А., Титова Т. А.</b> Применение пермеата ультрафильтрации творожной сыворотки в хлебопекарной промышленности Уральского макрорегиона .....	164
<b>Мурукина А. Д.</b> Диверсификация предприятий оборонно-промышленного комплекса как драйвер экономического развития Уральского федерального округа.....	168
<b>Рахмангулова Ю. Д.</b> Проблемы управления проектами на региональном уровне (на примере Свердловской области) .....	173
<b>Спирин Ф. А.</b> Дотационность муниципального образования: проблемы и способы решения.....	177
<b>Суворов Д. А., Карпова Д. А.</b> Кадастровая оценка как фактор обеспечения социально-экономического развития территории .....	182
<b>Шайбакова Л. Ф.</b> Оценка тенденций развития инновационной деятельности в Свердловской области .....	186

*Научное издание*

**УРАЛ — ДРАЙВЕР НЕОИНДУСТРИАЛЬНОГО  
И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ**

**М а т е р и а л ы**  
I Уральского экономического форума

(Екатеринбург, 24–25 октября 2019 г.)

**Том 2**

Корректор *М. В. Баусова*

Компьютерная верстка *Н. И. Якимовой*

Поз. 100. Подписано в печать 30.12.2019.

Формат 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.

Уч.-изд. л. 10,2. Усл. печ. л. 11,4. Печ. л. 12,25. Заказ 780. Тираж 100 экз.

Издательство Уральского государственного экономического университета  
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии  
Уральского государственного экономического университета