

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

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Научный консультант

И.Р. Гафуров, доктор экономических наук, профессор

Научный редактор

Н.Г. Багаутдинова, доктор экономических наук, профессор

Главный редактор

А.Р. Сафиуллин, доктор экономических наук, доцент

Члены редколлегии:

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

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

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

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

И.А. Киришин, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

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

Л.И. Куликова, доктор экономических наук, профессор,

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

Р.М. Марданшина, кандидат педагогических наук, доцент,

Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

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

А.Н. Мельник, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

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

Е.Г. Попкова, доктор экономических наук, профессор,

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»;

Л.Н. Сафиуллин, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

М.Р. Сафиуллин, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

Н.З. Сафиуллин, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

А.Ю. Соколов, доктор экономических наук, доцент,

Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

Б.В. Соколов, доктор технических наук, профессор,

ФГБУН «Санкт-Петербургский институт информатики

и автоматизации Российской академии наук»;

Е.В. Фахрутдинова, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

А.И. Шигаев, доктор экономических наук, доцент,

Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет».

Учредитель издания

ФГАОУ ВО

«Казанский (Приволжский)
федеральный университет»

Адрес редакции:

420012,

Республика Татарстан,

г. Казань,

ул. Бутлерова, д. 4.

Тел. 2-91-13-26

Электронная версия журнала

«Казанский экономический
вестник»

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

Журнал включен

в Реферативный журнал
и Базы данных ВИНТИ.

Сведения о журнале

ежегодно публикуются

в международной справочной

системе по периодическим

и продолжающимся изданиям

“Ulrich’s Periodicals Directory”

Договор с ВИНТИ

R0181/034-06

Редакторы:

Е.А. Волошина

Р.Р. Аубакиров

Компьютерная верстка:

А.И. Галиуллина

Основан в 2005 году

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

Формат 60x84/8. Усл. печ. л. 11,85. Тираж 500 экз.

Дата выхода в свет: 25.06.2021. **Заказ ???.**

© Институт управления, экономики и финансов КФУ, 2021

Отпечатано в типографии

Издательства Казанского университета

Адрес издателя: 420008, г. Казань,

ул. Профессора Нужина, 1/37

тел. (843) 233-73-59, 233-73-28

Свободная цена

Точка зрения авторов может не совпадать с позицией редакции.

Рукописи рецензируются и не возвращаются.

При перепечатке ссылка на «Казанский экономический вестник» обязательна.

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

EDITORIAL BOARD

Scientific Adviser

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

Science Editor

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

Editor-in-chief

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

Members of the Editorial Board:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Founder of the edition
Kazan (Volga region)
Federal University

Editors Office address:

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

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

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

Editors:

E.A. Voloshina
P.P. Aubakirov

Computer lead out:

A.I. Galiullina

Founded in 2005

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

Format 60x84/8. Circulation 500 copies.
Release date 25.06.2021. **Order № ???**.
© Institute of Economics and Finance KFU, 2021
Printed at the publishing house
of the Kazan University
Publisher address: 420008, Kazan, 1/37 Professor
Nuzhin Str.
Tel. (843) 233-73-59, 233-73-28
Free price

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

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

М.В. Чуваилова, А.М. Шайдуллин. Роль ОПК в обеспечении экономической безопасности страны	5
Д.М. Шакирова, К.Ю. Борисова, З.Ф. Загидуллина, З.Э. Исмаилова, А.Р. Маннапова, М.И. Фасхутдинова. Пути повышения конкурентоспособности предприятия	10

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Алсаиед Гена. Теории экономического роста: эволюция и основные методологические положения	16
--	----

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

С.И. Грудина. Теория развития энтропии региональных социально-экономических систем	24
И.В. Гуськова, Н.Е. Серебровская. Нестандартные формы занятости населения: актуальная ситуация на рынке труда Нижегородской области	29
Е.А. Карасик, В.Р. Ганеева, О.С. Карасик. Зарубежный опыт реализации жилищной политики и возможности его применения в регионах РФ	35

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

Д.Р. Лотфуллина, Т.Ф. Палей, Г.Р. Муртазина. Расчет справедливой стоимости компании «Татнефть» для осуществления сделок слияний и поглощений	41
--	----

Л.Н. Сафиуллин, Э.И. Булатова, А.А. Абдуллин. Финансовая грамотность населения как фактор всеобщего экономического благосостояния	46
А.Ф. Сиразеева, Д.И. Бадрутдинов, Н.А. Разницын. Фондовый рынок США в условиях нового экономического кризиса	54

МАРКЕТИНГ И ОБЩЕСТВО

А.Н. Демитриев. Эффективный таргетинг: как попасть в свою целевую аудиторию и масштабирование рекламной кампании	61
Д.М. Шакирова, М.И. Зафаров, А.И. Рахимов, А.С. Хайруллин, А.И. Хорьяков, Р.М. Карипов. Особенности организации деятельности ивент-агентств в ивент-менеджменте	67
Е.Н. Бавыкина, С.А. Фомина, Н.Г. Ощепкова. Кадровые проблемы современных предприятий	74
С.Ф. Гаффарова, Р.Р. Галиахметова, А.М. Белов. Концепция внедрения спорта в корпоративные программы по поддержке здорового образа жизни сотрудников предприятия	79
В.А. Давыденко, Р.Р. Хузяхметов, Д.В. Лесниченко. Понятие навыков трудоустраиваемости в современном междисциплинарном научном дискурсе	84
Д.М. Шакирова, Р.Д. Галиуллин, Д.В. Абдуллаева, Р.Р. Фаритов, Д.И. Максимов, М.И. Фасхутдинова. Мотивация персонала	95

CONTENTS

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY

<i>M.V. Chuvashlova, A.M. Shaidullin.</i> The role of the MIC in providing the economic security of the country	5
<i>D.M. Shakirova, K.Yu. Borisova, Z.F. Zagidullina, Z.E. Ismagilova, A.R. Mannapova, M.I. Faskhutdinova.</i> Ways to improve the competitiveness of the enterprise.....	10

ECONOMIC THEORY

<i>Alsaied Ghena.</i> Theory of economic growth: evolution and basic methodological provisions....	16
--	----

REGIONAL ECONOMY

<i>S.I. Grudina.</i> Theory of entropy development of regional socio-economic systems	24
<i>I.V. Gus'kova, N.E. Serebrovskaya.</i> Non-standard forms of employment: the current situation in the labor market of the nizhny Novgorod Region.....	29
<i>Karasik, V.R. Ganeeva, O.S. Karasik.</i> Foreign experience in implementation of housing policy and the possibilities of its application In the regions of the Russian Federation.....	35

FINANCE AND CREDIT

<i>D.R. Lotfullina, T.F. Paley, G.R. Murtazina.</i> Calculation of the fair value of the company “Tatneft” for the implementation of mergers and acquisitions.....	41
--	----

<i>L.N. Safiullin, E.I. Bulatova, A.A. Abdullin.</i> Financial literacy of the population as a factor of general economic well-being	46
<i>A.F. Sirazeeva, D.I. Badrutdinov, N.A. Raznitsyn.</i> Us stock market in the New Economic Crisis	54

MARKETING AND SOCIETY

<i>A.N. Demitriev.</i> Effective targeting: how to reach your target audience and scaling an advertising campaign	61
<i>D.M. Shakirova, M.I. Zafarov, A.I. Rakhimov, A.S. Khairullin, A.I. Khoryakov, R.M. Karipov.</i> Features of the organization of activities of event agencies in event management.....	67
<i>E.N. Bavykina, S.A. Fomina, N.G. Oshchepkova.</i> Human resources problems of modern enterprises	74
<i>S.F. Gaffarova, R.R. Galiakhmetova, A.M. Belov.</i> The concept of introducing sports in corporate programs to support a healthy lifestyle of employees of the enterprise	79
<i>V.A. Davydenko, R.R. Khuziakhmetov, D.V. Lesnichenko.</i> The concept of employability skills in contemporary interdisciplinary scientific discourse	84
<i>D.M. Shakirova, R.D. Galiullin, D.V. Abdullaeva, R.R. Faritov, D.I. Maksimov, M.I. Faskhutdinova.</i> Staff motivation	95

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

УДК 338.512

М.В. ЧУВАШЛОВА,
доктор экономических наук, доцент
Ульяновский государственный университет

А.М. ШАЙДУЛЛИН,
магистрант
Ульяновский государственный университет

РОЛЬ ОПК В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Аннотация. В статье исследуются вопросы обеспечения экономической безопасности государства во взаимодействии с предприятиями оборонно-промышленного комплекса, обосновывается сущность и содержание понятия «военно-экономическая безопасность». Авторами предложен комплекс показателей, на основании которых можно диагностировать уровень военно-экономической безопасности того или иного государства. Среди основных показателей можно выделить абсолютные и относительные расходы на оборону, количество основных типов вооружения, величину производственных мощностей предприятий оборонно-промышленного комплекса (ОПК), количество персонала, занятого в ОПК и в сфере военно-научных разработок.

Фундаментальной основой обеспечения военно-экономической безопасности государства является высокая эффективность деятельности предприятий ОПК. К сожалению, в современной российской экономике наблюдается обратная тенденция, большинство предприятий ОПК экономически неэффективны, нерентабельны, зачастую бесперспективны. Их низкая экономическая эффективность влечет за собой угрозы и риски для всего оборонно-промышленного комплекса, а также негативно влияет на уровень обороноспособности страны в целом.

Для преодоления современных угроз в сфере ОПК России необходимы мероприятия по укреплению ее технологического, информационного и производственного потенциала: содействие в продвижении высокотехнологичной продукции ОПК на мировые рынки вооружений, обеспечение финансово-экономической устойчивости и укрепление кадрового потенциала предприятий ОПК, усиление защиты интеллектуальной собственности производства и др.

Ключевые слова: экономическая безопасность, военно-экономическая безопасность, диагностика, предприятия ОПК, государство.

Экономическая безопасность государства представляет собой совокупность мер по нейтрализации внешних и внутренних угроз для его текущей деятельности, эффективного функционирования и перспективного развития. Реалии современного мира таковы, что жизнь в стабильном правовом пространстве, без войн и конфликтов, к сожалению, невозможна. Обеспечение национальной безопасности и обороноспособности страны в целом и ее экономической безопасности в частности

невозможно без развитой военно-экономической деятельности государства, направленной на внешнюю и внутреннюю защиту всех ее элементов. В этой связи вопросы обеспечения национальной безопасности страны должны рассматриваться в совокупности с ее военной и экономической безопасностью. И если в сферу военной безопасности многие авторы включают совокупность мероприятий по обеспечению бесперебойного функционирования вооруженных сил и оборонно-промышленного комплек-

са, то военно-экономическую безопасность можно охарактеризовать как способность государства обеспечивать своевременное и надежное удовлетворение текущих и перспективных потребностей вооруженных сил и оборонно-промышленного комплекса в размере, достаточном для поддержания критического уровня защищенности страны в целом и ее граждан в частности [1].

Для диагностики уровня военно-экономической безопасности могут использоваться различные показатели, например:

- количественные параметры созданной и поддерживаемой военно-экономической мощи государства [4, 11];
- абсолютные и относительные расходы на оборону;
- количество основных типов систем вооружения, производимого в стране;
- размер производственных мощностей оборонных предприятий, уровень их загрузки, морального и физического износа;
- количество людей, занятых в военной экономике и военно-научными разработками;
- абсолютная и сравнительная величина стратегических резервов страны;
- уровень военно-экономического потенциала и его ведущих составляющих [5].

Допустимые затраты на оборону – ключевой показатель, характеризующий уровень военно-экономической безопасности страны, оценить его можно по доле в ВВП. Как показы-

вает мировой опыт, доля расходов государства на ОПК должна быть на уровне 3,5 % от ВВП. Следует отметить, что по критериям НАТО наименьшая граница затрат на оборону – это 2 % ВВП. В России доля планируемых затрат на национальную оборону по отношению к ВВП составила в 2020 г. 2,4 %, что ниже аналогичных показателей в 2017, 2018 и 2019 гг. (рис. 1). По сути – это наименьший показатель за последние годы [2].

Следующим важным показателем военно-экономической безопасности является доля затрат на текущее обеспечение вооруженных сил. В оборонных бюджетах стран затраты на закупку вооружения и военной техники, а также на научно-исследовательские работы каждый год возрастают. В странах Центральной и Восточной Европы они доходят до 27 %, в Турции – до 40 %, в РФ – до 45 %, в Великобритании – до 47 %, в США – до 50 % [6].

Одной из основных характеристик обороноспособности страны является количество (численность) ее вооруженных сил. В настоящее время нормой для государств считается количество вооруженных сил около 1 % от количества населения страны [7, 12].

Обеспечение уровня обороноспособности страны, соответствующего современным реалиям, является главной задачей военно-экономической безопасности. При этом нужно руководствоваться критериями экономической целесообразности, четко понимать и оценивать

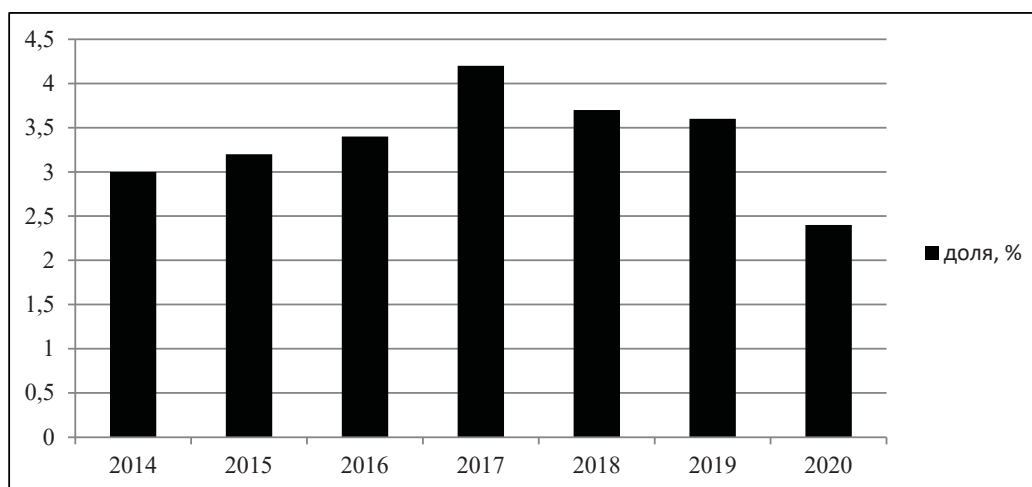


Рис. 1. Доля расходов на национальную оборону по отношению к ВВП, 2014–2020 гг.

лимит ресурсных возможностей страны: человеческих, материальных и финансовых. Прогнозируемые ресурсные ограничения формируют границы минимальных и максимальных характеристик показателей военно-экономической безопасности страны на среднесрочный и долгосрочный этапы планирования.

Особую роль в обеспечении военно-экономической безопасности государства играют предприятия оборонно-промышленного комплекса. Предприятия ОПК – это не только выпуск современного вооружения, это еще и локомотив наукоемкого производства в стране, катализатор экономического роста. Требования к уровню обеспечения экономической безопасности таких организаций крайне высоки, под защитой должны находиться не только технологии производства, но и все информационные базы предприятия [9].

Многие предприятия, входящие в состав ОПК, соединены устойчивыми кооперационными связями не только между собой, но и с производственными организациями, выпускающими продукцию гражданского назначения. При этом в некоторых случаях привлекаются и иностранные компании, доступ к продукции которых может быть ограничен при введении тех или иных санкций. К числу последних тенденций, характеризующих деятельность предприятий ОПК, можно отнести их низкую эффективность. Среди основных проблем – близкая к нулю или даже отрицательная рентабельность продукции, изготавливаемой по гособоронзаказу, проблемы с получением достаточного для развертывания работ авансирования от Минобороны, мелкосерийность производства, крайне низкий уровень финансирования НИОКР.

Как немаловажную проблему практики отмечают также бюрократический подход к решению производственных вопросов, усилившийся в связи с введением в 2018 г. постатейного мониторинга затрат в рамках гособоронзаказа. Так, если ранее предприятия ОПК могли оптом закупать материалы и комплектующие на всю выпускаемую продукцию, не выделяя отдельно продукцию по гособоронзаказу, экспортную и гражданскую продукцию, то в настоящее время закупки по линии Министерства обороны

идут отдельной статьей. Такой подход влечет за собой увеличение стоимости покупных материалов и комплектующих изделий, рост материалоемкости и, как следствие, повышает себестоимость готовой продукции.

Низкая экономическая эффективность предприятий, вовлеченных в исполнение гособоронзаказа, создает угрозы и риски для экономической безопасности конкретных предприятий ОПК и оборонно-промышленного комплекса в целом, влияя тем самым на уровень обороноспособности страны. Для преодоления современных угроз в сфере ОПК России необходимы мероприятия по укреплению ее технологического, информационного и производственного потенциала: использование современных компьютерных технологий и научно-технологических разработок в деятельности предприятий ОПК, содействие в продвижении высокотехнологичной продукции ОПК на мировые рынки вооружений, создание необходимых условий для импортозамещения, обеспечение финансово-экономической устойчивости и укрепление кадрового потенциала предприятий ОПК, усиление защиты интеллектуальной собственности производства и нормативной документации с секретной информацией.

Таким образом, можно сделать вывод, что предприятия ОПК играют главенствующую роль в обеспечении национальной безопасности страны, несут особую нагрузку по обеспечению ее экономической безопасности, требуют особых подходов по организации защиты их технологического, информационного и производственного потенциала.

Литература

1. Ковалевский Ю.В. Микроэлектронные мини-фабрики в российском ОПК – путь к импортонезависимости в сфере ЭКБ // *Электроника: наука, технологии, бизнес.* – 2018. – № 1 (167). – С. 60–65.
2. Старкин С.В. О трансформации оборонной промышленности США // *Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского.* – 2018. – № 6. – С. 231–237.
3. Tufetulov A.M., Nugaev F.S., Zayats A.S. Assessment of risk management: Recommendations for Russian federation // *Astra Salvensis.* – 2017. – P. 187–200.

4. Экономика и финансы оборонного комплекса России: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2016. – 360 с.

5. Сафиханов А.А., Козин М.Н., Курбанов Т.Х. Национальные интересы России в Арктической зоне Российской Федерации: военно-экономический аспект // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2016. – Т. 22. – № 11. – С. 125–139.

6. Смуров А.М. Противоречия системы государственного заказа // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. – 2017. – № 11 (27). – С. 79–85.

7. Баев А. Рынок вооружений за пять лет достиг максимума со времен холодной войны // Официальный сайт компании «РосБизнесКонсалтинг». – URL: <https://www.rbc.ru/politics/20/02/2017/58aad8b59a794756977f5617> (дата обращения: 20.02.2017).

8. Bogoviz A.V., Tufetulov A.M., Chepik D.A. The mechanism of activation of the process of import substitution in the agro-industrial complex for provision of food security // *Advances in Intelligent Systems and Computing*. – 2018. – Vol. 622. – P. 71–76.

9. Францева-Костенко Е.Е. Экономическая безопасность предприятий оборонно-промышленного комплекса: угрозы и методы их нейтрализации // Наука, технологии и образование в XXI веке: проблемы взаимодействия и интеграции: сборник науч-

ных трудов по материалам Международной научно-практической конференции (Белгород, 28 февраля 2020 г.). – Белгород: Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. – С. 118–124. – URL: <https://apni.ru/article/479-ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatij-obor>.

10. Акиндинова Н.В., Чекина К.С., Яркин А.М. Экономический рост в России с учетом демографических изменений и вклада человеческого капитала // *Экономический журнал ВШЭ*. – 2017. – Т. 21. – № 4. – С. 533–536.

11. Пространственные данные: потребности экономики в условиях цифровизации / Е.Б. Белогурова, В.Е. Воробьев, О.Г. Гвоздев и др. – М.: Федеральная служба государственной регистрации кадастра и картографии; НИУ ВШЭ; НИИ «Аэрокосмос», 2020 – 128 с.

12. Лакхерст Дж. Новая политика «Группы двадцати» в сфере глобального экономического управления // Вестник международных организаций. – 2020. – Т. 15. – № 2. – С. 55–81 (на русском и английском языках).

13. Подругина А.В., Табах А.В. Финансовые рынки: от «трагедии общин» к сбалансированному регулированию // Вестник международных организаций. – 2020. – Т. 15. – № 2. – С. 173–190 (на русском и английском языках).

Информация об авторах

Чувашлова Марина Владимировна, доктор экономических наук, доцент, декан факультета управления, Ульяновский государственный университет.

E-mail: chuvashlova@mail.ru

Шайдуллин Альфред Мунирович, магистрант 1 курса бизнес-факультета, Ульяновский государственный университет.

E-mail: alfred-87@mail.ru

M.V. CHUVASHLOVA,
Doctor in Economics, Associate Professor
Ulyanovsk State University

A.M. SHAIDULLIN,
Master student
Ulyanovsk State University

THE ROLE OF THE MIC IN PROVIDING THE ECONOMIC SECURITY OF THE COUNTRY

Abstract. The article examines the issues of ensuring the economic security of the state in cooperation with enterprises of the military-industrial complex, substantiates the essence and content of the concept of military-

economic security. The authors have proposed a set of indicators on the basis of which it is possible to diagnose the level of military-economic security of a particular state. Among the main ones, one can single out the absolute and relative expenditures on defense, the number of main types of weapons, the size of the production capacities of the enterprises of the military-industrial complex (MIC), the number of personnel employed in the military-industrial complex and in the field of military scientific research.

The fundamental basis for ensuring the military and economic security of the state is the high efficiency of the defense industry enterprises. Unfortunately, the opposite trend is observed in the modern Russian economy, most of the defense industry enterprises are economically ineffective, unprofitable, and often unpromising. Their low economic efficiency entails threats and risks for the entire military-industrial complex, and also negatively affects the level of the country's defense as a whole.

To overcome modern threats in the defense industry of the Russian Federation, measures are needed to strengthen their technological, information and production potential, such as assistance in promoting high-tech defense products to world arms markets, ensuring financial and economic stability and strengthening the human resources of defense enterprises, strengthening the protection of intellectual property of production and others.

Keywords: economic security, military-economic security, diagnostics, defense industry enterprises, government.

References

1. Kovalevsky Yu.V. Microelectronic mini-factories in the Russian defense industry – the path to import independence in the field of electronic components / Yu.V. Kovalevsky // *Electronics: science, technology, business*. – 2018. – No. 1(167). – P. 60–65.
2. Starkin S.V. On the transformation of the US defense industry / S.V. Starkin // *Bulletin of Nizhny Novgorod University n. a. N.I. Lobachevsky*. – 2018. – No. 6. – P. 231–237.
3. Tufetulov A.M., Nugaev F.S., Zayats A.S. Assessment of risk management: Recommendations for Russian federation // *Astra Salvensis*. – 2017. – P. 187–200.
4. Economics and finance of the defense complex of Russia: textbook, manual. – M.: University textbook: INFRA-M, 2016. – 360 p.
5. Safikhonov A.A., Kozin M.N., Kurbanov T.Kh. National interests of Russia in the Arctic zone of the Russian Federation: military-economic aspect // *Bulletin of the Trans-Baikal State University*. – 2019. – No. 11. – Vol. 2.2. – P. 125–139.
6. Smurov A.M. Contradictions of the system of state order // *Multilevel social reproduction: questions of theory and practice*. – 2017. – No. 11(27). – P. 79–85.
7. Baev A. The arms market in five years has reached its highest since the Cold War. 02/20/2017 // Official website “RosBusinessConsulting”. – URL: <https://www.rbc.ru/politics/20/02/2017/58aad8b59a794756977f5617>
8. Bogoviz A.V., Tufetulov A.M., Chepik D.A. The mechanism of activation of the process of import substitution in the agro-industrial complex for provision of food security // *Advances in Intelligent Systems and Computing*. – 2018. – Vol. 622. – P. 71–76.
9. Frantseva-Kostenko E.E. Economic security of enterprises of the military-industrial complex: threats and methods of their neutralization // *Science, technology and education in the XXI century: problems of interaction and integration: a collection of scientific papers based on the materials of the International scientific-practical conference on February 28, 2020*. – Belgorod: LLC Agency for Advanced Scientific Research (APNI), 2020. – P. 118–124. – URL: <https://apni.ru/article/479-ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatij-obor>.
10. Akindinova N.V., Chekina K.S., Yarkin A.M. Economic growth in Russia taking into account demographic changes and the contribution of human capital HSE. – *Economic Journal* 2017. – Vol. 21. – No. 4. – P. 533–561.
11. Spatial data: the needs of the economy in the context of digitalization / P82 E.B. Belogurova, V.E. Vorobiev, O.G. Gvozdev et al.; Fed. state service registration, cadaster and cartography; Nat. investigation unit “Higher School of Economics”; Research Institute “AEROCOSMOS”. – M.: NRU HSE, 2020. – 128 p.
12. Luckhurst J. (2020) New G20 Policy in Global Economic Governance // *Bulletin of International Organizations*. – Vol. 15. – No. 2. – P. 55–81 (in Russian and English).
13. Podrugina A.V., Tabakh A.V. (2020) Financial markets: from “tragedy of communities” to balanced regulation // *Bulletin of international organizations*. – V. 15. – No. 2. – P. 173–190 (in Russian and English).

УДК 339.137.2

Д.М. ШАКИРОВА,

кандидат социологических наук, доцент

Казанский государственный энергетический университет

К.Ю. БОРИСОВА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

З.Ф. ЗАГИДУЛЛИНА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

З.Э. ИСМАГИЛОВА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

А.Р. МАННАПОВА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

М.И. ФАСХУТДИНОВА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В данной статье были изучены понятия «конкурентоспособность» и «конкурентоспособность предприятия», а также виды конкуренции. В настоящее время этот критерий играет очень важную роль в развитии организации на различных этапах ее существования. Конкуренция делится на три вида: функциональная, видовая и предметная. Уровень конкурентоспособности зависит от различных внешних и внутренних факторов. Она позволяет достигать определенных целей в случае, когда возникает сопротивление со стороны других участников рынка.

В статье были рассмотрены основные пути повышения конкурентоспособности предприятия, комплекс различных мероприятий, выделены определенные задачи, требующие особого внимания. Также была изучена стратегия одной из самых известных компаний по производству смартфонов – “Samsung” – южнокорейского лидера на мировом рынке, определены особенности организационно-технического уровня ее производства, которым пока не обладает больше ни один из производителей мобильных устройств. Мы рассмотрели стратегию и текущий маркетинг данной компании, опираясь на пути повышения конкурентоспособности, и убедились в ее продуктивности. Также мы определили основную цель деятельности компании “Samsung”, которая заключается во внедрении различных инноваций в производство.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, повышение конкурентоспособности, рынок, спрос, оценка конкурентоспособности.

В период глобализации и системного кризиса конкурентоспособность является единственным критерием эффективности компаний и спроса на любую продукцию. Конкурентоспособность предприятия – это важный аспект в рыночной среде, харак-

теризующий способность того или иного предприятия адаптироваться к различным сложным условиям рынка, помогающий ему не только занять лидирующие позиции, но и удерживать их долгое время.

На сегодняшний день перед предприятиями стоит острая проблема повышения своей конкурентоспособности. Не проанализировав своих возможностей, предприятие не достигнет успеха. Также важно оценивать перспективы развития конкурентов. В рыночной экономике повышение конкурентоспособности предприятий – это необходимое условие для внедрения государства в глобальную экономику. Ведь не так просто разработать идею комплексного подхода, который привел бы к увеличению конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность связана не только с параметрами ценообразования и показателями качества товаров, но и с особенностями менеджмента компании, эффективностью управления финансами, способностью к внедрению инноваций [1].

В маркетинговых исследованиях для анализа конкурентоспособности предприятия используют такие численные показатели, которые указывают на степень устойчивости положения предприятия, его способность производить востребованный на рынке товар, обеспечивающий ему достижение стабильных результатов [8].

Конкурентоспособность предприятия – это способность, позволяющая ему противостоять производителям и поставщикам подобной продукции на рынке по степени

удовлетворения своим товаром или услугой определенной потребности покупателей и по эффективности производственной, финансовой и маркетинговой деятельности [2].

Конкуренция подразделяется на следующие виды (рис. 1).

Чтобы повысить конкурентоспособность предприятия, необходимо выявить и классифицировать резервы и факторы, влияющие на ее уровень. По степени зависимости от самого предприятия все факторы делятся на внешние и внутренние.

Внешние факторы:

- инвестиции в отрасль, регион, страну;
- тенденции инновационного развития;
- уровень конкуренции на рынке;
- наличие различных ресурсов.

К внутренним факторам относят:

- внедрение новой техники и использование передовых технологий, экономическое стимулирование. Этот фактор позволяет увеличить эффективность жизненного цикла товара;
- повышение квалификации работников;
- формирование системы конкурентных отношений в работе персонала [8].

Весь комплекс факторов регулируется как на уровне предприятия, так и на уровне структурного подразделения, коллектива и рабочего места.

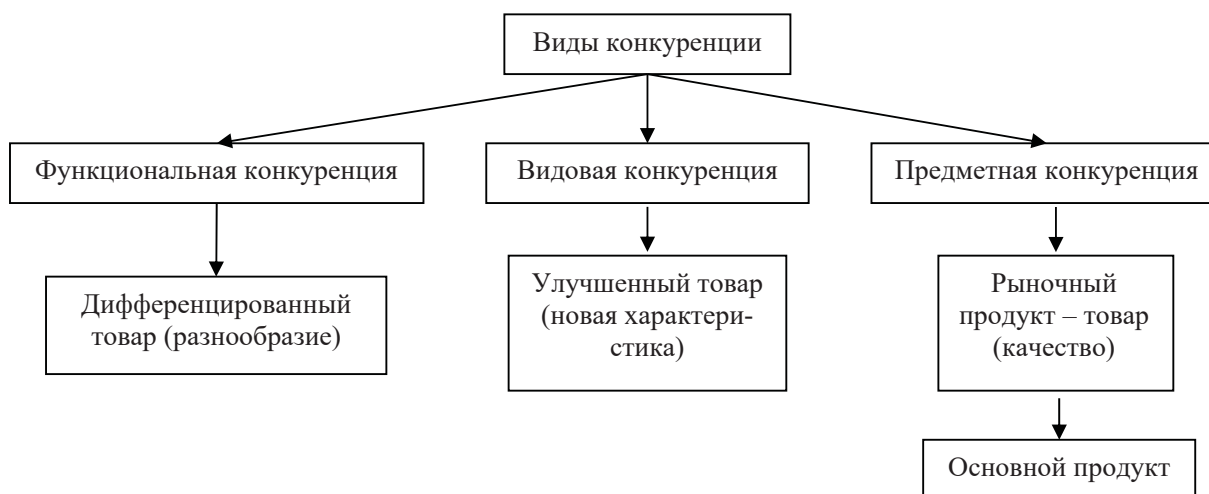


Рис. 1. Виды конкуренции [3]

Перечислим основные пути решения проблем, возникающих при попытке повысить конкурентоспособность предприятия:

1. Улучшение качества управления.
2. Образование устойчивых отношений с внешней средой.
3. Реализация маркетинговой стратегии «входа» и «выхода» на корпоративном рынке.
4. Внедрение новейших инновационных и ресурсосберегающих технологий.
5. Анализ возможностей продукта на различных этапах его жизненного цикла.
6. Повышение организационно-технического уровня в производстве.
7. Развитие логистики и маркетинга [11].

Стоит отметить, что рост конкурентоспособности любого предприятия невозможен без заранее разработанной, тщательно подготовленной и проверенной экономической модели управления, основанной на комплексном механизме реализации конкурентных преимуществ организации [9].

При повышении своей конкурентоспособности очень важно уделять внимание решению следующих задач:

1. Совершенствовать нормативную базу для развития конкурентной среды.
2. Оценивая конкурентоспособность предприятия, основываться на системном анализе и оценке соответствующих показателей [12].
3. Развивать спрос на продукт или услугу своего предприятия. Для этого рекомендуется внедрять стандарты качества, расширять правовую базу потребителей, распространять достоверную информацию о предоставляемом товаре или услуге [6].
4. Мотивировать предприятие к реализации более глобальной стратегии развития, эффективности и конкурентоспособности.
5. Оценивать уровень конкурентоспособности в динамике. Это даст предприятию возможность прогнозировать дальнейшие изменения.
6. Сделать так, чтобы оценка была осуществима на практике при наличии конкурентной среды, состоящей из крупных конкурентов с различными объемами производства [9].

Рассмотрим на реальном примере, как осуществляется борьба с конкурентами. Компания “Samsung” («Самсунг») – южнокорейский производитель, который уже много лет подряд занимает первые строчки в мировых рейтингах и является конкурентом американской компании “Apple”. В России по итогам 2020 г. компания “Samsung” заняла 28 % рынка. Рассмотрим стратегию компании, которая вывела ее на такой уровень, тем самым почти обеспечив победу над конкурентами, и разберем, какие же пути повышения конкурентоспособности она использует:

1. Повышение качества управления: в 2020 г. было объявлено о прекращении передачи прав на управление компанией по наследству. Также “Samsung” перестанет пресекать попытки сотрудников организовывать профсоюзы.

2. Повышение организационно-технического уровня производства: на сегодняшний день компания “Samsung” – это единственный производитель смартфонов в мире, осуществляющий полный цикл производства – от исследований и разработки до производства, постпродажного сервиса и авторизованных сервисов по всему миру.

3. Внедрение стратегического маркетинга «входа» предприятия на рынок: каждая дочерняя компания должна разработать и вывести на рынок хотя бы один продукт, способный занять лидирующую позицию.

4. Комплектующие для сборки производятся на заводах самого концерна, благодаря чему производитель может смело отвечать за качество своего товара. Кроме того, это позволяет инженерам использовать все возможности аппаратного и программного обеспечения, гарантирует идеальную сборку и настройку, бесперебойную работу и надежность.

5. Совершенствование организации инновационной деятельности: компания не закупает готовые серийные решения, а сама разрабатывает инновационные продукты. Одной из последних уникальных разработок компании являются современные AMOLED-

дисплеи, обеспечивающие самую точную цветопередачу.

6. Компания выпускает на рынок большое количество линеек мобильных устройств в разных ценовых сегментах – от начального уровня до флагманов.

7. Цель компании – создание инновационных продуктов и услуг. Управление “Samsung” стремится к тому, чтобы культура инноваций пронизывала всю их корпоративную деятельность. Таким образом, компания приближается к построению экосистемы для разработки новой инновационной продукции, которая будет обладать большим спросом на современном рынке [5].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что повышение конкурентоспособности тесно связано с разработкой и реализацией определенных стратегических направлений. Стратегии повышения конкурентоспособности предприятия должны быть не узко обеспеченными и функциональными, а комплексными со своим стратегическим набором и базовыми логическими инструментами современного менеджмента. Таким образом, стабильный рост конкурентоспособности предприятия может быть осуществлен только при условии непрерывного и длительного совершенствования детерминантов конкурентоспособности.

Литература

1. *Илатова А.* Повышение конкурентоспособности предприятия // Генеральный Директор. – URL: <https://www.gd.ru/articles/11527-povyshenie-konkurentosposobnosti/> (дата обращения: 15.05.2021).
2. *Захаров А.Н., Зокин А.А.* Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. – 2013. – № 1-2.
3. *Габибова М.Ш.* Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/134/8220/> (дата обращения: 19.05.2021).
4. *Криворотов В.В.* Механизм повышения конкурентоспособности отечественных предприятий. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2013.
5. Официальный сайт компании “Samsung”. – URL: <https://www.samsung.com/ru/> (дата обращения: 25.05.2021).
6. *Дивеева С.А.* Эффективность ценообразования как фактор конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. – 2014. – № 4-2. – С. 121–125.
7. *Lall S.* Competitiveness Indices and Developing Countries: An Economic Assessment of the Global Competitiveness Report // World Development. – 2001. – Vol. 29. – No. 9. – P. 1501–1525.
8. *Morozova L.S., Morozov V.Y., Havanova N.V., Litvinova E.V., Arifullin M.V., Rozhdestvenskaya I.A.* Improving the competitiveness of individual workforce in the formation of a region’s labor potential // International Journal of Recent Technology and Engineering. – 2019. – Vol. 8. – No. 2. – P. 3996–4000.
9. *Yastrebov A.P., Yastrebova V.A.* Information Support of Strategic Tasks of Improving Quality and Competitiveness // Proceedings of the 2017 International Conference “Quality Management, Transport and Information Security, Information Technologies” (St. Petersburg, 23–30 September, 2017). – SPB: Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., 2017. – P. 298–301.
10. *Sandrakova I.V., Spryzhkova A.S., Shmeleva Z.H., Stupina A.A., Yushkova L.V.* The Competitiveness of the Enterprise as Factor of Its Market Superiority // International Scientific Conference “AgriTech – 2019: Agribusiness, Environmental Engineering and Biotechnologies” (Krasnoyarsk, 20–22 June, 2019). – Krasnoyarsk: Institute of Physics and IOP Publishing Limited, 2019. – P. 22063.
11. *Tyukhtenko N.A., Makarenko S.M., Olinyk N.M.* Increasing competitiveness of the enterprise by improving logistic strategy of distribution of production and supply of raw materials // Науковий вісник Полісся. – 2018. – No. 2-2 (14). – P. 56–63.
12. *Balkyte A., Tvaronavicine M.* Perception of Competitiveness in the Context of Sustainable Development: Facets of “Sustainable Competitiveness” // Journal of Business Economics and Management. – 2010. – Vol. 11. – No. 2. – P. 341–365.

Информация об авторах

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

E-mail: dinara.mm@yandex.ru

Борисова Камилла Юрьевна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: kamilla.borisova2000@yandex.ru

Загидуллина Зарина Фархатовна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: zarina1zagidullina@gmail.com

Исмагилова Зарина Эмилевна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: zarinaismagiлова2002@mail.ru

Маннапова Алия Рашадовна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: aliya1802@list.ru

Фасхутдинова Миляуша Ирековна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: faskhutdinova01.01@mail.ru

D.M. SHAKIROVA,

PhD in Social Sciences, Associate Professor

Kazan State Power Engineering University

K.YU. BORISOVA,

Student

Kazan State Power Engineering University

Z.F. ZAGIDULLINA,

Student

Kazan State Power Engineering University

Z.E. ISMAGILOVA,

Student

Kazan State Power Engineering University

A.R. MANNAPOVA,

Student

Kazan State Power Engineering University

M.I. FASKHUTDINOVA,

Student

Kazan State Power Engineering University

WAYS TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Abstract. In this article, the concepts of “competitiveness” and “enterprise competitiveness”, as well as the types of competition, were studied. Currently, this criterion plays a very important role in the development of the organization at various stages of its existence. Competition is divided into only three types: functional, specific, and subject. The level of competitiveness strongly depends on various factors, which are divided into external and internal. It allows you to achieve certain goals when there is resistance from other market participants. The main ways of increasing the competitiveness of the enterprise, a set of various measures were considered, and certain tasks that require special attention were identified. The strategy of one of the most famous smartphone companies – the South Korean leader in the global market – Samsung was also studied. We determined its feature of the organizational and technical level of production, which is no longer possessed by any of the manufacturers of mobile devices on the market. We reviewed the strategy and current marketing of the organization, based on

ways to increase competitiveness, and were convinced of its productivity. We also identified the main goal of Samsung's activities, which is to introduce various innovations in production.

Keywords: competitiveness; enterprise competitiveness; competition, competitiveness improvement; market; demand; competitiveness assessment.

References

1. *Ipatova A.* Improving the competitiveness of the enterprise. – URL: <https://www.gd.ru/articles/11527-improvingcompetitiveness> (date accessed 15.05.2021).
2. *Zakharov A.N., Zokin A.A.* Competitiveness of the enterprise: the essence, methods of evaluation and mechanisms of increase // *Business and Banks*. – 2013. – No. 1–2.
3. *Gabibova M.Sh.* Ways to improve the competitiveness of the enterprise. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/134/8220> (date accessed: 19.05.2021).
4. *Krivorotov V.V.* The mechanism of increasing the competitiveness of domestic enterprises. – Yekaterinburg: UGTU-UI, 2013.
5. Official site Samsung. – URL: <https://www.samsung.com/ru/> (date accessed: 25.05.2021).
6. *Diveeva S.A.* Efficiency of pricing as a factor of enterprise competitiveness // *A young scientist*. – 2014. – No. 4.2. – P. 121–125.
7. *Lall S.* Competitiveness Indices and Developing Countries: An Economic Assessment of the Global Competitiveness Report // *World Development*. – 2001. – Vol. 29. – No. 9. – P. 1501–1525.
8. *Morozova L.S., Morozov V.Y., Havanova N.V., Litvinova E.V., Arifullin M.V., Rozhdestvenskaya I.A.* Improving the competitiveness of individual workforce in the formation of a region's labor potential // *International Journal of Recent Technology and Engineering*. – 2019. – Vol. 8. – No. 2. – P. 3996–4000.
9. *Yastrebov A.P., Yastrebova V.A.* Information Support of Strategic Tasks of Improving Quality and Competitiveness // *Proceedings of the 2017 International Conference "Quality Management, Transport and Information Security, Information Technologies"* (St. Petersburg, 23–30 September, 2017). – SPB: Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., 2017. – P. 298–301.
10. *Sandrakova I.V., Spryzhkova A.S., Shmeleva Z.H., Stupina A.A., Yushkova L.V.* The Competitiveness of the Enterprise as Factor of Its Market Superiority // *International Scientific Conference "AgriTech – 2019: Agribusiness, Environmental Engineering and Biotechnologies"* (Krasnoyarsk, 20–22 June, 2019). – Krasnoyarsk: Institute of Physics and IOP Publishing Limited, 2019. – P. 22063.
11. *Tyukhtenko N.A., Makarenko S.M., Olinyk N.M.* Increasing competitiveness of the enterprise by improving logistic strategy of distribution of production and supply of raw materials // *Науковий вісник Полісся*. – 2018. – No. 2-2 (14). – P. 56–63.
12. *Balkyte A., Tvaronavicine M.* Perception of Competitiveness in the Context of Sustainable Development: Facets of "Sustainable Competitiveness" // *Journal of Business Economics and Management*. – 2010. – Vol. 11. – No. 2. – P. 341–365.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330.8

АЛСАИЕД ГЕНА,
соискатель степени кандидата экономических наук
Казанский (Приволжский) федеральный университет

ТЕОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: ЭВОЛЮЦИЯ И ОСНОВНЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Аннотация. К числу наиболее актуальных в экономике относятся вопросы, связанные с ее ростом. Экономический рост представляет собой процесс, при котором реальный доход на душу населения страны увеличивается в течение продолжительного времени. На современном этапе проблемы экономического роста остаются одними из важнейших для любой страны. Это связано с необходимостью достижения хороших темпов экономического роста и высокого качества его наполнения. Экономический рост ведет к увеличению благосостояния страны в целом, расширению ее потенциала в борьбе с бедностью и безработицей и решению других социальных проблем. В рамках теорий экономического роста экономисты объяснили многие факторы, влияющие на него. Рост населения, особенно работающего, технические знания, прогресс и рост международной торговли являются факторами, ведущими к увеличению экономического роста.

В статье обсуждаются основные существующие теории экономического роста, их методологические предположения и особенности. Рассматриваются три основных направления современной теории экономического роста: неокейнсианское, неоклассическое, эндогенное. Отмечается роль инвестиций в физический и человеческий капитал, открытости и сильных экономических институтов в превращении относительно бедных экономик в центры экономической мощи.

Ключевые слова: экономическая система, экономический рост, экономическое развитие, факторы экономического роста, неокейнсианская теория, неоклассическая теория, теория эндогенного экономического роста.

Экономический рост представляет собой главное, значимое, фундаментальное понятие в глобальной экономике. Кроме того, можно сказать, что уровень и темпы экономического роста являются основными показателями благополучия [28]. В научных источниках предлагаются разные определения концепции «экономический рост». В работе [9] экономический рост определяется как количественная и объемная концепция совершенствования экономической системы, проявляющаяся в наращивании масштабов экономики. Это наиболее известная мера экономического роста. В работе [15] экономический рост определяется как увеличение масштабов совокупного производства и потребления в стране, характеризующее прежде всего такими макроэкономическими показателями, как валовой национальный

продукт (ВНП), валовой внутренний продукт (ВВП) и национальный доход (НД). Экономический рост рассматривается также как прирост населения и производства, повышающий уровень и темпы развития народного хозяйства, экономических возможностей страны, национальной экономики в целом [21]. Отметим, что экономический рост часто понимается как увеличение объемов созданных за определенный период товаров и услуг [1].

Ряд исследователей считают понятие «экономический рост» синонимом понятия «экономическое развитие». Однако различие между этими понятиями есть, на что первым обратил внимание Й. Шумпетер. Экономический рост определен им как количественные и объективные преобразования в структуре производства и потребления одинаковых товаров и услуг

в течение времени [19]. Экономическое развитие же понимается как позитивные качественные изменения, инновации и новые бизнес-идеи в производстве, продуктах и услугах в областях управления, в других областях жизни и экономической деятельности.

На макроуровне экономический рост количественно характеризуется следующими показателями: реальный ВВП, реальный ВВП, реальный НД. Региональный экономический рост характеризуется темпом роста или прироста реального валового регионального продукта (ВРП) [1]. Эти макроэкономические и региональные показатели рассчитывают в целом или на душу населения.

Следует отметить, что достижение экономического роста требует эффективной реализации целой системы факторов. В качестве основных факторов основоположник классической теории экономического роста А. Смит в своей известной работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» выделил труд, землю и капитал. К основным причинам экономического роста были отнесены работающее население страны, занятое в производственном труде, и накопление капитала. Предварительным условием экономического роста является наличие рынков, достаточно больших для поглощения производимой продукции [27]. Отмечается А. Смитом также важная роль технологического прогресса.

Представители разных направлений экономической мысли использовали идеи А. Смита в качестве основы для различных теорий экономического развития. В работах Д. Рикардо и Дж. Милля изучается влияние технологий на рост экономики. Ими указывается, что определенный уровень благосостояния и процветания государства снабжается экстенсивным развитием, в то время как рост экономики во многом пробавляется трудом квалифицированных и опытных кадров [2].

Наиболее видным представителем классической политической экономии является Т. Мальтус, взгляды которого на экономический рост были пессимистичными. Он указывал, что человечество неизбежно столкнется с истощением Земли, если пропорции между ростом населения и средствами к существова-

нию сохранятся, когда население значительно вырастет [7]. В связи с этим он призывал к благоразумию, к тому, чтобы ограничить рост населения, прежде всего беднейшими слоями. Расчеты, сделанные Мальтусом, не были полностью точны, однако в XX в. в рамках теории эндогенизации роста населения использовалась его идея об убывающей отдаче факторов производства [7].

Классическая теория экономического роста была радикально пересмотрена Карлом Марксом. В своем исследовании «Капитал» (1867) он пришел к следующему выводу [7]: рост капиталовооруженности труда приводит к тенденции извлечения прямого человеческого труда из производства, все большее значение в обществе уделяется научному труду. При этом рост производства связан с совершенствованием технологий.

Теория, призванная прояснить изменения и преобразования в уровне экономической активности, была разработана Дж. Кейнсом. Согласно этой теории снижение доходов при экономической стагнации и увеличении безработицы приводит к снижению потребления и сбережений, а также инвестиций. Указывается, что в условиях, когда нет рыночных рычагов для увеличения совокупного спроса, необходимо оживить деловую активность в экономике. На основе этой теории дается следующая рекомендация: правительство должно вмешаться в экономические процессы, проводя меры макроэкономической, а именно фискальной политики [31].

Основное предположение Дж. Кейнса заключается в следующем: решающим условием для сбалансированного и равновесного экономического роста можно считать увеличение совокупного спроса [31]. Отметим, что на категории совокупного спроса основаны кейнсианские теории роста. В предложенной Кейнсом макроэкономической модели основным фактором роста в краткосрочной перспективе являются инвестиции, при этом не учитываются факторы, от которых зависит длительный устойчивый рост экономики [10]. Попытку динамизировать кейнсианскую модель для нахождения баланса в длительной перспективе предприняли американский и британский экономисты Е. Домар и Р. Харрод [28].

Следует отметить, что современные теории экономического роста эволюционируют в контексте неоклассического, неокейнсианского и посткейнсианского направлений [20].

Основные положения неокейнсианской теории экономического роста были сформулированы Е. Домаром и Р. Харродом. Сторонником кейнсианской школы Р. Харродом предложено фундаментальное уравнение роста экономики. Е. Домар занимался решением следующей задачи: каковы условия и ситуация, дающие сбалансированный рост спроса и производственных мощностей. Разработанные ими теории, дополняющие друг друга, известны в экономической науке как теория Харрода – Домара [17].

В моделях Харрода и Домара большое внимание уделяется анализу факторов роста [10]. Согласно предположениям ученых, темпы роста НД можно считать постоянными в определенных ситуациях в экономике. В этих ситуациях должны выполняться следующие условия: величина капиталоемкости постоянна (из-за нейтрального технического прогресса) и склонность к сбережению в долгосрочном периоде не меняется (гарантированный темп роста по Харроду). При такой ситуации средняя склонность к сбережению определяется как доля сбережений в НД. Основной вывод: динамическое равновесие в экономике может быть достигнуто, если существует гарантированный темп роста при постоянной норме накопления и капиталоемкости [10]. В случае отклонения от динамического равновесия и невозможности возвращения к нему самостоятельно указывается на необходимость государственного регулирования рыночной экономики [13]. Теория Харрода – Домара имеет определенные ограничения, которые представлены в работе [31]. Отметим, что данная теория не придает важности техническому прогрессу.

Неоклассические теории экономического роста появились позже неокейнсианских. Они были ответом создателям и сторонникам неокейнсианских теорий с их выводами о необходимости государственного вмешательства в экономику из-за неизбежной нестабильности роста рыночной экономики [8].

В неоклассической экономической теории модели роста экономики представлены произ-

водственными функциям (ПФ). Первой такой моделью была производственная функция Кобба – Дугласа [10]. В этой модели выпуск продукции определялся лишь двумя факторами: количество трудозатрат и вложенный капитал [23]. В 1962 г. эта классическая модель была развита Яном Тинбергеном за счет введения в ПФ такого показателя, как «фактор времени», что позволило учитывать влияние научно-технического прогресса на экономическое развитие страны [18].

Результаты работ Сванна (1956) [34] и Солоу (1956, 1957) [32,33] легли в основу первоначальной модели неоклассической теории роста, построенной на основе классической двухфакторной ПФ Кобба – Дугласа [30]. Модель Солоу характеризуется расширенным составом факторов. В ПФ им дополнительно введен экзогенный технический прогресс как фактор экономического роста (называемый «остатком Солоу») [12].

В модели Солоу норма сбережений устанавливается заданной экзогенно. Этот недостаток был преодолен в неоклассической модели роста Рамсея – Касса – Купманса, которая представляет собой модель равновесного экзогенного экономического роста [28]. Для этой модели в условиях совершенной конкуренции определяется траектория потребления и сбережений [5]. Эта модель основана на работе Фрэнка Рамсея 1928 г., в которой рассматривается проблема оптимального уровня сбережений. В модели Рамсея норма сбережений является эндогенной и зависит от решений потребителей [28].

В рамках неоклассических теорий труд и капитал считаются важнейшими факторами роста. Им приписывается также роль научно-технического прогресса как необъяснимого, экзогенно указанного фактора [14].

В 80–90-х гг. XX в. исследователи заговорили о «теориях нового роста». В них технический прогресс включен в качестве эндогенного фактора в модели роста. Среди причин, которые способствовали созданию моделей эндогенного роста, отмечаются важная роль технического прогресса и недостатки неоклассической теории [16]. Моделью Солоу показано, что государство не сможет оказывать долгосрочного

влияния на темпы роста посредством инструментов экономической политики, необходимо его влияние на норму сбережений. П. Ромер показал, что в теории экономического роста не имеет значения, что делает правительство, при внешних технологических изменениях и внешнем росте населения [31].

Теории эндогенного роста не поддерживают неоклассическую гипотезу о падающей предельной капиталоемкости: предполагается воздействие масштаба производства на всю экономику в целом, придается слишком большое значение влиянию внешних факторов на отдачу от инвестиций [4]. Факторы, характеризующие величины интенсивных качественных определителей экономического роста, представлены в работе [31].

Теории эндогенного роста возражают против вмешательства государственных органов в процесс экономического роста. При этом можно выделить два их вида. Первый включает в себя теории П. Ромера (1989) и Р. Лукаса (1988) [4]. В них основным фактором экономического роста является человеческий капитал. Во втором ключевым фактором выступают научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Яркими представителями теории эндогенного технологического прогресса являются Ф. Агийон и П. Хоувитт. В этой теории экономический рост обуславливается технологическим прогрессом [16].

Таким образом, с помощью теорий эндогенного роста можно установить взаимосвязь между системами экономического роста и процессами приобретения новых знаний. В этих теориях анализируются темпы экономического роста отдельных стран и причины их различий, а также изучается влияние интеграционных процессов и процессов международной торговли на темпы роста экономики [4].

Географические, культурные и институциональные условия оказывают большое воздействие на экономическое развитие страны. Джаред Даймонд, американский биогеограф, в своих работах указал важную причину изучения им влияния географических факторов на экономическое развитие. В своей теории он с точки зрения биогеографических условий объяснил успех экономического развития Ев-

ропы в доиндустриальную эпоху по сравнению с другими регионами мира [3].

Дж. Даймонд утверждал, что корни сравнительного развития лежат в ряде экологических преимуществ, которыми жители Евразии пользовались при переходе от экономики охотников-собирателей к сельскому хозяйству и пастырскому производству (неолитическая революция). Эти преимущества включали в себя больший размер Евразии по сравнению с другими континентами, ее начальные биологические условия (разнообразие животных и растений, доступных для приручения в доисторические времена) и ориентацию с востока на запад, что способствовало распространению сельскохозяйственных инноваций. Опираясь на эти географические преимущества, Евразия получила демографический взрыв и более раннее ускорение технологических инноваций с долгосрочными последствиями при сравнительном развитии [24].

Особая роль в современных теориях экономического роста отводится экономическим институтам. Экономическая система непосредственным образом связана с институтами, поскольку они организуют взаимоотношения между людьми и снижают неопределенность. Институты представляют собой набор формальных и неформальных законов, определяющих деятельность экономических агентов, являясь при этом подходящими механизмами управления за приверженность традициям и их сохранение [11]. Неформальные правила включают в себя традиции, обычаи и кодексы поведения, формальные – конституции, законодательства и права собственности.

Экономические институты определяются как механизмы организации экономической деятельности и структуры контроля над конкретными отношениями и включают в себя [11]:

- механизмы социальных регуляторов взаимодействия между экономическими агентами (законы и стандарты поведения);
- организации или структуры управления, которые определяют, как взаимодействуют (сотрудничают или конкурируют) хозяйственные единицы.

Представленные в научной литературе эмпирические данные о росте доходов и разнице

в них между странами свидетельствуют о положительном влиянии экономических институтов, что означает, что лучшие из них содействуют долгосрочному экономическому росту и страны с высоким уровнем дохода на душу населения имеют лучшие институты [25].

Определение институтов связано с тем, что они играют важную и эффективную роль в формировании человеческого взаимодействия в обществе [29]. Асемоглу и Робинсон подчеркивают важность институтов для улучшения экономического роста и развития страны [22].

Согласно Кругману, хотя рабочая сила и зависит от роста населения и иммиграции, производительность рабочей силы тесно связана с уровнем образования, способностями и состоянием здоровья рабочих. В частности, инвестиции в образование и человеческий капитал ускоряют экономический рост за счет создания квалифицированной рабочей силы [26]. Кругман предупреждает, что современные технологии представляют опасность для квалифицированного труда и что развитие техники снижает важность многих человеческих способностей [6]. Об этом свидетельствуют многочисленные прогнозы относительно рынка квалифицированного труда. Этот рынок может сильно пострадать вследствие развития интеллектуальных технологий обработки больших данных, например, технологий нейронных сетей и мягких вычислений.

Заключение

Высокий уровень экономического роста — одна из главных целей экономической политики многих стран мира. На протяжении всей истории целью теорий экономического роста было определение необходимых условий, способствующих этому росту. Современные теории экономического роста базируются на следующих подходах: неокейнсианском, неоклассическом и эндогенного роста. С помощью этих теорий экономисты объясняют экономические факторы и их воздействие на рост экономики.

Также можно отметить, что эволюция теоретических подходов к экономическому росту в настоящее время достигла такого уровня,

при котором образование считается ключевым фактором процессов роста и конкурентоспособности на международном рынке, а также элементом, с помощью которого многие страны завоевывают конкурентные преимущества и развивают национальные стратегии. Необходимо понимать роль и значение образования в экономических теориях, чтобы рассматривать его как фактор экономического роста.

Литература

1. *Алсаиед Г.* Современный региональный экономический рост: основные факторы и методы моделирования // Экономика в меняющемся мире: сборник научных трудов IV Всероссийского экономического форума (Казань, 29 апреля 2020 г.). — Казань: Издательство Казанского университета, 2020. — С. 100–103.
2. *Борисова Е.В.* Формирование современных теорий экономического роста // Вестник российского университета кооперации. — 2017. — № 2 (28). — С. 15–17.
3. *Веселов Д.А.* Теория экономического роста: новые методы и возможности // Журнал новой экономической ассоциации. — 2017. — № 2 (34). — С. 176–180.
4. *Ивасенко А.Г., Никонова Я.И., Казаков В.В., Канов В.И.* История экономических учений: учебное пособие — М.: Флинта, 2015. — 270 с. — URL: <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785976524194.html>.
5. *Коростелева А.М., Коростелева Т.А.* Рабочая программа и методические рекомендации по выполнению научно-исследовательских и творческих работ по дисциплине «Макроэкономика» (продвинутый уровень). — СПб: Университет ИТМО, 2016. — 105с.
6. *Кругман П.* Эволюция человеческого капитала // ИноСМИ.ru. — 2013. — URL: <https://inosmi.ru/world/20130702/210588068.html>.
7. *Лавров Е.И., Лавров Е.И., Капогузов Е.А.* Экономический рост: теории и проблемы. — Омск: Издательство Омского государственного университета, 2006. — 214 с.
8. *Лаврухина И.А.* История экономических учений: пособие для студентов экономического факультета. — Минск: БГУ, 2008. — 336 с.
9. *Лопатников Л.И.* Экономико-математический словарь: словарь современной экономической науки. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Дело, 2003. — 520 с.

10. Лузина И.А., Малых О.Е., Стебунова Е.С. История экономики и экономических учений. – Уфа: ДизайнПолиграфСервис, 2000. – Ч. 3. – 80 с.
11. Макареня Т.А., Хазагаева И.Ц. Экономические институты и цикличность развития // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 10. – С. 2–6.
12. Миролюбова Т.В., Ворончихина Е.Н. Определение ключевых направлений региональной экономической политики на основе эконометрического моделирования и прогнозирования регионального экономического роста // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2015. – № 4 (27). – С. 80–91.
13. Полидуц А.А. Природа экономического роста и факторы, на него влияющие // Вестник челябинского государственного университета. – 2015. – № 11 (366). – С. 113–120.
14. Пономарева Е.А., Божечкова А.В., Кнобель А.Ю. Факторы экономического роста: научно-технический прогресс. – М.: Дело, 2012. – 186 с.
15. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. – М.: Инфра-М, 1999. – 479 с.
16. Тараканов Г.И. Эволюция теории экономического роста во второй половине XX века // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 3 (23). – С. 50–54.
17. Хлыбова О.А. Генезис теории экономического роста в контексте развития инфраструктурных отраслей // Известия Петербургского университета путей сообщения. – 2013. – № 1 (34). – С. 187–193.
18. Шкодинский С.В., Черных Ю.В. Эволюция теорий экономического роста и развития // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2015. – № 1. – С. 24–29.
19. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.
20. Экономика: учебник / под ред. А.С. Булатова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономисты, 2004. – 896 с.
21. Антинази А. Энциклопедия социологии (2009) // Словари и энциклопедии на Академике. – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/4750>.
22. Acemoglu D., Johnson S., Robinson J. Institutions as the Fundamental Cause of Long-Run Growth // Handbook of Economic Growth / ed. by P. Aghion, S. Durlauf. – North Holland: Elsevier, 2005. – P. 386–472.
23. Cobb C.W., Douglas P.H. A Theory of Production // American Economic Review. – 1928. – Vol. 18. – P. 139–165.
24. Diamond J. Guns, Germs and Steel: The Fates of Human Societies. – N.Y.: W.W. Norton & Company, 1997. – 489 p.
25. Vieira F.V., Damasceno A.O. An Investigation on the Role of Institutions for Income and Growth Models // Economia Aplicada. – 2016. – Vol. 15. – Is. 3. – P. 339–368.
26. Krugman P. Defining and Measuring Productivity. – 1994. – URL: <https://www.oecd.org/sdd/productivity-stats/40526851.pdf>.
27. Lanza V. The Classical Approach to Capital Accumulation, Classical theory of Economic Growth. – Umeå: Umeå University, 2012. – 57 p.
28. Piętak L. Review of Theories and Models of Economic Growth // Comparative Economic Research. – 2014. – Vol. 17. – Is. 1. – P. 45–60.
29. North D. Institutions, Institutional Change, and Economic Performance. – 1 ed. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 164 p.
30. Schiliro D. A Glance at Solow's Growth Theory // Journal of Mathematical Economics and Finance. – 2017. – Vol. 3. – Is. 2 (5). – P. 83–103.
31. Sharipov I. Contemporary Economic Growth Models and Theories: A Literature Review // CES Working Papers. – 2015. – Vol. 7. – Is. 3. – P. 759–773.
32. Solow R.M. A Contribution to the Theory of Economic Growth Quarterly // Journal of Economics. – 1956. – Vol. 70. – Is. 1. – P. 65–94.
33. Solow R.M. Technical Change and the Aggregate Production Function // The Review of Economics and Statistics. – 1957. – Vol. 39. – Is. 3. – P. 312–320.
34. Swan T.W. Economic Growth and Capital Accumulation // Economic Record. – 1956. – Vol. 32. – Is. 2. – P. 334–361.

Информация об авторе

Алсаиед Гена, соискатель степени кандидата экономических наук, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: gheenaalsaiied@gmail.com

ALSAIED GHENA,
Applicant for PhD degree in Economics
Kazan (Volga region) Federal University

THEORY OF ECONOMIC GROWTH: EVOLUTION AND BASIC METHODOLOGICAL PROVISIONS

Abstract. Growth is one of the most enduring questions in economics. Economic growth is process by which the real per capita income of a country increases over a period of time. The problems of economic growth at the present stage remain one of the most important for any country. This is due to need to achieve acceptable rates of economic growth and its high-quality content. Economic growth leads to an increase in the welfare of the country as a whole, expansion of its potential in the fight against poverty, unemployment and solve other social problems. Within the framework of economic growth theories, economists have explained economic factors and their impact on economic growth. Growth of population, particularly working population, technical knowledge and progress and growth of foreign trade are the factors leading to increased economic growth.

The article discusses main existing theories of economic growth, their methodological assumptions and features. Three main directions of modern theory of economic growth are considered: neo-Keynesian, neoclassical, and endogenous. The role of investment in physical and human capital, openness and strong economic institutions is noted in transformation of relatively poor economies into economic powerhouses.

Keywords: economic system, economic growth, economic development, factors of economic growth, economic growth models, neo-Keynesian theory, neoclassical theory, theory of endogenous economic growth.

References

1. *Alsaied G.* Modern regional economic growth: main factors and modeling methods // In the collection: International Conference on Economy in a Changing World, Kazan, Russia. – 2020. – P.100–103.
2. *Borisova E.V.* Formation of modern economic growth theories // Bulletin of the Russian University of Cooperation. – 2017. – No. 2 (28). – P. 15–17.
3. *Veselov D.A.* Theory of economic growth: new methods and opportunities // Journal of the New Economic Association. – 2017. – No. 2 (34). – P. 176–180.
4. *Ivasenko A.G.* History of Economic Thought. – Moscow: Flint, 2015. – 270 p. – URL: <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785976524194.html>.
5. *Korosteleva A.M., Korosteleva T.A.* Work program and methodical recommendation for the implementation of research and creative work in the discipline “Macroeconomics”. – St.-Petersburg: ITMO University, 2016. – 105 p.
6. *Krugman P.* The evolution of human capital. – 2013. – URL: <https://truthout.org/articles/the-evolution-of-human-capital/>.
7. *Lavrov E.I., Kapoguzov E.A.* Economic growth: theories and problems: Manual. – Omsk: OMSU publishing house, 2006. – 214 p.
8. *Lavrukina I.A.* History of Economic Thought: manual for students of the Faculty of Economics. – Minsk: BSU, 2008. – 336 p.
9. *Lopatnikov L.I.* (2003). Economic and mathematical dictionary. – Moscow: Delo, 2003. – 520 p.
10. *Luzina I.A., Malykh O.E., Stebunova E.S.* History of Economics and Economic Thought. – Ufa, 2000. – 80 p.
11. *Makarenko T.A., Hazagayeva I.T.* Economic institutes and recurrence of development // Regional Economics: Theory and Practice. – 2013. – No. 10. – P. 2–6.
12. *Mirolyubova T.V., Voronchikhina E.N.* Determination of regional economic policy key areas based on econometric modeling and the forecasting of regional economic growth // Bulletin of Perm University. Series: Economy. – 2015. – No. 4(27). – P. 80–91.
13. *Poliduts A.A.* The nature and factors of economic growth // Bulletin of Chelyabinsk State University. – 2015. – No 11(366). – P. 113–120.
14. *Ponomareva E.A., Bozhechkova A.V., Knobel A.Yu.* Factors of Economic Growth: Scientific and Technical Progress. – Moscow: Delo, 2012. – 186 p.

15. Raizberg B.A., Lozovsky L.Sh., Starodubtseva E.B. Modern Economic Dictionary. – M.: Infra-M, 1999. – 479 p.
16. Tarakanov G.I. Evolution of the theory of economic growth in the second half of the XX century // Problems of modern economy. – 2007. – No. 3. – P. 50–54.
17. Hlibova O.A. Genesis of economic growth theory in the context of infrastructure sectors development // Proceedings of Petersburg Transport University. – 2013. – No. 1(34). – P. 187–193.
18. Shkodinsky S., Chernykh I. The evolution of the theories of economic development // Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Economics. – 2015. – No. 1. – P. 24–29.
19. Schumpeter A. Theory of Economic Development. – New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers, 1981. – 320 p.
20. Economics: textbook ed. by A. Bulatov. 3rd ed. – Moscow: Economists., 2004.
21. Encyclopedia of Sociology. Antinazi. 2009 // Internet-portal “Dictionaries and Encyclopedias on the Academician”. – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/4750>.
22. Acemoglu D., Johnson S., Robinson J. Institutions as the Fundamental Cause of Long-Run Growth // Handbook of Economic Growth / ed. by P. Aghion, S. Durlauf. – North Holland: Elsevier, 2005. – P. 386–472.
23. Cobb C.W., Douglas P.H. A Theory of Production // American Economic Review. – 1928. – Vol. 18. – P. 139–165.
24. Diamond J. Guns, Germs and Steel: The Fates of Human Societies. – N.Y.: W.W. Norton & Company, 1997. – 489 p.
25. Vieira F.V., Damasceno A.O. An Investigation on the Role of Institutions for Income and Growth Models // Economia Aplicada. – 2016. – Vol. 15. – Is. 3. – P. 339–368.
26. Krugman P. Defining and Measuring Productivity. – 1994. – URL: <https://www.oecd.org/sdd/productivity-stats/40526851.pdf>.
27. Lanza V. The Classical Approach to Capital Accumulation, Classical theory of Economic Growth. – Umeå: Umeå University, 2012. – 57 p.
28. Piętak L. Review of Theories and Models of Economic Growth // Comparative Economic Research. – 2014. – Vol. 17. – Is. 1. – P. 45–60.
29. North D. Institutions, Institutional Change, and Economic Performance. – 1st ed. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 164 p.
30. Schiliro D. A Glance at Solow’s Growth Theory // Journal of Mathematical Economics and Finance. – 2017. – Vol. 3. – Is. 2 (5). – P. 83–103.
31. Sharipov I. Contemporary Economic Growth Models and Theories: A Literature Review // CES Working Papers. – 2015. – Vol. 7. – Is. 3. – P. 759–773.
32. Solow R.M. A Contribution to the Theory of Economic Growth Quarterly // Journal of Economics. – 1956. – Vol. 70. – Is. 1. – P. 65–94.
33. Solow R.M. Technical Change and the Aggregate Production Function // The Review of Economics and Statistics. – 1957. – Vol. 39. – Is. 3. – P. 312–320.
34. Swan T.W. Economic Growth and Capital Accumulation // Economic Record. – 1956. – Vol. 32. – Is. 2. – P. 334–361.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.14

С.И. ГРУДИНА,

кандидат экономических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ТЕОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭНТРОПИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Аннотация. Статья посвящена развитию теории энтропии региональных социально-экономических систем. Цель статьи – выявить особенности развития энтропии региональных социально-экономических систем. В статье использованы методики математической прикладной теории, статистики, на основе которых рассчитаны коэффициенты энтропии по федеральным округам Российской Федерации. Автором формулируется понятие «энтропия региональной социально-экономической системы». Формулировка является новаторской, поскольку в ранее проводимых научных исследованиях нематериального капитала региона внимание уделялось частным финансовым аспектам, таким, как инвестиции в нематериальные активы на душу населения, стоимость регионального бренда и др. Процессы развития уникальной региональной энтропии до сих пор остаются малоизученными.

В статье приводится авторская трактовка категории «энтропия региональной социально-экономической системы», которая определяется как совокупность симультанно развивающихся факторов потери устойчивого развития региона. Автором всесторонне анализируется влияние параметров устойчивости и энтропии на развитие региональных социально-экономических систем. В результате исследования энтропии социально-экономических систем выявлено влияние качественных и количественных факторов развития региона, таких, как институциональный, экологический, социальный, экономический, временной [1]. Рассматривается влияние выявленных параметров на развитие региональных социально-экономических систем, а также различные варианты избегания потенциальной рецессии.

Ключевые слова: энтропия региональной социально-экономической системы, нематериальный капитал региона, устойчивое развитие, федеральный округ, социально-экономическая система.

Теория развития энтропии социально-экономических систем является важной основой успешной реализации стратегий в области устойчивого развития. Моделирование факторов развития региональных социально-экономических систем симультанно отражает рост параметров нестабильности, что связано во многом с ростом социальной напряженности и нарастающими последствиями финансово-экономических кризисов различного происхождения [3]. Для оправдания нестабильности применяется самая разная методология: от теории волновых процессов до становления «нового уклада общества», что является следствием нарастания энтропии [4].

В данном исследовании раскрывается актуальность формирования оптимальной стра-

тегии развития социально-экономических систем в области региональной экономики как противовеса процессам нарастающей энтропии. Под энтропией развития социально-экономической системы региона подразумевается нарушение «естественного порядка вещей», определяемое как совокупность нелинейно развивающихся факторов потери устойчивого развития региона, т. е. когда правила и постулаты устойчивого развития не способствуют устойчивости социально-экономических систем вследствие нелинейности этого развития. Этот процесс может привести либо к трансформации и выходу на новый качественный уровень, либо к деградации и затиханию первоначального импульса развития, в соответствии с его жизненным циклом [5].

Изначально следует учитывать, что развитие регионов неоднородно, нелинейно и обладает различным потенциалом устойчивости и энтропии. Трансформацию социально-экономических систем региона можно разделить на конструктивную и деструктивную. В данном исследовании термин «трансформация» используется в конструктивном значении как фактор перехода на новый качественный уровень, усиление устойчивости развития экономики региона.

Важной детерминантой развития социально-экономической системы региона является наличие как материальных, так и неосязаемых факторов, к которым относятся:

- совокупный нематериальный капитал региона;
- потенциальная расположенность региона к энтропии [1, 2].

Для ответа на вопрос, от каких факторов зависит развитие энтропии социально-экономических систем региона, определим сущность энтропии как совокупность воспроизводимых в пространственной среде региона материальных и нематериальных факторов производства и ресурсов уникальной человеческой деятельности, разрушающих устоявшийся порядок: интеллектуальный, социальный, творческий, производственный. Другими словами, пока-

затель энтропии региональных социально-экономических систем можно свести к «количественному показателю беспорядка», нарушению правил функционирования среды и пространства региона [7].

Энтропия представляет собой процесс, предшествующий преобразованию порядка. Преобразование порядка социально-экономической системы предлагается исчислять с помощью коэффициента энтропии:

$$К.э. = Пс.э / П.р. \quad (1)$$

где К.э. – коэффициент энтропии региона, Пс.э. – социально-экономический потенциал региона, основанный на ключевых факторах стратегии его развития (табл. 1.), П.р. – совокупный ресурсный потенциал региона [8].

Данная формула может быть модифицирована путем увеличения количества переменных факторов, имеющих влияние в исследуемом регионе.

Качество преобразований в регионе может быть трансформационным, с выходом на новый уровень развития, либо энтропийным [9]. Опираясь на формулу 1, проанализируем динамику энтропии по федеральным округам Российской Федерации. На рисунке 1 представлены полученные в результате анализа коэффициенты энтропии по федеральным округам [6].

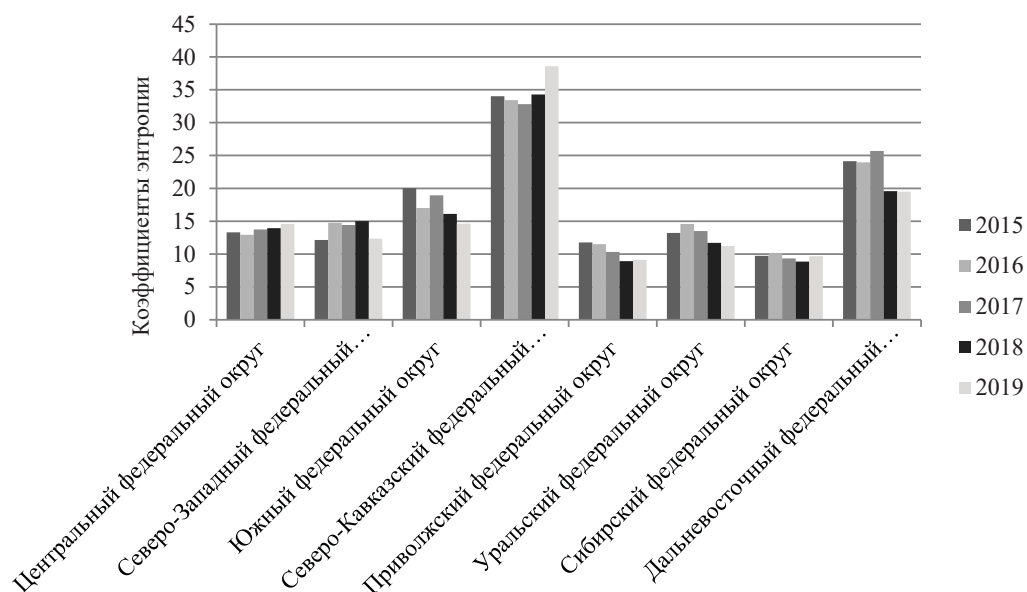


Рис. 1. Коэффициенты энтропии по федеральным округам

На основании анализа статистических данных можно сделать вывод, что чем выше коэффициент преобразования социально-экономической системы региона, тем выше вероятность возникновения энтропии. Устойчивая динамика роста коэффициента преобразования наблюдается в Центральном федеральном округе, значительный рост – в Северо-Кавказском федеральном округе, что при активизации несбалансированных факторов социально-экономического развития может способствовать энтропии. Другими словами, показатель энтропии региональных социально-экономических систем можно свести к «количественному показателю беспорядка».

Сравнительная характеристика трансформационных процессов и энтропии социально-экономической системы представлена в табл. 1.

В таблице 1 саккумулированы факторы, определяющие специфику преобразования социально-экономических систем: трансформационные факторы [11] и факторы энтропии.

Таким образом, можно сделать вывод, что для развития теории энтропии социально-экономических систем особое внимание следует уделить качественному проявлению факторов развития региона, таких, как институциональный, экологический, социальный, экономический, временной. Нелинейный анализ выявленных факторов энтропии региона позволит спрогнозировать сценарий устойчивого раз-

вития, реализующийся либо путем энтропии социально-экономической системы, либо ее качественной трансформации.

Литература

1. Грудина С.И. Рентный подход к трактовке нематериального капитала региона // Вестник экономики, права и социологии. – 2020. – № 3. – С. 25–27.
2. Грудина С.И., Подгорная А.И. Нелинейные методы исследования нематериального капитала регионов // Казанский экономический вестник. – 2020. – № 4 (48). – С. 51–56.
3. Грудина С.И. Нематериальный капитал в региональной социально-экономической системе // Казанский экономический вестник. – 2021. – №1 (51). – С. 42–47.
4. Фахрутдинова Е.В., Колесникова Ю.С. Концентрация нематериальной собственности нематериальных активов в РФ и мире: сравнительная характеристика // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2017. – № 8 (154). – С. 36–42.
5. Грудина С.И. Потенциал преобразования в воспроизводстве нематериального капитала региона // Вестник экономики, права и социологии. – 2021. – № 1. – С. 1–9.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели – 2020 г. // Федеральная служба государственной статистики. – URL: http://gks.ru/bgd/regl/b20_14p/Main.htm.
7. Kolesnikova J., Fakhrutdinova E., Zagidullina V. The Structure of Intangible Capital // Social Sciences and Interdisciplinary Behavior. – 2016. – P. 79–81.

Таблица 1

Сравнительная характеристика факторов трансформации и энтропии социально-экономической системы [10]

Фактор	Трансформация социально-экономической системы	Энтропия социально-экономической системы
Временной	Происходит в связи с жизненным циклом	Локальное действие, часто не имеющее аналогов
Экономический	Переход на новый качественный уровень	Может сопровождаться как повышением, так и снижением экономического роста
Социальный	Позитивный «сценарий будущего»	Негативный «сценарий будущего»
Экологический	Экологические факторы не учитываются	Сопровождается нагрузкой на экологическую систему
Институциональный	Формирование новых институтов либо повышение качества функционирования имеющихся институциональных систем	Деградация существующих институциональных систем

Источник: составлено автором по материалам исследования

8. Podgornaya A., Grudina S., Avdonina S. Anticrisis Potential of Innovative Enterprises (Russia and Germany Case Study) // Proceedings of 6th World Conference on Educational Sciences (Malta, 2 June, 2015). – Vol. 191. – P. 275–279.

9. Grudina S.I., Avdonina S.G., Podgornaya A.I. Modern Trends in Enterprise Reengineering Management // 16th International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences Proceedings. – 2016. – Part II. – P. 556–562.

10. Grudina S., Podgornaya A. Methodological Aspects of Investment Risk Management in the Region // International Journal of Engineering Research and Technology. – 2020. – Vol. 13. – No. 12. – P. 4417–4420.

11. Grudina S.I., Datsyk A.A., Podgornaya A.I. Influence of Modern Technologies on the Enterprise Management Structure (Experience of Russia) // Journal of Social Sciences Research. – 2018. – Vol. 2018. – Spec. Is. 5. – P. 137–141.

Информация об авторе

Грудина Светлана Игоревна, кандидат экономических наук, доцент кафедры общего менеджмента, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: switki@yandex.ru

S.I. GRUDINA,

PhD in Economics, Associate Professor

Kazan (Volga region) Federal University

THEORY OF ENTROPY DEVELOPMENT OF REGIONAL SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS

Abstract. The article is devoted to the development of the theory of entropy of regional socio-economic systems. The purpose of the article is to reveal the features of the development of entropy of regional socio-economic systems. The article uses the methods of applied mathematical theory, statistics, on the basis of which the entropy coefficients for the federal districts of the Russian Federation are calculated. The author formulates the concept of “entropy of the regional socio-economic system”. The wording is innovative, as previous research into the region’s intangible capital has focused on private financial aspects such as investment in intangible assets per capita, regional brand value, and others. The development processes of unique regional entropy remain poorly understood.

The article provides the author’s interpretation of the category of “entropy of the regional socio-economic system”, defined as a set of simultaneously developing factors of loss of sustainable development of the region. The author comprehensively analyzes the influence of the parameters of stability and entropy on the development of regional socio-economic systems. As a result of the study of the entropy of socio-economic systems, the influence of qualitative and quantitative factors in the development of the region, such as: institutional, environmental, social, economic, temporal, has been revealed [1]. The influence of the identified parameters on the development of regional socio-economic system is considered, as well as various options for avoiding a potential recession.

Keywords: entropy of the regional socio-economic system, intangible capital of the region, sustainable development, federal district, socio-economic system.

References

1. Grudina S.I. Rent-based approach to the interpretation of the region’s intangible capital // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – No. 3. – 2020. – P. 25–27.

2. Grudina S.I. Nonlinear research methods for the non-material capital of regions // S.I. Grudina, A.I. Podgornaya // Kazan Economic Bulletin. – No. 4 (48). – 2020. – P. 51–56.

3. Grudina S.I. Intangible capital in the regional socio-economic system // Kazan Economic Bulletin. – 2021. – No. 1 (51). – P. 42–47.

4. Fakhrudinova E.V., Kolesnikova Yu.S. Concentration of intangible property of intangible assets in the Russian Federation and the world: comparative characteristics // Bulletin of Samara State University of Economics. – 2017. – No. 8(154). – P. 36–42.

5. Grudina S.I. The potential for transformation in the reproduction of the region’s intangible capital // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – 2021. – No. 1. – P. 1–9.

6. Federal State Statistics Service. – URL: http://gks.ru/bgd/regl/b20_14p/Main.htm.
7. *Kolesnikova J., Fakhrutdinova E., Zagidullina V.* The Structure of Intangible Capital // *Social Sciences and Interdisciplinary Behavior*. – 2016. – P. 79–81.
8. *Podgornaya A., Grudina S., Avdonina S.* Anticrisis Potential of Innovative Enterprises (Russia and Germany Case Study) // *Proceedings of 6th World Conference on Educational Sciences (Malta, 2 June, 2015)*. – Vol. 191. – P. 275–279.
9. *Grudina S.I., Avdonina S.G., Podgornaya A.I.* Modern Trends in Enterprise Reengineering Management // *16th International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences Proceedings*. – 2016. – Part II. – P. 556–562.
10. *Grudina S., Podgornaya A.* Methodological Aspects of Investment Risk Management in the Region // *International Journal of Engineering Research and Technology*. – 2020. – Vol. 13. – No. 12. – P. 4417–4420.
11. *Grudina S.I., Datsyk A.A., Podgornaya A.I.* Influence of Modern Technologies on the Enterprise Management Structure (Experience of Russia) // *Journal of Social Sciences Research*. – 2018. – Vol. 2018. – Spec. Is. 5. – P. 137–141.

УДК 338.48

И.В. ГУСЬКОВА,

доктор экономических наук, доцент

*Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
имени Н.И. Лобачевского*

Н.Е. СЕРЕБРОВСКАЯ,

доктор психологических наук, доцент

*Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
имени Н.И. Лобачевского*

НЕСТАНДАРТНЫЕ ФОРМЫ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: АКТУАЛЬНАЯ СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Экономическая сфера в целом и рынок труда в частности, как и многое в этом мире, не являются стабильными, устойчивы в них только постоянная динамика непреходящих изменений и появление новых тенденций, в значительной степени меняющих их облик.

В настоящее время все больше набирает обороты распространение нестандартных форм занятости.

Статья посвящена изучению нестандартных форм занятости населения на рынке труда Нижегородской области, их роли в снижении темпов безработицы в период пандемии, а также возможности их дальнейшего развития и трансформации в контексте экономического развития региона. Актуальность поднимаемой проблемы определяется тем, что нестандартные формы занятости представляют собой пока еще новое в экономической науке явление, которое несет в себе как перспективные возможности, так и риски и для работника, и для работодателя. Авторами раскрывается содержание, специфика проявления и роль неформальных форм занятости в развитии социально-трудовых отношений региона, проводится анализ актуальных проблем и перспектив развития сферы занятости в Нижегородской области. В статье представлены расчеты потенциальных потерь от увеличения безработицы в случае сохранения традиционных форм занятости.

Ключевые слова: нестандартные формы занятости, рынок труда, социально-трудовые отношения, экономика, регион, безработица, работник, работодатель, удаленная занятость, население.

В современной экономике активно формируется тенденция, направленная на усиления гибкости рынка труда. Актуальным сегодня является появление новых трендов в сфере социально-трудовых отношений. Работник и работодатель стремятся к выработке взаимовыгодных форматов взаимодействия, продуктивному компромиссу, что, в свою очередь, способствует появлению новых форм занятости. Основными результатами таких изменений на рынке труда стали новые нестандартные формы занятости (НФЗ), гибкие графики работы сотрудников, новые системы взаимодействия работодателя и работника.

Тенденция распространения нестандартных форм занятости демонстрирует перспективу дальнейшего развития на рынке труда. При

этом следует иметь в виду, что само появление нестандартных форм занятости произошло не только и не столько по причине введения ограничительных мер по борьбе с распространением коронавирусной инфекции и вынужденного перевода значительной части персонала практически всех учреждений и организаций на удаленный режим работы, а скорее нестандартные формы занятости появились и развились вследствие объективной потребности в них на рынке труда, последовательного развития экономики в целом, прогрессирующего развития информационных технологий в современном мире.

Распространение кризиса новой формы и масштабов изменит и потоки миграции, и экономическое поведение населения как

в стране в целом, так и в отдельно взятых регионах [13, 15]

Вероятно, они и в дальнейшем будут неотъемлемой и привычной формой ведения трудовой деятельности, и, возможно, в недалеком будущем науке придется пересмотреть корректность самого термина «нестандартные» в отношении занятости населения.

Сегодня нестандартные формы занятости представляют собой пока еще новое и относительно мало изученное экономической наукой явление, которое несет в себе как перспективные возможности, так и риски и для работника, и для работодателя. Подобные реалии необходимо учитывать при анализе и прогнозировании будущей ситуации на региональном рынке труда.

Нестандартные формы занятости – это собирательный термин, характеризующий формы занятости, отличные от стандартных хотя бы по одному из нескольких критериев. К ним относятся временная (срочная) занятость, работа на условиях неполного рабочего времени, временный заемный труд и другие многосторонние трудовые отношения, а также замаскированные трудовые отношения и зависимая самостоятельная занятость [5]. К нестандартной относят занятость, которая не имеет определенных стандартов и четкой регламентации рабочего времени, например, временную и сезонную занятость, самозанятость граждан и т. д. [2]. К нестандартной занятости в этой связи следует отнести также и набравшую в последнее время популярность удаленную занятость.

Юридическое обоснование внедрения нестандартных форм занятости можно рассматривать с точки зрения двух диаметрально противоположных взглядов. Первый, позитивный, предполагает, что НФЗ предоставляют новые возможности как для работодателя, так и для работника. Второй, негативный, исходит из того, что НФЗ предоставляют работодателям возможности по урезанию прав работников с целью повышения собственных доходов и снижения издержек. Как следствие, негативный подход предполагает жесткое законодательное регулирование НФЗ со стороны государства. При этом следует иметь в виду, что НФЗ – от-

носительно новое понятие в сфере социально-трудовых отношений, и законодательное регулирование в этой сфере отстает от реалий рынка труда [4].

В рамках проведенного нами исследования мы постарались проанализировать особенности проявления нестандартных форм занятости в Нижегородской области, их роль в развитии социально-трудовых отношений этого региона, выявить проблемы сферы занятости нижегородцев.

Таким образом, *целью нашего исследования* стало изучение нестандартных форм занятости на рынке труда Нижегородской области, их роли в снижении темпов безработицы, а также возможности их дальнейшего развития и трансформации в контексте экономического развития региона.

Нижегородская область относится к числу крупнейших индустриальных регионов России с высокой долей промышленности в экономике. По объему отгружаемой обрабатывающими предприятиями произведенной продукции область уверенно входит в первую десятку российских регионов (по итогам 2019 г. она занимала 7 место), а по итогам 2020 г. она вошла в десятку регионов по объему инвестиций в региональную экономику.

Для того чтобы определить тренды нестандартной занятости, проведем анализ рынка труда Нижегородской области с целью выявления рисков, связанных с трудоустройством и ведением гражданами трудовой деятельности.

Как можно видеть из данных, предоставленных Нижегородстатом, безработица в Нижегородской области заметно выросла в период пандемии коронавируса [11]. Данные на конец июля 2020 г. впечатляют (особенно если сравнивать их с аналогичным периодом 2019 г.). В официальную статистику при этом не вошли граждане, ищущие работу самостоятельно или потерявшие ее и живущие на иждивении родственников и не регистрирующиеся в службе занятости [6].

С конца 2020 г. на рынке труда возобладала тенденция сокращения численности безработных в регионе [11]. Очевидно, это связано с тем, что постепенно происходит смягчение ограничительных мер, а также с тем, что зна-

чительная часть ограничительных мер работодателями рынка труда Нижегородской области и их работниками просто игнорируется при попустительстве контрольно-надзорных органов [12]. Однако в данном случае для рынка труда это имеет положительное значение, так как ведет к возвращению работников в офисы.

Отталкиваясь от того, что в Нижегородской области 1 682,4 тыс. занятых, а организации, предоставившие информацию о форме занятости, сообщили суммарно о 592 тыс. рабочих мест, официальные сведения есть лишь о трети рабочих мест Нижегородской области. Официальной статистики о формах занятости населения от Нижегородской службы статистики, к сожалению, пока нет. Мы предполагаем, что общая численность занятых удаленно сотрудников может упасть в случае нормализации эпидемической ситуации и отсутствия противоэпидемических мер до доли 5 % и ниже от общего числа занятых в регионе граждан.

Таким образом, НФЗ (включая удаленную занятость) мало распространены в Нижегородской области и не оказывают серьезного влияния на рынок труда региона. Нижегородская область оказалась не готова к условиям ограничения активности трудового населения в период пандемии коронавирусной инфекции.

Рабочие места на рынке труда региона в большинстве своем вообще не приспособлены к удаленной работе сотрудников даже в краткосрочной перспективе [2, 14]. Иначе го-

воря, на рынке труда Нижегородской области в малой степени представлены вакансии нестандартных форм занятости, которые наиболее защищены от негативных последствий ограничительных мер, связанных с пандемией.

Возможно, низкая адаптивность рынка труда Нижегородского региона к новым социально-экономическим реалиям обусловлена меньшей гибкостью и большей консервативностью, а также меньшим информационно-техническим потенциалом области по сравнению со столичным регионом. Хозяйствующие субъекты не были готовы дать своим сотрудникам соответствующее техническое обеспечение и системное административное сопровождение работы за пределами организаций [1, 3].

Потерянный валовой региональный продукт (ВРП) Нижегородской области, согласно данным Федеральной службы государственной статистики за 2020 г., должен снизиться на 2,5 % и составить 1 445 000 000 тыс. руб.

Согласно данным этой же службы, безработица в Нижегородской области в 2020 г. составила 4,8 % [9], в то время как годом ранее она равнялась 0,4 % [10].

Соответственно, потери ВРП Нижегородской области за 2020 г. от безработицы, по нашим данным, составят 8,27 %.

Рассчитаем сумму потерь обязательных налоговых выплат организаций-работодателей вследствие роста безработицы и отсутствия гибкости рынка труда Нижегородской области.

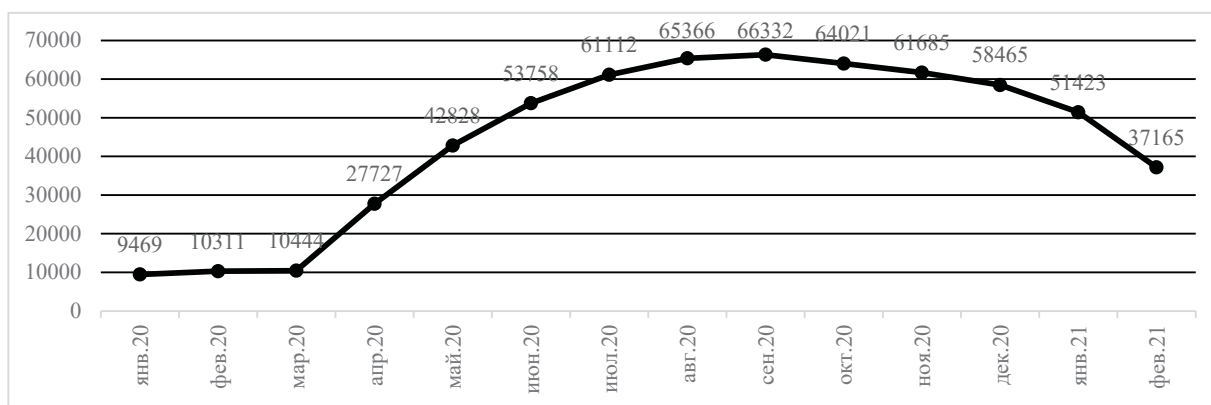


Рис. 1. Динамика численности безработных в Нижегородской области с января 2020 г. по февраль 2021 г.

Путем несложных подсчетов, зная данные по медианной зарплате [8] и численности безработных по месяцам, мы получили следующие результаты:

- итоговые недополученные с Нижегородской области доходы Пенсионного фонда Российской Федерации за неполный календарный год ограничительных мер составляют 4 487 687 618 руб.;

- средства, недополученные ФСС вследствие усилившейся в Нижегородской области безработицы, составили 591 587 543 руб.;

- средства, недополученные системой здравоохранения, составили 1 040 377 111 руб.

Общий размер недополученных средств составил 6 119 652 272 руб.

Сам факт того, что рынок труда Нижегородской области оказался не готов к переходу на дистанционную работу как нестандартную форму занятости, является поводом для серьезного анализа со стороны власти и общества.

В заключение считаем необходимым перечислить те положительные эффекты, которые получил бы Нижегородский регион от более целенаправленного и масштабного внедрения формата НФЗ:

- увеличение рабочей силы в регионе за счет привлечения разных групп населения с возможностью гибкого рабочего графика (инвалидов, женщин, имеющих малолетних детей, пенсионеров и др.);

- повышение инновационного потенциала региона за счет креативных сотрудников, работающих удаленно; сокращение административных издержек по аренде офисов и внедрения так называемой «системы незакрепленных рабочих мест» (hot desking) [7];

- повышение продуктивности трудовой деятельности сотрудников за счет обеспечения комфортных условий труда без офисного стресса, сокращения конфликтных коммуникаций, улучшения способности фокусироваться и т. д.

Подводя итоги нашего исследования, можно сказать, что нестандартные формы занятости – это в первую очередь неизбежные изменения, происходящие на рынке труда и в трудовой деятельности значительного числа экономически активного населения. НФЗ стали частью объективной реальности на рынке труда и в экономике России.

Безусловно, дальнейшее вытеснение стандартной занятости с отдельных позиций на рынке труда продолжится, но полного замещения ее, вероятнее всего, не произойдет ни в России, ни в мире. Работа в направлении использования НФЗ как ресурса региональной экономики является жизненно необходимой. И можно с уверенностью предположить, что нестандартные формы занятости получат свое дальнейшее распространение, в том числе и в Нижегородской области. А значит, всем субъектам социально-трудовых отношений необходимо быть к этому готовыми.

Литература

1. Бобков В.Н., Одинцова Е.В. Социальное неравенство в России // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2020. – № 3 (47). – С. 179–184.
2. Васильченко В.С. Государственное регулирование. – М.: Финансы, 2003. – 289 с. – URL: <http://econbooks.ru/books/part/19498> (дата обращения: 10.05.2021).
3. Коноплев Д.Э. Цифровая бедность: как онлайн-экономика фиксирует имущественное неравенство // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2021. – № 1 (49). – С. 138–164.
4. Мусаев Б.А. Нестандартные формы в современной структуре занятости // Экономика труда. – 2017. – Т. 4. – № 4. – С. 413–417.
5. Нестандартные формы занятости: анализ проблем и перспективы решения в разных странах: обзорная версия. – Женева: Международное бюро труда, 2017. – 39 с.
6. Пиши «по собственному»: почему выросла безработица в Нижегородской области и кто лишился работы // Новости NN.RU. – URL: <https://www.nn.ru/text/economics/2020/09/16/69470321/> (дата обращения: 11.05.2021).
7. Productivity gains from teleworking in the post COVID-19 era: How can public policies make it happen? // OECD.org. – URL: https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135250-u15liwp4jd&title=Productivity-gains-from-teleworking-in-the-post-COVID-19-era (дата обращения: 12.05.2021).
8. Средний, медианный и модальный уровень денежных доходов населения в целом по России и по субъектам Российской Федерации за 2020 г.: отчет // Федеральная служба государственной статистики. – URL: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/bednost/tab1/tab-bed1-2-6.htm.

9. Занятость и безработица в Российской Федерации в декабре 2020 г.: отчет // Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/BCqQK9QM/zanyatost.pdf>.

10. Занятость и безработица в Российской Федерации в декабре 2019 г.: отчет // Федеральная служба государственной статистики. – URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force.

11. Безработица в феврале 2021 г.: отчет // Территориальный орган службы государственной статистики по Нижегородской области. – URL: <https://nizhstat.gks.ru/folder/38326>.

12. Серебровская Н.Е., Гуськова И.В., Аблязова Н.О., Сеницына Н.М. Культура и социальная ответственность российского предпринимательства // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2020. – № 2. – С. 3–8.

13. Тухтарова Е.Х. Влияние кризисных явлений мировой экономики на миграционные процессы через взаимосвязь потребления и сбережений // Экономика региона. – 2020. – Т. 16. – № 3. – С. 779–790.

14. Чупракова Н.В., Дубровский В.Ж., Иванова Е.М. Экономическая оценка факторов роста производительности труда на градообразующих предприятиях ОПК: влияние на моногорода // Экономика региона. – 2020. – Т. 16. – № 3. – С. 831–844.

15. Флоринская Ю.Ф., Мкртчян Н.В. Жители малых и средних городов России: трудовая миграция как альтернатива безвозвратному отъезду // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2019. – № 3 (43). – С. 78–94.

Информация об авторах

Гуськова Ирина Владимировна, доктор экономических наук, профессор, Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского.

E-mail: guskova545@yandex.ru

Серебровская Наталья Евгеньевна, доктор психологических наук, профессор, Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского.

E-mail: serebrovskaya-n@yandex.ru

I.V. GUS'KOVA,

Doctor in Economics, Professor

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

N.E. SEREBROVSKAYA,

Doctor in Psychology, Professor

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

NON-STANDARD FORMS OF EMPLOYMENT: THE CURRENT SITUATION IN THE LABOR MARKET OF THE NIZHNY NOVGOROD REGION

Abstract. The labor market, in turn, and the economy as a whole, like many things in this world, are not stable, and only the constant dynamics of permanent changes and the constant appearance of new trends that significantly change their appearance are static in them.

Currently, the spread of non-standard forms of employment is gaining momentum.

The article is devoted to the study of non-standard forms of employment of the population in the labor market of the Nizhny Novgorod region, their role in reducing the unemployment rate during the pandemic, as well as the possibility of their further development and transformation in the context of the economic development of the region. The relevance of the raised problem is justified today by the fact that non-standard forms of employment are still a new phenomenon in economic science, which carries both promising opportunities and risks for both the employee and the employer. The authors reveal the content, the specifics of the manifestation and the role of informal forms of employment in the development of social and labor relations in the region, analyze the current problems and prospects for the development of employment in the Nizhny Novgorod region. The article presents calculations of potential losses from an increase in unemployment in the case of maintaining traditional forms of employment.

Keywords: non-standard forms of employment, labor market, social and labor relations, economy, region, unemployment, employee, employer, remote employment, population.

References

1. Bobkov V.N., Odintsova E.V. Social inequality in Russia // Journal of the New Economic Association. – No. 3(47). – P. 179–184.
2. Vasilchenko V.S. State regulation / V.S. Vasilchenko. – M.: Finance, 2003. – 289 p. – URL: <http://econbooks.ru/books/part/19498>.
3. Konoplev D.E. Digital poverty: how the online economy fixes property inequality // Journal of the New Economic Association. – 2021. – No. 1 (49). – P. 138–164.
4. Musaev B.A. Non-standard forms in the modern structure of employment // Labor economics. – Vol. 4. – No. 4. – 2017. – P. 413–417.
5. Non-standard forms of employment. Analysis of problems and prospects for solutions in different countries. Overview version. – International Labour Office-Geneva: ILO, 2017. – 39 p.
6. Write “on your own”: why unemployment has increased in the Nizhny Novgorod region and who lost their jobs // News NN.RU. – URL: <https://www.nn.ru/text/economics/2020/09/16/69470321> (date accessed: 11.05.2021).
7. Productivity gains from teleworking in the post COVID-19 era: How can public policies make it happen? URL: https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135250-u15liwp4jd&title=Productivity-gains-from-teleworking-in-the-post-COVID-19-era (date accessed: 12.05.2021).
8. Average, median and modal level of monetary income of the population as a whole in Russia and in the subjects of the Russian Federation for 2020 // Federal service of state statistics. – URL: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/bednost/tab1/tab-bed1-2-6.htm.
9. Employment and unemployment in the Russian Federation in December 2020 // Federal service of state statistics. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/BCqQK9QM/zanyatost.pdf>.
10. Employment and unemployment in the Russian Federation in December 2019 // Federal service of state statistics. – URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force.
11. The report “Unemployment in February 2021” // Territorial Body of the State Statistics Service for the Nizhny Novgorod region. – URL: <https://nizhstat.gks.ru/folder/38326> (date accessed: 10.05.2021).
12. Serebrovskaya N.E., Gus'kova I.V., Ablyazova N.O., Sinitsyna N.M. Culture and social responsibility of Russian entrepreneurship // Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society. – 2020. – No. 2. – P. 3–8.
13. Tukhtarova E.H. The impact of the crisis phenomena of the world economy on migration processes through the relationship of consumption and savings // Economy of the region. – 2020. – Vol. 16. – No. 3. – P. 779–790.
14. Chuprakova N.V., Dubrovsky V.Zh., Ivanova E.M. Economic assessment of labor productivity growth factors at the city-forming enterprises of the defense industry: impact on single-industry towns // The economy of the region. – 2020. – Vol. 16. – No. 3. – P. 831–844.
15. Florinskaya Yu.F., Mkrtchyan N.V. Residents of small and medium-sized cities of Russia: labor migration as an alternative to irrevocable departure // Journal of the New Economic Association. – 2019. – No. 3 (43). – P. 78–94.

УДК 332.83

Е.А. КАРАСИК,

кандидат экономических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

В.Р. ГАНЕЕВА,

магистр

Казанский (Приволжский) федеральный университет

О.С. КАРАСИК,

магистр

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ЖИЛИЩНОЙ ПОЛИТИКИ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В РЕГИОНАХ РФ

Аннотация. В статье исследуется государственная политика зарубежных стран в области жилищной политики. По мнению европейских ученых, глобальная проблема обеспечения жильем населения была решена мировым сообществом еще в 70-х гг. XX в. Несмотря на это, данный вопрос до сих пор актуален для всех государств, в том числе для развитых стран, декларирующих ценности информационной экономики и рынка услуг. В частности, это объясняется тем, что количество населения в мире неуклонно растет. Для XXI в. характерна идеология комфорта проживания. Если еще 30 лет назад перед большинством государств стояла проблема обеспечения граждан хотя бы небольшим жильем, то в настоящий момент людьми ценится прежде всего уровень комфорта. Соответственно, спрос как на частные, так и многоквартирные дома имеет сложный характер: учитывается и близость к развлекательным и рекреационным ресурсам, и доступность социальной инфраструктуры (школ и детских садов). Кроме того, актуальным является вопрос предоставления социального жилья и определенных субсидий семьям, чей доход не превышает определенной величины либо настоящая жилая площадь на человека не соответствует установленным критериям проживания.

Ключевые слова: жилищная политика, субсидии, социальная инфраструктура, государственная программа, ценообразование, жилищный фонд.

Рейтинговое агентство «РИА Рейтинг» в 2020 г. привело статистику по жилищному фонду, построенному в странах Европы с 2017 по 2019 г. [4].

Оказалось, что, по данным российских экспертов, в России строится самое большое количество квартир среди всех европейских государств – 227 квартир на 10 тыс. человек, т. е. количество новых квартир составляет около 3,3 млн. В пятерку лидеров входят также Австрия, Казахстан (евроазиатское государство), Финляндия и Ирландия. Интересно, что параллельно данный рейтинг содержит расчет количества комнат на одного человека. Удивительно, что, будучи лидером по количеству строительства жилой площади, Россия занимает одно из последних мест по среднему количеству комнат на одного человека

(1,1 комната). Результаты рейтинга представлены в табл. 1 [4].

Лидирующие по строительству жилья Финляндия и Ирландия сохраняют свои позиции и по показателю комфортабельности. Россия и Казахстан, напротив, возводят небольшие по площади многоквартирные дома.

Таким образом, можно сделать вывод, что в России в последние годы произошел строительный бум. Стало очень много частных представителей, создающих новые жилые комплексы, особенно в столицах регионов России. Строится очень много жилья, но преимущественно небольшого по площади. Зачастую это многоэтажные дома с огромным количеством квартир, чаще всего однокомнатных и двухкомнатных [3]. Если же говорить о причинах такого массового строительства, то и в Австрии,

и в Казахстане, и в России, по мнению экспертов, они одинаковы. В нулевых годах темпы строительства в этих странах были на низком уровне, в то время как в развитых государствах на высоком. В 2010-х гг. в России уровень доходов населения повысился, к тому же старые советские дома устаревали и не соответствовали уровню желаемого комфорта. Спрос населения на новые квартиры и сопутствующие этому меры социальной ипотеки и материнского капитала еще больше увеличили потребность в новых квадратных метрах. Соответственно, динамика предложения не заставила себя долго ждать [10].

Таблица 1
Среднее количество комнат на одного человека в европейских государствах (для квартир, введенных в эксплуатацию с 2017 по 2019 г.)

	Страна	Количество комнат на одного человека
1	Ирландия	2,1
2	Бельгия	2,1
3	Норвегия	2
4	Нидерланды	2
5	Великобритания	2

25	Белоруссия	1,1
26	Румыния	1,1
27	Словакия	1,1
28	Украина	1
29	Казахстан	0,8

Актуальным является вопрос предоставления жилищных субсидий. Стоит отметить, что льготы различного вида и уровня предоставляет практически каждая страна в мире, в том числе такие признанные гегемоны в этой области, как США, Германия, Великобритания [7]. Так или иначе, в каждом государстве существует определенный процент малоимущего населения, нуждающегося в помощи. Более того, во многих странах, в том числе и в России, некоторым категориям населения жилье может быть предоставлено бесплатно, для этого необходимо встать в очередь на его полу-

чение, естественно, нужно при этом соответствовать определенным критериям. Существуют и отдельные радикальные кейсы, которые дают возможность получить жилье всем желающим. Например, в Италии, в регионе Сицилия, есть небольшой город Ганджи, где жилье может быть предоставлено всем, кто захочет, при условии, что новый хозяин отремонтирует его. Причина кроется в том, что в Ганджи осталось большое количество заброшенных, никому не нужных домов. Подобные примеры есть и в США. В некоторых районах штата Индиана частные дома можно занимать бесплатно, аналогично этому есть специальные районы и в городе Детройте. В этом плане ярким примером является город Гэри, расположенный в штате Индиана, где существует около 10 тыс. заброшенных домов, которые предоставляются властью бесплатно. Для США данный город является бедным с высоким уровнем преступности, поэтому его население в целом эмигрировало из него [2].

Далее от радикальных кейсов необходимо перейти к наиболее общим мерам государственной политики в жилищной отрасли.

Субсидирование жилищных программ в США

Самой популярной мерой помощи в США является налоговый вычет по ипотеке. Он назначается в зависимости от дохода членов семьи и составляет в стандартном варианте 6 100 долл. на одного члена семьи за весь период ипотеки, в среднем это 5 % от стоимости квартиры. Если ипотека оформлена на двоих, то сумма вычета удваивается, т. е. выгодно брать ипотечный кредит, находясь в браке [6].

Также в США существует программа по выдаче субсидий арендаторам жилья. Аренда является очень популярным видом деятельности в США, поскольку в этой стране территориальная мобильность очень высока. Необходимо отметить, что данные субсидии предоставляются также малоимущим семьям в рамках программы «Арендатор». Более того, в США существуют и государственные квартиры, которые могут сдаваться в аренду с применением субсидиарных программ. Такое жилье принадлежит государству и управляется им.

Стоит отметить, что на федеральном уровне в США застройщики обязаны от 10 % до 30 % нового жилья продавать по льготным ценам. Также застройщики могут не только продавать квартиры, но и сдавать их в аренду на определенный срок. Данная программа поддержки называется «Инклюзивное жилье». В среднем в США, по подсчетам специалистов, на аренду жилья тратится 30 % ежемесячного дохода.

Доступность жилья в Великобритании

В Великобритании успешно реализуется программа социальной аренды жилья. Данным жильем могут владеть как органы местной власти, так и различные жилищные ассоциации. На государственном уровне застройщиков могут обязать определенную долю жилого фонда продавать или сдавать по сниженной цене, т. е. данная мера аналогична американской [5].

Стоит отметить, что в Великобритании основной проблемой является недостаточное количество жилья. По оценке властей, около 1 млн (1,5 %) британцев проживает в ветхих домах либо арендует жилье без финансовой возможности купить его. По статистике только 30 % населения Великобритании имеет жилье в собственности, 40 % граждан в настоящий момент выплачивают ипотеку. Около 30 % арендуют квартиры и дома. В частности, уже с 1980-х гг. в Великобритании действует программа «Право на жилье», по которой предоставляется скидка на его покупку до 40 %, если арендующий квартиру проживает в ней более 5 лет.

Программы доступности жилья в Китае

Для Китая проблема доступности жилья априори актуальна, поскольку в этой стране проживает практически четверть населения всей планеты. В условиях огромной конкуренции за жилье цены на него ожидаемо высоки, а доступность низкая.

До 1978 г. жилье в коммунистическом Китае предоставлялось бесплатно, но с переходом к капиталистическому укладу система трансформировалась. В 1980-х гг. в стране были установлены цены на жилье, которые через де-

сять лет достигли рыночного уровня, с учетом издержек и себестоимости. В 1998 г. жилищная отрасль окончательно перешла на рыночные рельсы. С 2005 г. каждый год темпы роста цен на жилье росли и составляли около 20 % [1].

В условиях роста цен китайское правительство было вынуждено в 1998 г. ввести Программу доступного жилья. На данный момент по этой программе предоставляется скидка на приобретение квартиры, если ежемесячный доход на члена семьи составляет не более 290 долл., а имеющаяся площадь не превышает 10 м² на человека.

Обеспечение жильем в Австралии

Интересной может быть мера частичной покупки доли в квартире. Австралия – одна из немногих стран, где развита программа «Совместное домовладение». Покупатель может оплатить не менее 70 % доли квартиры, а остальные 30 % будут в собственности Министерства жилищного строительства. При такой схеме распоряжаться можно только купленной долей, а для жилья использовать всю квартиру. Такие квартиры, соответственно, не приватизируются, пока не будет выплачена полная сумма за квартиру.

Также в Австралии предоставляются большие субсидии на предоставление первого жилья в соответствии с программой грантов для тех, кто становится домовладельцем впервые, – 5 250 долл. США на покупку квартиры [8].

Таким образом, практически все страны применяют субсидирование на покупку жилья в различном виде. Подобные меры применяются и во многих других, нерассмотренных нами здесь странах.

Далее интересно было бы рассмотреть стоимость жилья в зарубежных странах и сравнить ее с российской. Стоит оговориться, что цены на жилье в столичных городах и вне их разные. Поэтому рейтинги составляются в двух направлениях: средняя стоимость квартир в крупных городах и провинциальных.

Проведем сравнительный анализ цен на жилье, опираясь на данные авторитетного британского статистического ресурса Numbeo.com (табл. 2).

Таблица 2
**Сравнительный анализ стоимости
 квартир, по странам, за 1 м²
 (ранг проводится по крупным
 столичным городам)**

№ п/п	Страна	Стоимость квартир в крупных городах, цена за 1 м ²	Стоимость квартир в провинциаль- ных городах, цена за 1 м ²
1	Гонконг	2 347 262,18	1 523 163,78
2	Сингапур	1 306 832,63	687 212,39
3	Южная Корея	1 170 263,74	611 764,09
4	Швейцария	875 968,48	607 525,33
5	Япония	617 759,10	348 825,54

50	Россия	170 216,16	112 189,48

Стоит отметить, что Россия находится на 50 месте в мире по стоимости квартир в столичных городах. Средняя стоимость 1 м² составляет в столице около 170 тыс. руб. В провинции цены дешевле – можно найти квартиры со стоимостью 1 м² в пределах 100 тыс. руб.

Самые дорогие квартиры находятся в периферийных азиатских государствах – Гонконге, Сингапуре, Южной Корее, Тайвани, Израиле. Высокие цены на квартиры в Китае связаны, как было сказано выше, с численностью населения и большой конкуренцией за жилье. Заменяют рейтинг ожидаемо государства Америки и Африки.

Таким образом, по итогам исследования можно отметить, что в России по сравнению с другими европейскими государствами строится в последние годы самое большое количество квартир (227 на 10 тыс. человек). При этом чаще всего данные квартиры небольшие по площади, а на одного человека приходится в среднем одна комната. На рубеже XX в. многие европейские и азиатские государства признали, что в жилищной политике невозможно обойтись без субсидиарных мер, заложенных в основу национальных программ по льготному предоставлению жилья [9]. В основном это субсидии малоимущим семьям, которые изначально не имеют уровня минимального порога по доходу и имеющимся квадратным

метрам. Средняя цена за 1 м² площади в мире составляет приблизительно 200 тыс. руб., однако здесь корректно проводить анализ по каждой конкретной стране, поскольку цена зависит не только от экономических, но и демографических и географических территориальных факторов.

Литература

1. Звездинцева А.В. Программы доступного жилья в Китае // Вестник науки и образования. – 2015. – № 1. – С. 49–51.
2. Страны, в которых каждый желающий может бесплатно получить дом // Строительный портал «Центральный полигон». – URL: <https://centropol.ru/mozhno-poluchit-nedvizhimost-absolyutno-besplatno.html> (дата обращения: 15.06.2021).
3. В России строится все больше компактных квартир // Российская газета. – URL: <https://rg.ru/2020/11/29/v-rossii-stroitsia-vse-bolshe-kompaktnyh-kvartir.html> (дата обращения: 15.06.2021).
4. Рейтинг стран Европы по строительству жилья // РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/20200720/1574492174.html> (дата обращения: 15.06.2021).
5. Холодилин К.А. Мировые тенденции государственной жилищной политики // Жилищные стратегии. – 2019. – № 1. – С. 9–44.
6. Antonakakis N., Chatziantoniou I., Gabauer D. A regional decomposition of US housing prices and volume: market dynamics and Portfolio diversification // Annals of Regional Science. – 2021. – Vol. 66. – Is. 2. – P. 279–307.
7. Nicolaidis P. State aid implications of public investment in land development & social housing // Journal of European Competition Law and Practice. – 2019. – Vol. 10. – Is. 10. – P. 609–617.
8. Taghizadeh-Hesary F., Yoshino N., Mortha A., Chiu A., Naderi N. Internal and external determinants of housing price boom in Hong Kong // Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan. – 2020. – Vol. 23. – Is. 4. – P. 597–620.
9. Torab E.S. A law or just a hypothesis? A critical review of supply and demand effect on the affordable residential markets in developing countries // Alexandria Engineering Journal. – 2018. – Vol. 57. – Is. 4. – P. 4081–4090.
10. Wang Y., Lin H., Liu Y., Sun Q., Wennersten R. Management of household electricity consumption under price-based demand response scheme // Journal of Cleaner Production. – 2018. – Vol. 204. – P. 926–938.

Информация об авторах

Карасик Елена Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: elena-karasik2012@yandex.ru

Ганеева Вероника Рамилевна, магистр, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: veronikakznrus@mail.ru

Карасик Олег Сергеевич, магистр, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: elena-karasik2012@yandex.ru

E.A. KARASIK,

PhD in Economics, Associate Professor

Kazan (Volga region) Federal University

V.R. GANEEVA,

Master Student

Kazan (Volga region) Federal University

O.S. KARASIK,

Master Student

Kazan (Volga region) Federal University

FOREIGN EXPERIENCE IN IMPLEMENTATION OF HOUSING POLICY AND THE POSSIBILITIES OF ITS APPLICATION IN THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. The article reveals the state policy of foreign countries in the field of housing policy. According to European researchers, the global problem of providing housing for the population by the world community was resolved back in the 1970s. Despite this, this issue is still relevant for all states, including developed countries, which declare the values of the information economy and the services market. In particular, this is due to the fact that the number of the world's population is steadily increasing. Also, the 21st century is characterized by the ideology of living comfort. If even 30 years ago most states faced the problem of providing citizens with at least a small amount of housing, but at the moment people value, first of all, the level of comfort. Accordingly, the demand for private houses and apartment buildings is complex: the proximity to entertainment and recreational resources and the availability of social infrastructure (schools and kindergartens) are taken into account. In addition, the issue of providing social housing and certain subsidies to families whose income does not exceed a certain amount or the real living space per person does not meet the established living criteria is also relevant.

Keywords: housing policy, subsidies, social infrastructure, state program, pricing, housing stock.

References

1. Zvegintseva A.V. Affordable housing programs in China // Bulletin of Science and Education. – 2015. – No. 1. – P. 49–51.
2. Countries where everyone can get a house for free // Construction portal “Central polygon”. – URL: <https://centro-pol.ru/mozhno-poluchit-nedvizhimost-absolyutno-besplatno.html> (date accessed: 15.06.2021).
3. In Russia more compact apartments are built // News resource “Rossiyskaya Gazeta”. – URL: <https://rg.ru/2020/11/29/v-rossii-stroitsia-vse-bolshe-kompaktnyh-kvartir.html> (date accessed: 15.06.2021).
4. Rating of European countries according to construction of housing // Rating agency “RIA Rating”. – URL: <https://ria.ru/20200720/1574492174.html> (date accessed: 15.06.2021).
5. Kholodilin K.A. World tendencies of the state housing policy // Housing strategies. – 2019. – No. 1. – P. 9–44.

6. Antonakakis N., Chatziantoniou I., Gabauer D. A regional decomposition of US housing prices and volume: market dynamics and Portfolio diversification // *Annals of Regional Science*. – 2021. – Vol. 66. – Is. 2. – P. 279–307.
7. Nicolaidis P. State aid implications of public investment in land development & social housing // *Journal of European Competition Law and Practice*. – 2019. – Vol. 10. – Is. 10. – P. 609–617.
8. Taghizadeh-Hesary F., Yoshino N., Mortha A., Chiu A., Naderi N. Internal and external determinants of housing price boom in Hong Kong // *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*. – 2020. – Vol. 23. – Is. 4. – P. 597–620.
9. Torab E.S. A law or just a hypothesis? A critical review of supply and demand effect on the affordable residential markets in developing countries // *Alexandria Engineering Journal*. – 2018. – Vol. 57. – Is. 4. – P. 4081–4090.
10. Wang Y., Lin H., Liu Y., Sun Q., Wennersten R. Management of household electricity consumption under price-based demand response scheme // *Journal of Cleaner Production*. – 2018. – Vol. 204. – P. 926–938.

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

УДК 334.021

Д.Р. ЛОТФУЛЛИНА,

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Т.Ф. ПАЛЕЙ,

доктор экономических наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Г.Р. МУРТАЗИНА,

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

РАСЧЕТ СПРАВЕДЛИВОЙ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ «ТАТНЕФТЬ» ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СДЕЛОК СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос расчета справедливой стоимости компании «Татнефть» для последующего осуществления сделки слияния или поглощения. Расчет производится путем определения средневзвешенной стоимости капитала. Применение общей формулы WACC при определении стоимости компании является уязвимым местом, поскольку многие условия выполняются по умолчанию и часто не соответствуют реальной ситуации на рынке. На практике многие нефтегазовые компании при расчете ставки дисконтирования отдают предпочтение таким показателям, как инфляция, колебания валютных курсов, процентных ставок и пр., думая, что они в полной мере отражают риски и релевантную ситуацию на мировом и российском рынках. Из этого следует, что существующие и применяемые показатели, используемые для расчета ставки дисконтирования, несовершенны. Отметим, что стоимость заемного капитала соответствует процентной ставке с условием вычета налога на прибыль. Более сложным представляется процесс расчета стоимости собственного капитала. Существует несколько подходов к определению этой стоимости, но наиболее применяемым из них является модель ценообразования капитальных активов (Capital Asset Pricing Model, CAPM). Модель Hamada для расчета коэффициента бета сочетает в себе две модели: модель Модильяни – Миллера и модель ценообразования капитальных активов. В ходе произведенного анализа было выявлено, что наиболее приемлемым подходом к расчету коэффициента бета для нефтегазовых компаний является модель Модильяни – Миллера. Далее производится расчет терминальной стоимости компании и определение справедливой стоимости.

Ключевые слова: слияния и поглощения, M&A, терминальная ценность, средневзвешенная стоимость капитала, WACC.

Слияния и поглощения как продукт развития рыночной экономики стали распространенным и важным экономическим явлением в глобальной среде. Согласно Л. Реннебугу, слияния и поглощения являются одними из самых мощных и универсальных инструментов роста, используемых компаниями всех размеров и во всех отраслях [9]. У разных компаний разные мотивы для слияния. Одни компании соверша-

ют сделки слияния с целью расширения своей деятельности, концентрации производства и капитала, другие – для выживания в условиях кризиса, захвата каналов сбыта. Важным этапом при осуществлении сделки слияния является оценка компании для определения ее справедливой стоимости.

Термин «слияния и поглощения» (M&A) относится к процессу, посредством которого одна

компания присоединяется к другой. При этом они либо объединяются вместе (процесс слияния), либо одна компания приобретает другую для включения ее в более крупный бизнес (процесс поглощения). Другими словами, слияние – это образование новой компании на базе двух существующих, поглощение – ликвидация одной компании как юридического лица и преобразование ее в дочернюю компанию поглощающей компании [2]. Слияния и поглощения – один из основных аспектов мира корпоративных финансов. Аргументация, лежащая в основе слияний и поглощений, как правило, заключается в том, что две отдельные компании вместе создают большую ценность, т. е. так называемый синергетический эффект [3].

Важным шагом при реализации сделки является оценка стоимости компаний, как поглощаемой, так и поглощающей [1]. Поэтому нами предложена модель расчета средневзвешенной стоимости капитала, которая будет использоваться в качестве ставки дисконтирования при осуществлении расчета стоимости компании «Татнефть».

Общепринятая формула расчета средневзвешенной стоимости капитала выглядит следующим образом:

$$WACC = d_{с.к.} * r_{с.к.} + d_{з.к.} * r_{з.к.} * (1 - T), \quad (1)$$

где $d_{с.к.}$ – стоимость собственного капитала, %; $r_{с.к.}$ – доля собственного капитала, %; $d_{з.к.}$ – стоимость заемного капитала, %; $r_{з.к.}$ – доля заемного капитала, %; T – налоговая ставка.

Стоимость заемного капитала соответствует процентной ставке с условием вычета налога на прибыль. При этом наблюдается следующее – если рыночная ставка на дату оценки отражает стоимость долгосрочных обязательств, то значение балансовой стоимости заемного капитала соответствует рыночной [7]. В ином случае, когда процентная ставка по кредитам выше или ниже рыночной стоимости, возникает необходимость корректировки.

Существует несколько подходов к определению стоимости, но наиболее применяемым из них является модель ценообразования капитальных активов (САРМ). Модель ценообразования капитальных активов – это модель, описывающая взаимосвязь между ожидаемой доходностью и риском инвестирования.

$$R_a = R_{rf} + [\beta * R_m - R_{rf}], \quad (2)$$

где R_a – ожидаемая доходность (expected return on a security); R_{rf} – безрисковая ставка (risk-free rate); R_m – среднерыночная доходность портфеля (expected return of the market); β – бета-коэффициент.

В соответствии с моделью норма доходности состоит из безрисковой ставки доходности, бета-коэффициента и рыночной премии за риск. При расчете бета-коэффициента используются фундаментальный и статистический методы при формировании компании путем размещения обыкновенных акций на рынке ценных бумаг [10]. Оба этих метода расчета не подходят для нефтяных компаний по причине того, что структура капитала как малых, так и крупных предприятий состоит и из собственного, и из заемного капитала.

Наиболее приемлемым подходом к определению коэффициента бета для нефтегазовых компаний является модель Модильяни – Миллера [8].

$$\beta = \beta_u + (\beta_u - \beta_d) * D/E, \quad (3)$$

где β_u – безрычаговая бета для нефтегазовой сферы; β_d – долговая бета.

$$\beta_d = \frac{(K_d - R_f)}{(R_m - R_f)}, \quad (4)$$

где K_d – стоимость долга (рыночная); $R_m - R_f$ – премия за риск инвестиций в российские акции.

Из этого следует, что модель САРМ включает в себя скорректированный бета-коэффициент.

Еще одной переменной модели являются конвертированные международные показатели. Конвертация будет производиться путем использования формулы Фишера, с помощью которой будут рассмотрены актуальные ставки по депозитам банка ВТБ как в национальной, так и в иностранной валюте [6]. Данный показатель будет альтернативой учетной ставке Центрального банка РФ, неприменимой в случае предоставления займов компаниям. Таким образом будет рассчитан показатель K_e – скорректированная стоимость капитала.

В таблице 1 представлены показатели, на основе которых был произведен расчет средневзвешенной стоимости капитала компании.

Таблица 1

Расчетные данные WACC для компании

Показатель	Значение
30-летняя безрисковая ставка по казначейским бумагам США, %	2,23
Безрычаговая бета для нефтегазовой отрасли (А. Дамодаран)	1,03
β_d	0,74
β_{dc}	1,12
Премия за риск инвестирования в российские акции, %	9,7
Стоимость СК, % (долл.)	12,76
Процентная ставка по рублевым депозитам ВТБ, %	4,2
Процентная ставка по долларовым депозитам ВТБ, %	0,42
Скорректированная стоимость СК, %	17,1
Стоимость ЗК, без учета налога	9,4
Значение налога на прибыль, %	20
Стоимость ЗК, с учетом уплаченного налога	7,5
Доля СК, %	75,6
Доля ЗК, %	24,4
Средневзвешенная стоимость капитала (WACC), %	14,73

Рассмотрим, каким образом рассчитывались все эти значения. Первым делом рассчитаем долговую бету в соответствии с рыночной стоимостью долга, тридцатилетней безрисковой ставкой по казначейским бумагам США и премией за риск [5].

$$\beta_d = \frac{0,094 - 0,0223}{0,097} = 0,74 \quad (5)$$

Следующим шагом будет расчет скорректированного бета-коэффициента с использованием безрычаговой беты, заемного и собственного капитала.

$$\beta = 1,03 + (1,03 - 0,74) * \frac{0,244}{0,756} = 1,12 \quad (6)$$

Далее рассчитаем доли СК и ЗК (табл. 2).

Далее определим стоимость акционерного капитала K_e по модели CAPM.

$$K_e = 2,23 \% + 1,12 * 9,4 \% = 12,76 \% \quad (7)$$

Данный показатель представлен в долларовом выражении, из чего следует, что для дальнейшего его использования необходимо произвести конвертацию в рубли.

$$K_{ec} = \frac{(1 + 0,1276) * (1 + 0,042)}{1 + 0,042} - 1 = 17,1 \% \quad (8)$$

Исходя из вычислений, произведенных выше, рассчитаем средневзвешенную стоимость капитала (WACC):

$$WACC = 17,1 \% * 0,756 \% + 7,5 \% * 0,244 \% = 14,73 \% \quad (9)$$

Таблица 2

Расчет доли СК и доли ЗК

Общая сумма	Собственный капитал		Заемный капитал	
	В денежном выражении	%	В денежном выражении	%
833 748 196	630 631 814	75,6	203 116 382	24,4

Таким образом, средневзвешенная стоимость капитала равна 14,73 %, а стоимость компании в прогнозном периоде – 606,78 млрд руб. Для определения полной стоимости компании необходимо рассчитать также ее терминальную ценность в постпрогноznом периоде [4].

$$V_{term} = \frac{248,59 / (14,73 \% - 8 \%) }{(1 + 14,73 \%)^6} = 1230,4 \quad (10)$$

Искомая ценность компании представлена в табл. 3.

Таблица 3
Расчет полной стоимости компании

Показатель	Значение
Средневзвешенная стоимость капитала компании (WACC), %	14,73
Устойчивый темп роста (g) %	8
Свободный денежный поток в постпрогноznый период (FCF), млрд руб.	248,59
DCF за 2021–2026 гг., млрд руб.	606,78
V_{term} , млрд руб.	1 230,4
Полная стоимость компании «Татнефть», млрд руб.	1 837, 18

Исходя из того, что, по официальным данным, рыночная капитализация компании на сегодняшний день составляет 1174 млрд руб., мы можем сделать вывод, что компания недооценена.

Таким образом, если у компании возникнут предпосылки для осуществления сделки слияния или поглощения и ее стоимость будет рассчитана путем привычной для российской практики модели, то она будет приобретаться с существенным дисконтом.

Литература

1. Адамия Т.Т. Современные методы финансирования сделок слияний и поглощений // Инновации и инвестиции. – 2019. – №. 4. – С. 32–35.
2. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. – М.: Олимп-Бизнес, 2008. – 1008 с.
3. Выпно В.В., Золотопупова Д.Ю. Российский опыт слияния и поглощений компаний // Наука и молодежь: проблемы, поиски, решения: труды Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (Новокузнецк, 14–16 мая 2019 г.) / под общ. ред. М.В. Темлянцева. – Новокузнецк: Сибирский государственный индустриальный университет, 2019. С. 157–162.
4. Гарифуллин Ф.Ф. Международные слияния и поглощения нефтегазовых компаний в условиях волатильности мировой экономики: дис. ... канд. экон. наук. – М., 2019.
5. Росс С., Вестерфилд Р., Джордан Б. Основы корпоративных финансов / пер. с англ. – М.: Лаборатория базовых знаний, 2011. – 704 с.
6. Aluko B.T., Amidu A.-R. Corporate business valuation for mergers and acquisitions // International Journal of Strategic Property Management. – 2011. – Vol. 9. – P. 173–189.
7. Bauer F., Matzler K. Antecedents of M&A success: The role of strategic complementarity, cultural fit, and degree and speed of integration // Strategic Management Journal. – 2014. – Vol. 35. – No. 2. – P. 269–291.
8. King D.R., Bauer F., Schriber S. Mergers and acquisitions: A research overview. – 1st ed. – London: Routledge, 2018. – 120 p.
9. Renneboog L., Vansteenkiste C. Failure and success in mergers and acquisitions // Journal of Corporate Finance. – 2019. – Vol. 58. – P. 650–699.
10. Shen H. et al. Does geopolitical risk promote mergers and acquisitions of listed companies in energy and electric power industries // Energy Economics. – 2021. – Vol. 95. – P. 105–115.

Информация об авторах

Лотфуллина Дильбар Равилевна, магистрант программы «Общий и стратегический менеджмент», Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: dibarovsky85@gmail.com

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

E-mail: kmen555@gmail.com

Муртазина Гульназ Рашитовна, магистрант, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: murtazin-almaz@yandex.ru

D.R. LOTFULLINA,

Master Student

Kazan (Volga region) Federal University

T.F. PALEY,

Doctor in Economics, Professor

Kazan (Volga region) Federal University

G.R. MURTAZINA,

Master Student

Kazan (Volga region) Federal University

CALCULATION OF THE FAIR VALUE OF THE COMPANY “TATNEFT” FOR THE IMPLEMENTATION OF MERGERS AND ACQUISITIONS

Abstract. The article considers the issue of calculating the fair value of the company “Tatneft” for the subsequent implementation of a merger or acquisition transaction. The calculation is made by determining the weighted average cost of capital, which is proposed by the author. The use of the general WACC formula in determining the value of a company is a vulnerable point, since many conditions are met under the pretext-by default, and often do not correspond to the real situation in the market. In practice, many oil and gas companies, as a discount rate, prefer such indicators as inflation, etc., thinking that they fully reflect the risks and relevant situation in the global and Russian markets. It follows that the existing and applied indicators used to calculate the discount rate are imperfect. It is worth noting that the cost of borrowed capital corresponds to the interest rate with the condition of deducting income tax. More complex is the process of calculating the cost of equity, which is the main focus. There are several approaches to determining value, but the most widely used is the capital Asset Pricing model (CAPM). The Hamada model combines two theorems: the Modigliani-Miller theorem and the Capital Asset Pricing Model (CAPM). In the course of the analysis, it was revealed that the most acceptable approach of the beta coefficient for oil and gas companies is the previously mentioned Modigliani-Miller model. Next, the terminal value of the company is calculated, and the fair value is determined.

Keywords: mergers and acquisitions, M&A, terminal value, weighted average cost of capital, WACC.

References

1. *Adamiya T.T.* Modern methods of financing mergers and acquisitions // Innovation and investment. – 2019. – No. 4.
2. *Brayley R., Myers S.* Principles of corporate finance / Translated from English by N. Baryshnikova. – M.: CJSC “Olimp-Business”, 2008. – 1008 p.
3. *Vypno V.V., Zolotopupova D.Yu.* Russian experience of mergers and acquisitions of companies // Science and Youth: Problems, Searches, Solutions: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference of Students, Postgraduates and Young Scientists. – Publishing house: Siberian State Industrial University (Novokuznetsk), 2019. – P. 157–162.
4. *Garifullin A.F.* International mergers and acquisitions of oil and gas companies in the conditions of global economic volatility: dissertation ... candidate of Economic Sciences: 08.00.14. – Moscow, 2019.
5. *Ross S.* Fundamentals of corporate finance / S. Ross, R. Westerfield, B. Jordan / Trans. from English. – M.: Laboratory of Basic Knowledge, 2011. – 704 p.
6. *Aluko B.T., Amidu A.-R.* Corporate business valuation for mergers and acquisitions // International Journal of Strategic Property Management. – 2011. – Vol. 9. – P. 173–189.
7. *Bauer F., Matzler K.* Antecedents of M&A success: The role of strategic complementarity, cultural fit, and degree and speed of integration // Strategic Management Journal. – 2014. – Vol. 35. – No. 2. – P. 269–291.
8. *King D.R., Bauer F., Schriber S.* Mergers and acquisitions: A research overview. – 1st ed. – London: Routledge, 2018. – 120 p.
9. *Renneboog L., Vansteenkiste C.* Failure and success in mergers and acquisitions // Journal of Corporate Finance. – 2019. – Vol. 58. – P. 650–699.
10. *Shen H. et al.* Does geopolitical risk promote mergers and acquisitions of listed companies in energy and electric power industries // Energy Economics. – 2021. – Vol. 95. – P. 105–115.

УДК 330.12

Л.Н. САФИУЛЛИН,
доктор экономических наук, профессор
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Э.И. БУЛАТОВА,
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

А.А. АБДУЛЛИН,
бакалавр
Казанский (Приволжский) федеральный университет

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР ВСЕОБЩЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ

Аннотация. В Российской Федерации все актуальнее становится проблема повышения уровня финансовой грамотности населения. Вопросами, касающимися финансовой грамотности и повышения ее уровня, многие озадачены в течение длительного времени, при этом данный тренд получил распространение как в России, так и в остальном мире. Такие вопросы становятся особенно актуальными вместе с наличием возможности предоставления удаленных финансовых услуг клиенту путем терминалов самообслуживания и оплаты услуг через Интернет и мобильные устройства. С момента зарождения рыночных отношений в экономике Российской Федерации сложилось более фундаментальное понимание проблем, с которыми сталкивается большинство граждан, следовательно, и способы решения этих проблем приобретают более четкие очертания. На современном этапе становления рыночных отношений в российской экономике осознается необходимость и целесообразность повышения уровня финансовой грамотности населения, особенно это ощущается в самые кризисные периоды экономического цикла. В статье рассматриваются сущность понятия «финансовая грамотность» и механизм ее регулирования, анализируется ее взаимосвязь с общим экономическим благосостоянием страны, а также выявляются инструменты, которые могут быть использованы для создания необходимого уровня финансового образования населения и дальнейшего улучшения форм экономического благосостояния.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовые знания, финансовые умения, финансовые навыки, финансовые возможности, национальное благосостояние, экономическое благосостояние.

В современных реалиях глобальной экономики финансовая грамотность является необходимым условием и залогом успешной человеческой жизни. Обладание недостаточным количеством познаний в экономике вызывает трудности и запутывает, что касается не только финансовой сферы, но и обычной жизни. С течением времени проблема совершенствования уровня финансовой грамотности населения становится только важнее и актуальнее.

Трудно представить современную экономику без имущественно-денежных отношений. Деньги в качестве экономической категории уже достаточно давно и прочно вошли в человеческую жизнь, так как именно они выступают тем инструментом, который позволяет ис-

пользовать подавляющую часть материальных и нематериальных благ современного мира, а также неким индикатором возможности создания и обеспечения необходимого уровня комфорта в повседневной жизни.

Согласно определению Организации Объединенных Наций (ООН), благополучие является собой «совокупность некоторых факторов, таких, как здоровье (физическое и ментальное), демография, питание, одежда, потребительские и сберегательные фонды, условия труда, занятость, организация труда, образование, места жительства, социальное обеспечение [5].

Основным элементом-индикатором финансового благополучия служит уровень доходов, а также их дифференциация. Средний уровень

доходов как показатель может отражать результаты развития экономики страны на данном временном промежутке.

Дифференциация доходов населения основывается на совокупности общеэкономических факторов и измеряется соотношением уровня материального достатка 10 % богатейших и 10 % беднейших групп населения страны/региона. Данная методика подсчета позволяет наиболее точно определить усредненный показатель так называемого уровня жизни.

Отчасти именно низкий уровень финансовой грамотности влияет на неспособность большинства населения пользоваться всеми экономическими благами, удовлетворяя свои потребности. Особенно это заметно во времена экономического кризиса, циклов экономического спада либо стагнации.

Отсюда можно дать определение того, что стоит понимать под финансовой грамотностью, а именно достаточный уровень обладания знаниями и определенными навыками субъектом экономики в финансовой сфере. Эти знания и навыки в дальнейшем помогают дать более правильную оценку происходящей на рынке ситуации, а также принять правильное решение, основываясь на ранее сделанных выводах.

При этом важно понимать, что финансовая грамотность не ограничивается умением распоряжаться имеющимися источниками дохода и планировать текущий бюджет – важным также является умение предвидеть пути обогащения при помощи тех финансовых возможностей, которыми владеет или может завладеть человек – например, путем грамотного распоряжения инвестиционными денежными потоками.

Недостаточный уровень финансовых знаний у населения страны/региона выступает серьезным препятствием для развития всего финансового рынка в целом. Как пример – недостаточно развитый страховой сектор. Обеспечение качественно более высокого уровня финансового образования способно повлиять на динамику спроса на страховые услуги в положительную сторону [4].

Финансовое образование подразумевает способность человека к отслеживанию всех источников доходов и расходов, управлению

денежными ресурсами, планированию будущего и принятию сложных финансовых решений, исходя из текущей экономической ситуации в мире, а также сбережению с целью снижения рисков остаться без средств в будущем, в случае, например, потери работы как основного источника дохода [1].

Для того чтобы считаться финансово грамотным, человек обязан вести постоянный учет уже существующих и потенциальных источников доходов и расходов, а также избегать долговых и кредитных ям, используя планирование бюджета со стабильным, увеличивающимся количеством сбережений.

Кроме того, повышению финансовой грамотности способствует освоение тех многочисленных финансовых инструментов, которые предлагает рынок прямо сейчас. Можно провести прямую связь между потенциальным финансовым благополучием человека и правильным выбором финансового инструмента для последующей работы с ним.

Повышение финансовой грамотности как результат тщательной и качественной образовательной работы с молодежью способно помочь ей привлечь источники финансирования для собственного дальнейшего, более качественного образования, повышения квалификации и т. д., используя финансовый менеджмент.

Взрослое поколение нуждается в финансовых знаниях главным образом для того, чтобы лучше контролировать финансы, которые у него уже есть, оптимизировать соотношение сбережений и потребления, научиться грамотно инвестировать и внедрять инновационные финансовые продукты и услуги в свою жизнь. Бесспорно утверждение, что «компетентный потребитель финансовых услуг намного лучше защищен от финансового мошенничества» [1].

Исходя из того, что финансовая грамотность одинаково необходима для людей всех возрастных категорий, методики обучения ей должны быть ориентированы на самые разные группы населения, учитывать их возраст, амбиции, знания, потребности и возможности. Подобные меры со стороны финансовых властей лишь способствуют росту уровня доверия населения к финансовой системе, делают действия властей более понятными и прозрачными, а также

повышает уровень вовлеченности граждан во все сферы финансового рынка, что в конечном итоге обеспечит повышенную устойчивость, стабильность и эффективность функционирования экономики.

В решении проблем, связанных с качественным повышением уровня финансовой грамотности, заинтересованы все возможные стороны: государство, банковская сфера, бизнес и сами граждане. Причина вполне очевидна и понятна: существует прямая зависимость между сравнительно более высоким уровнем финансовой грамотности и уровнем всеобщего экономического благосостояния по причине того, что:

- формируется ответственное отношение людей к собственным финансам по причине более осознанного потребления и распоряжения ими;
- повышается эффективность управления населением своими финансовыми обязательствами (долгами, кредитами, ипотекой);
- увеличивается число добросовестных кредитополучателей, уменьшается уровень проблемных задолженностей и, как следствие, снижаются кредитные и репутационные риски банков;
- снижаются риски излишнего кредитования населения, личных банкротств, нецелевого использования выданных средств, проблемных задолженностей и невозврата кредитов;
- снижается уровень недоверия населения к банкам и банковским услугам за счет повышения транспарентности;
- повышается предсказуемость действий, формируется «ожидаемое» поведение граждан в отношении банковских вкладов;
- сокращается доля населения, предпочитающего хранить свои сбережения дома в наличной форме, в итоге начинается приток средств в банки и увеличивается общий денежный оборот;
- обеспечивается защита населения от мошенничества, повышается финансовая безопасность граждан;
- возрастает количество людей, желающих организовать собственный бизнес, позволяющий повысить уровень своего достатка;
- повышается финансовое благосостояние

благодаря рационализации семейного бюджета и расширению горизонта планирования.

Несмотря на то, что средний уровень общего образования в нашей стране принято считать высоким, значительная часть населения не располагает достаточным объемом информации и знаний ни о правильном использовании финансовых инструментов, которые предоставляет рынок, ни о грамотном планировании, касающемся финансовых средств, имеющихся в личном распоряжении. При этом стоит отметить, что «пробелы» в подобных знаниях существуют у людей, располагающих совершенно разными уровнями доходов и относящихся ко всем слоям общества. Что удивительно, до сих пор значительная доля населения управляет личными финансами, основываясь на рекомендациях людей, возможно, даже не относящихся к финансовой сфере (например, друзей или родственников), а не на анализе имеющейся информации [3].

Аналитическим центром НАФИ были представлены результаты уникального масштабного исследования, участие в котором приняли более 80 000 респондентов – граждан РФ. Индекс финансовой грамотности – показатель, введенный Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), выступает оценкой текущего уровня знаний и навыков людей в сфере работы с финансовыми инструментами.

Данный индекс, измеряемый по шкале от 1 до 21 балла, в 2019 г. составил 12,37 балла, показав динамику роста по сравнению с аналогичным показателем в 2018 г. на 2 %.

Также увеличилась доля россиян, обладающих высоким уровнем финансовой грамотности, – она составила в 2019 г. 12,4 % (в 2018 г. – 9,7 %). Средний уровень финансовой грамотности наблюдается у 46,8 % населения страны, низкий – у 40,8 % (рис.1).

У исследователей получилось составить усредненный портрет обладающего повышенной финансовой грамотностью россиянина: квалифицированный специалист либо менеджер, женатый мужчина или замужняя женщина в возрасте 30–45 лет с высшим образованием и 1–2 детьми. Недостаточный уровень финансового образования характерен, соответственно,

для безработных людей, не пользующихся финансовыми товарами и услугами, жителей сел и малых городов.

Данное исследование является составной частью социального проекта «Содействие повышению уровня финансового образования населения и развитию финансового образования в Российской Федерации», осуществляемого Министерством финансов РФ в сотрудничестве со Всемирным банком.

С целью оценивания итоговой эффективности реализации данного проекта, а также прогресса, показанного им на разных этапах

исследования, существует необходимость время от времени измерять текущий показатель финансового образования граждан, используя репрезентативную выборку по всей стране, а также международные методологии измерения общего уровня финансовой грамотности.

Данные исследования также показывают, что показатель финансового образования жителей российских городов, обладающих банковскими вкладами, в среднем выше аналогичного показателя у тех граждан, кто обращается за кредитами на определенные цели в кредитные организации (рис. 2).

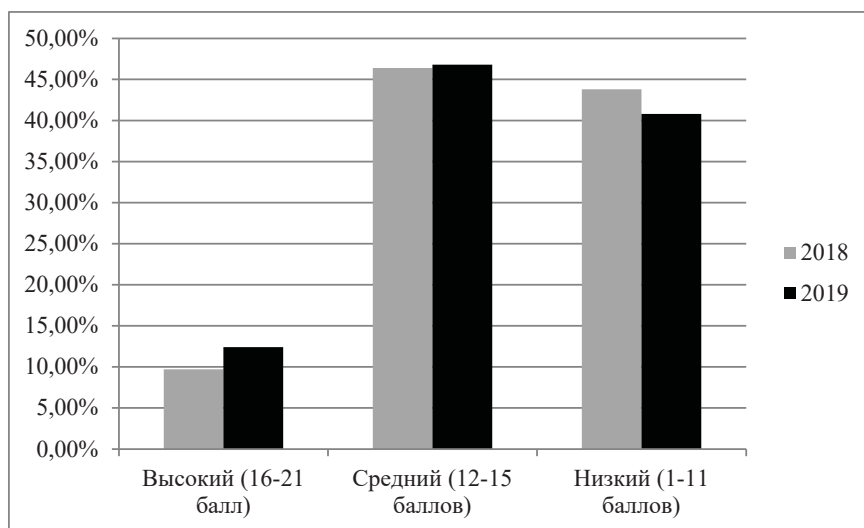


Рис. 1. Финансовая грамотность населения РФ

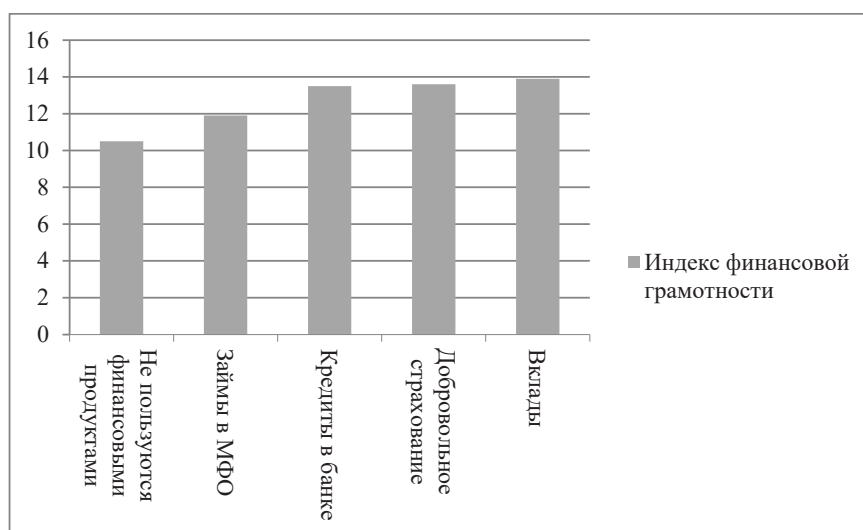


Рис. 2. Уровень финансовой грамотности

По мнению респондентов, уровень финансового образования должен быть повышен: государственными органами, которые являются регуляторами на финансовых рынках (34 %), независимыми финансовыми специалистами-консультантами (29 %), неправительственными и общественными организациями, специализирующимися на защите прав потребителей (24 %), университетами, осуществляющими образовательные программы по экономическому и финансовому профилю (23 %).

Многие современные исследования на тему финансовой грамотности являются подтверждением того утверждения, что финансово грамотные люди демонстрируют большую эффективность при принятии решений в жизни, независимо от вида решения, рода деятельности и страны проживания. Также можно сделать вывод, что знание основ такой дисциплины, как финансовое образование, положительно влияет на качество жизни и сказывается на всеобщем экономическом благосостоянии людей. По этой причине обучение финансовой грамотности затрагивает в первую очередь каждого гражданина в отдельности.

Эксперты высказывают мнение, что рост финансового образования напрямую влияет на улучшение функционала финансовых инструментов и их доступность для населения. С целью ускорения этого показателя государство совместно с отечественными и зарубежными финансовыми институтами активно участвует в разработке и осуществлении программ, направленных на повышение финансовой грамотности населения, используя механизмы реализации абсолютно на всех уровнях осуществления государственной экономической политики [2].

Для оказывающих финансовые услуги компаний недостаточное финансовое образование означает увеличение количества негативных отзывов от людей, не разобравшихся в механизме функционирования этих компаний, что ведет к пониженному уровню доверия населения ко всему финансовому сектору в целом [3].

В глобальной сети Интернет существуют сайты, ставящие своей целью повышение финансовой грамотности населения:

1. Сайт «Банки.ру» – крупнейший ресурс на просторах РФ в сфере банковского регулирования. Сайт обладает разделом «Банковский словарь» с объяснением терминов, а также рекомендациями по их практическому применению [banki.ru].

2. Сайт «Финграм» является готовой базой ответов на массу вопросов по экономике. Банковская ассоциация РФ создала также канал «Финграм ТВ», на котором обучают денежной грамоте с нуля [fingram.ru].

3. Ассоциация региональных банков «Россия» совместно с международной платежной системой Visa создала для россиян проект «Азбука финансов» [azbukafinansov.ru].

4. Методические материалы по финансовой грамотности есть также на онлайн-портале «Город финансов», созданном по федеральной программе [3].

25 сентября 2017 г. Правительство РФ утвердило Стратегию повышения финансового образования в Российской Федерации на 2017–2023 годы. Данная стратегия, по словам ее создателей, «определяет цели и пути совершенствования финансового образования населения, а также создания оперативной информационно-просветительской системы в области защиты потребителей финансовых услуг в Российской Федерации в среднесрочной перспективе». Принятие такой стратегии на государственном уровне подтверждает готовность властей удовлетворить необходимые потребности в обеспечении достойного уровня финансового образования граждан.

В Стратегии повышения финансового образования в Российской Федерации на 2017–2023 годы дано определение финансовому образованию – это «сочетание осведомленности, знаний, умений и поведенческих установок, необходимых для принятия успешных финансовых решений и в конечном итоге для достижения финансового благосостояния. Такая трактовка финансового образования как социального отношения субъекта к окружающим его явлениям и процессам позволяет выделить три основных компонента финансового образования: отношение к собственным финансовым ресурсам, знание финансовых услуг, а также практические навыки работы с ними» [4].

Для банков и прочих финансовых организаций выгодно вовлечение собственных клиентов в финансовую сферу, так как подобное отношение формирует доверие со стороны потребителя. Те граждане, которые больше остальных способны управлять собственными финансами, имеют больше шансов на обращение в финансовые организации с целью приобретения различных продуктов или услуг.

В этой связи особую роль играет вовлеченность организаций в разработку обучающих программ государством. Для координации деятельности банковских организаций в данном направлении при ЦБ Российской Федерации организовываются постоянные мероприятия, направленные на ознакомление, изучение и распространение финансовой грамотности для всех желающих.

Принятые меры призваны обеспечить предсказуемость поведения населения и его реакции на различные экономические события путем повышения экономической грамотности, а также расширить использование финансовых инструментов, например, сберегательных, страховых, безналичных расчетов. Это будет способствовать развитию финансового рынка в целом, повышению его устойчивости и, наконец, росту благосостояния граждан.

В ближайшие годы необходимость обеспечения адекватного уровня финансового образования абсолютно во всех странах будет только возрастать. В развивающихся странах такая ситуация может способствовать сокращению бедности, в развитых – пониманию особенностей пенсионных и налоговых систем, а следовательно, дальнейшему развитию сектора МСБ и лучшему перераспределению экономических ресурсов.

Итогом всего этого выступает улучшение финансового образования, более стабильное и качественное функционирование финансовой системы и приближение к общему экономическому процветанию.

Литература

1. Финансовая культура населения / Ю.С. Нехайчук, С.Э. Бекирова, В.В. Ворошило и др.; под ред. Д.В. Нехайчука. – Симферополь: Ариал, 2017. – 511 с.
2. Результаты второй волны измерения уровня финансовой грамотности россиян // Аналитический центр НАФИ. – URL: <https://nafi.ru/projects/finansy/rezultaty-vtoroy-volny-issledovaniya-urovnya-finansovoy-gramotnosti-rossiyan/> (дата обращения: 07.05.2021).
3. Финансовая грамотность // Банк «Торговый капитал» – URL: https://www.tcbank.by/personal/financial_literacy/ (дата обращения: 07.05.2021).
4. Финансовая грамотность населения как фактор социально-экономического развития общества // CORE. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/214869283.pdf> (дата обращения: 07.05.2021).
5. Цели в области устойчивого развития // Организация Объединенных Наций. – URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/> (дата обращения: 07.05.2021).
6. Shaidullin R., Bulatova E., Kurmanova L. Evaluation of financial stability of Russian companies // E3S Web of Conferences. – 2019. – Vol. 110. – Is. 13. – Art. 02044.
7. Bagautdinova N.G., Karasik E.A., Safullin L.N., Ismagilova G.N. Problems of regulation in financial markets // Journal of Engineering and Applied Sciences. – 2017. – Vol. 12. – Is. 19. – P. 4908–4912.
8. Bulatova E., Zakhmatov D., Aliakberova L.Z. Key developments and trends in project finance market // Academy of Strategic Management Journal. – 2016. – Vol. 15. – Spec. Is. 1. – P. 185–190.
9. Xiao J.J., O'Neill B. Consumer financial education and financial capability // International Journal of Consumer Studies. – 2016. – Vol. 40. – No. 10. – P. 712–721.
10. Xiao J.J., Chen C., Sun L. Age differences in consumer financial capability // International Journal of Consumer Studies. – 2015. – Vol. 39. – No. 4. – P. 387–395.

Информация об авторах

Сафиуллин Ленар Наилевич, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет

E-mail: lenar_s@mail.ru

Булатова Эльвира Ильдаровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансовых рынков и финансовых институтов, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет

E-mail: elvirakazan2011@gmail.com

Абдуллин Аяз Аделевич, бакалавр, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: trytoinvent@yandex.ru

L.N. SAFIULLIN,

Doctor in Economics, Professor

Kazan (Volga region) Federal University

E.I. BULATOVA,

PhD in Economics, Associate Professor

Kazan (Volga region) Federal University

A.A. ABDULLIN,

Bachelor student

Kazan (Volga region) Federal University

FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION AS A FACTOR OF GENERAL ECONOMIC WELL-BEING

Abstract. In the Russian Federation, the issue of increasing the level of financial literacy of the population is becoming more and more urgent. Questions related to financial literacy, as well as the processes of its level of improvement, have been puzzled for a long time, while this trend has spread both in Russia and in the rest of the world. Such issues become especially relevant in the conditions of the availability of the possibility of providing financial services remotely, using advanced remote technologies, self-service terminals, as well as paying for services via the Internet and mobile devices. From the very moment of the emergence of market relations in the economy of the Russian Federation, there is a more fundamental understanding of both the problems that accompany the majority of citizens in carrying out economic activities, and the mechanisms that solve these problems. At the current stage of the formation of market relations in the Russian economy, there is an awareness of the need and expediency of increasing the level of financial literacy of the population. This expediency is especially felt in the most crisis periods of the economic cycle. The article examines the essence of the concept of “financial literacy”, considers the mechanism of its organization, and also analyzes the relationship of financial literacy with the general economic well-being of the country by identifying and considering factors that can be controlled to form the formation of the necessary level of financial education of the population for further improvement of economic well-being.

Keywords: financial literacy, financial knowledge, financial abilities, financial skills, financial capabilities, national well-being, economic well-being.

References

1. Bekirova S.E. Raising the level of financial literacy of the population as a basis for optimizing financial behavior / S.E. Bekirova // Financial culture of the population: monograph / ed. by D.V. Nekhaychuk, Doctor of Economics, Associate Professor. – Simferopol: IT “Arial”, 2017. – 512 p. – p. 34–42.
2. Results of the second wave of measuring the level of financial literacy of Russians // Analytical center “NAFI”. – URL: <https://nafi.ru/projects/finansy/rezultaty-vtoroy-volny-issledovaniya-urovnya-finansovoy-gramotnosti-rossiyan/> (date accessed: 07.05.2021).
3. Financial literacy // Bank “Trading Capital”. – URL: https://www.tcbank.by/personal/financial_literacy/ (date accessed: 07.05.2021).

4. Financial literacy of the population as a factor of socio-economic development of society // CORE. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/214869283.pdf> (date accessed: 07.05.2021).
5. The Sustainable Global Development Goals // The United Nations. – URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/> (date accessed: 07.05.2021).
6. *Shaidullin R., Bulatova E., Kurmanova L.* Evaluation of financial stability of Russian companies // E3S Web of Conferences. – 2019. – Vol. 110. – Is. 13. – Art. 02044.
7. . *Bagautdinova N.G., Karasik E.A., Safiullin L.N., Ismagilova G.N.* Problems of regulation in financial markets // Journal of Engineering and Applied Sciences. – 2017. – Vol. 12. – Is. 19. – P. 4908–4912.
8. *Bulatova E., Zakhmatov D., Aliakberova L.Z.* Key developments and trends in project finance market // Academy of Strategic Management Journal. – 2016. – Vol. 15. – Spec. Is. 1. – P. 185–190.
9. *Xiao J.J., O'Neill B.* Consumer financial education and financial capability // International Journal of Consumer Studies. – 2016. – Vol. 40. – No. 10. – P. 712–721.
10. *Xiao J.J., Chen C., Sun L.* Age differences in consumer financial capability // International Journal of Consumer Studies. – 2015. – Vol. 39. – No. 4. – P. 387–395.

УДК 339

А.Ф. СПИРАЗЕЕВА,

кандидат педагогических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Д.И. БАДРУТДИНОВ,

студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Н.А. РАЗНИЦЫН,

студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ФОНДОВЫЙ РЫНОК США В УСЛОВИЯХ НОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Аннотация. COVID-19 оказал огромное влияние на финансовые рынки своей неопределенностью, давлением и волатильностью. Снижение экономической активности вызвало тяжелейшие последствия для экономик всех стран мира, что выразилось в падении объемов производства, закрытии предприятий, нарушении цепочек торговых поставок, росте безработицы. Все это продолжает оказывать свое влияние на состояние мировой экономики в целом и экономики США в частности. Восстановление идет медленными темпами, и едва ли экономические показатели вернутся к докризисному уровню до конца 2021 г. Иная ситуация складывается на рынке ценных бумаг, который вернулся к своим показателям еще летом 2020 г., а сейчас продолжает обновлять исторические максимумы. Ученые исследуют парадоксальную ситуацию, когда реальная экономика испытывает серьезные затруднения, а фондовый рынок демонстрирует невероятные успехи. В данной статье рассматриваются результаты влияния пандемии COVID-19 на фондовый рынок США через призму макроэкономических индексов, примеры некоторых компаний, а также общие прогнозы и выводы по состоянию фондового рынка США. Статья будет интересна экономистам и аналитикам фондового рынка, а также всем тем, кто интересуется состоянием дел в мире.

Ключевые слова: фондовый рынок США, коронавирус, рыночная капитализация, экономический кризис, коэффициент P/E (price/earnings – цена/прибыль), индекс S&P 500, Tesla, Netflix, Amazon.

2020 г. для американского фондового рынка начался с обвала, случившегося почти сразу после установления им исторических максимумов. Вызванный эпидемией коронавируса и последовавшими вслед за этим ограничениями по всему миру, он стал крупнейшим кризисом в истории со времен мирового финансового кризиса 2008 г. Снижение экономической активности в прошлом году вызвало тяжелейшие последствия для экономик всех стран мира, что выразилось в падении объемов производства, закрытии предприятий, нарушении цепочек торговых поставок, росте безработицы и т. д. Все это продолжает оказывать свое влияние на состояние мировой экономики в целом и экономики США в частности. Восстановление идет медленными темпами, и едва ли экономические показатели вернутся к докризисному уров-

ню до конца 2021 г. Иная ситуация складывается на рынке ценных бумаг, который вернулся к своим показателям еще летом 2020 г., а сейчас продолжает обновлять исторические максимумы [1]. С чем же связана подобная, казалось бы, парадоксальная ситуация, когда реальная экономика испытывает серьезные затруднения, а фондовый рынок демонстрирует невероятные успехи?

Значительная роль в складывании нынешней рыночной конъюнктуры отводится политике количественного смягчения (Quantitative easing, QE) – нетрадиционной монетарной политике, которую используют Соединенные Штаты и ряд других развитых стран для стимулирования своей экономики в связи с исчерпанием традиционных инструментов [10]. Суть этой политики заключается в дополнитель-

ной эмиссии денег, которая в последующем используется для выкупа государственных ценных бумаг и других финансовых активов, таких, как ценные бумаги частных компаний и банков. Происходит дополнительное вливание денежных средств в экономику, что в конечном счете должно привести к удешевлению кредитов, увеличению объемов их выдачи и тем самым стимулировать экономику [2]. Однако в реальности далеко не вся избыточная ликвидность доходит до реального сектора экономики, огромная ее часть направляется на фондовый рынок, где имеются широкие возможности для прибыльных спекуляций. Так произошло и с денежными средствами, которые ФРС США в рамках политики количественного смягчения дополнительно выпустила в прошлом году и продолжает выпускать до сих пор. Наглядно данную зависимость можно продемонстрировать наложением графика изменения активов ФРС США, отражающего количество активов, которыми на определенный момент обладает Фредрезерв, на график индекса S&P 500, представляющего собой капитализацию 500 крупнейших американских компаний. Мы можем видеть, как активная скупка американским регулятором различных активов подтолкнула котировки американских компаний к стремительному росту (рис. 1).

Причем спекулятивная, т. е. не связанная с улучшением реальных экономических пока-

зателей, природа подобного беспрецедентного роста прослеживается отчетливо, достаточно взглянуть на коэффициент Shiller P/E по индексу S&P 500, отражающий соотношение капитализации американских компаний, входящих в индекс, и их прибылей с поправкой на инфляцию. Чем выше значение этого коэффициента, тем более переоцененными считаются индекс и входящие в него компании, что также означает более высокие риски, связанные с возможностью обвала индекса [12]. Сейчас значение коэффициента гораздо выше среднего уровня и уже превышает значения, предшествовавшие Черному вторнику 1929 г., но еще не достигло уровня начала нулевых, когда раздувался известный «пузырь доткомов» (рис. 2).

Обратную корреляцию от роста рыночных котировок демонстрируют показатели доходности по дивидендам S&P 500. Мы видим, что они уже вплотную приблизились к значениям исторического минимума (рис. 3).

Стоит учитывать, что это касается крупнейших компаний, входящих в индекс S&P 500. На рынке торгуется огромное количество убыточных компаний, для которых коэффициент цена/прибыль (P/E) не рассчитывается вовсе. За последний год индекс таких неприбыльных только технологических компаний, рассчитываемый Goldman Sachs, вырос на 250 % (рис. 4).



Рис. 1. Наложение графиков активов ФРС США и индекса S&P 500 [6]

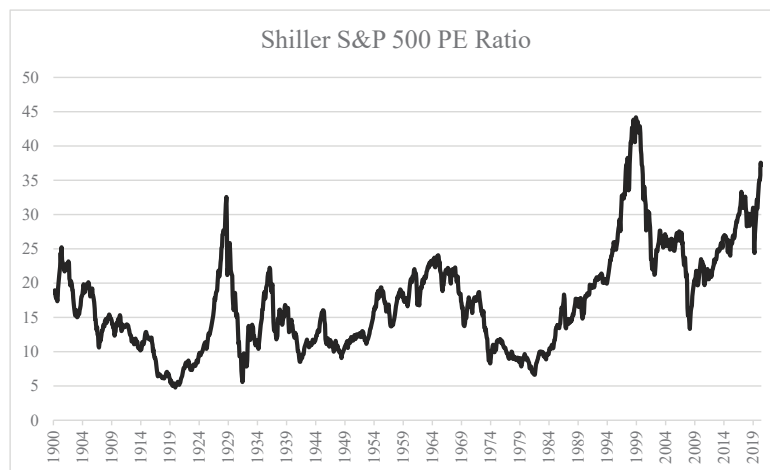


Рис. 2. Коэффициент Shiller P/E (1870–2021) [8]

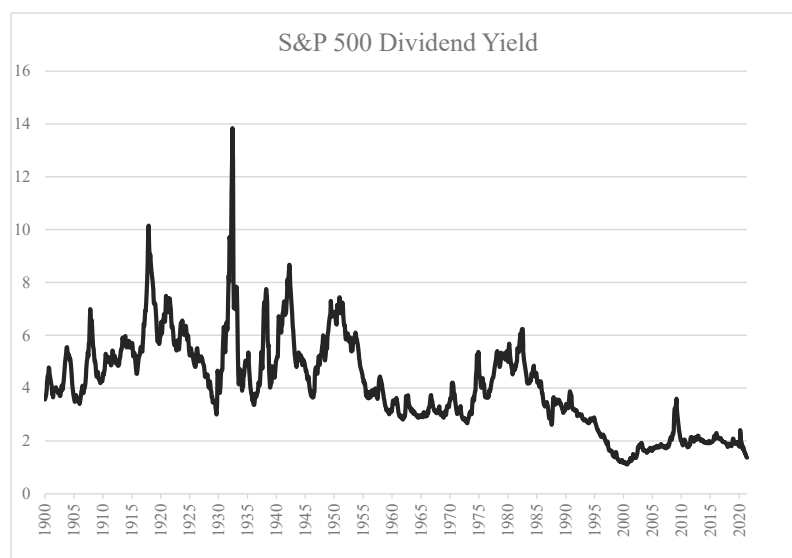


Рис. 3. Дивидендная доходность по S&P 500 (1870–2021) [8]

В целом технологические компании в последние годы стали настоящими «жертвами» инвесторов и спекулянтов, которые на фоне теряющих свою инвестиционную привлекательность компаний, пострадавших от кризиса, выглядят как настоящие бизнес-модели «мира после пандемии». Ускорение их роста вызывает повышенный интерес у инвесторов, что становится причиной еще большего их роста. Таким образом, их капитализация становится самоподпитывающейся системой и достигает невероятных размеров [15]. Так происходит, к примеру, с компанией Tesla. Ее капитализация в январе 2021 г. превышала 800 млрд долл.,

а коэффициент цена/прибыль (P/E) приближался к 1400, однако после коррекции в феврале эти цифры значительно уменьшились. Текущая рыночная капитализация Tesla – около 600 млрд долл. В то же время коэффициент P/E компании оценивается в примерно 620 годовых прибылей, что по-прежнему считается крайне высоким показателем и свидетельствует об огромной переоцененности компании на рынке. Биржевая стоимость Tesla значительно выше капитализации 9 известных автоконцернов (таких, как Renault, Nissan, Volkswagen и т. д.), несмотря на то, что их суммарная выручка в 50 с лишним раз больше, чем у предприятия Илона

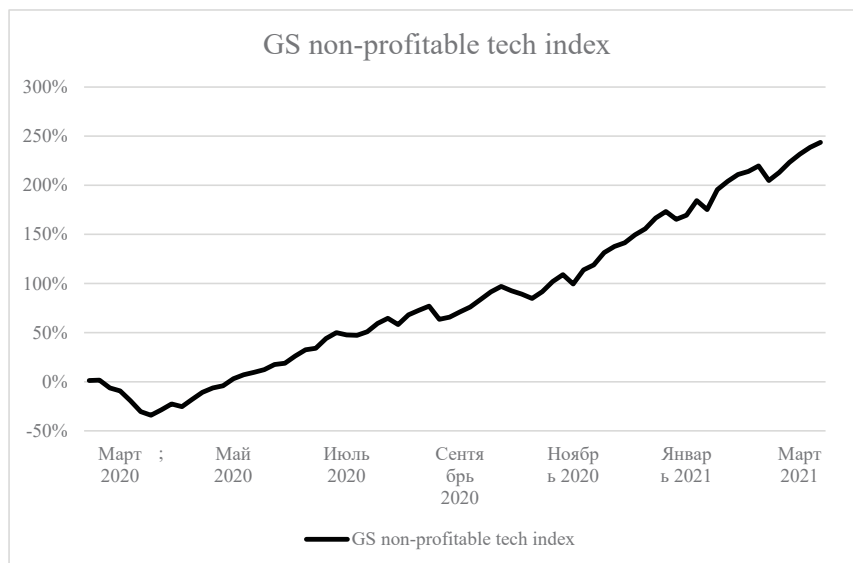


Рис. 4. Индекс неприбыльных технологических компаний, рассчитываемый Goldman Sachs [5]

Маска. Конечно, можно сказать, что Маск «инвестирует в будущее» и энергично модернизирует свои физические активы, а значит, скоро Tesla все же окупит себя. Однако у всех других автопроизводителей CAPEX (капитальные расходы), т. е. инвестиции в основные фонды, больше, чем у Tesla [4].

Еще один наглядный пример переоценки – это компания Netflix. За последний год ее прибыль сократилась до 542 млн долл. (1,19 долл. на акцию) по сравнению с 587 млн долл. (1,30 долл. на акцию) годом ранее [3]. Коэффициент P/E составляет 60, при том что Netflix – это компания не технологического толка, и мысли о модернизации и инвестициях в будущее можно отбросить. Основным доходом компании Netflix считается рост числа подписчиков на их платформу, и этот рост разделен [9].

Иначе обстоит дело с компанией Amazon. Эта интернет-компания действительно получает высокую прибыль, и эта прибыль значительно растет. Однако по-прежнему можно говорить об экономическом пузыре, ведь коэффициент P/E вырос с 80 в конце 2019 г. до 118 в начале 2020 г., сейчас он примерно 62 [13]. Это означает, что у Amazon капитализация раздувалась даже быстрее, чем росла прибыль, учитывая то, что даже текущее значение P/E неестественно

высокое и превышает показатели таких инновационных компаний, как Apple (P/E – 28) и Google (P/E – 31). Также можно сравнить еще один индекс – процент рентабельности капитала (ROE, Return on Equity). У Amazon он составляет 31 %, а у Apple – 110 % [7].

Исходя из вышеизложенного можно сказать, что ценные бумаги этих компаний на данный момент достаточно сильно переоценены, а некоторые из них демонстрируют прямые признаки финансового пузыря из сотен миллиардов долларов. Стоит учитывать, что похожих компаний на рынке огромное множество и нами были рассмотрены далеко не самые вопиющие случаи, за исключением Tesla. Не последнюю роль в раздувании пузыря играют физические лица, подогреваемые регулярными денежными выплатами от государства, так называемыми вертолетными деньгами, а также ростом уровня маржинального кредитования. По состоянию на 2019 г. домохозяйства – резиденты США владели 37,7 % американских акций [11]. Чтобы дать оценку значимости розничных инвесторов, достаточно вспомнить войну, которую в январе объявили пользователи сети Reddit хедж-фондам. Тогда огромное количество скоординированных через социальную сеть индивидуальных инвесторов заставило крупные американские инвестиционные фон-

ды, игравшие на понижение стоимости акций небольшой игровой розничной сети GameStop, понести многомиллиардные убытки.

Таким образом, мы можем констатировать, что на данном этапе фондовый рынок США серьезно перегрет и на нем уже сформировались настоящие финансовые пузыри. Существенным отличием этого случая от всех остальных является то, что перегрев рынка финансов образовался на крайне неблагоприятном фоне для реальной экономики, а значит, его схлопывание может стать более болезненным. Предугадать, когда начнется этот процесс, очень трудно, однако, по мнению аналитиков, этому может поспособствовать инфляция, ускорение которой мы наблюдаем уже сегодня. Считается, что в случае продолжения и углубления инфляционных процессов ФРС придется ужесточить денежную политику, и тогда рынок лишится своей внешней подпитки в виде дешевых кредитов и денежных средств государства [14].

Литература

1. Дробот Е.В. Мировая экономика в условиях пандемии COVID-19: итоги 2020 года и перспективы восстановления // Экономические отношения. – 2020. – Т. 10. – № 4. – С. 937–960.
2. Леонов М.В., Земцова Н.В. Совершенствование денежно-кредитной политики в условиях низких процентных ставок // Петербургский экономический журнал. – 2020. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-denezhno-kreditnoy-politiki-v-usloviyah-nizkih-protsentnyh-stavok> (дата обращения: 20.05.2021).
3. Официальный сайт агентства «Интерфакс». – URL: <https://www.interfax.ru/business/745928> (дата обращения: 28.05.2021).
4. Официальный сайт компании CSIMarket. – URL: <https://csimarket.com/stocks/index.php?grk=code> (дата обращения: 28.05.2021).
5. Официальный сайт Daytrading.com. – URL: <https://www.daytrading.com/reflation-trades> (дата обращения: 28.05.2021).
6. Официальный сайт FRED (Federal Reserve Economic Data). – URL: <https://fred.stlouisfed.org/graph/?g=HfT> (дата обращения: 28.05.2021).
7. Официальный сайт Macrotrends. – URL: <https://www.macrotrends.net> (дата обращения: 28.05.2021).
8. Официальный сайт MULTPL. – URL: <https://www.multpl.com/s-p-500-pe-ratio> (дата обращения: 28.05.2021).
9. Curto J.D. To keep faith with homoskedasticity or to go back to heteroskedasticity? The case of FATANG stocks // Nonlinear Dynamics. – 2021. – Vol. 104. – Is. 4. – P. 4117–4147. – URL: <https://doi.org/10.1007/s11071-021-06535-8> (дата обращения: 28.05.2021).
10. Gormsen N.J., Koijen R.S. Coronavirus: Impact on Stock Prices and Growth Expectations // The Review of Assents Pricing Studies. – 2020. – Vol. 10. – Is. 4. – P. 574–597. – URL: <https://doi.org/10.1093/rapstu/raaa013> (дата обращения: 28.05.2021).
11. Kolchin K. SIFMA Insights: Who Owns Stocks in America // Официальный сайт Sifma.org. – URL: <https://www.sifma.org/wp-content/uploads/2021/02/SIFMA-Insights-Who-Owns-Stocks-An-Update-FOR-WEB.pdf> (дата обращения: 28.05.2021).
12. Nenkov D. The S&P 500 Index and the “Super 6” Technology Stocks in the Pandemic Crisis // Научни трудове на УНСС. – 2021. – Is. 2. – P. 169–187. – URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=953083> (дата обращения: 28.05.2021).
13. Sokol M., Pataccini L. Winners and Losers in Coronavirus Times: Financialisation, Financial Chains and Emerging Economic Geographies of The Covid-19 Pandemic // Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie. – 2020. – Vol. 111. – Is. 3. – P. 401–415. – URL: <https://doi.org/10.1111/tesg.12433> (дата обращения: 28.05.2021).
14. Ubaydullaeva U., Tolstikova V. Financial Impact of Covid-19: Stock Market Volatility and Us Cash Crisis // Scientific Research and Development, Economics of the Firm. – 2021. – Vol. 9. – Is. 4. – URL: <https://doi.org/10.12737/2306-627X-2020-45-56> (дата обращения: 28.05.2021).
15. Zhang D., Hu M., Ji Q. Financial Markets under the Global Pandemic of Covid-19 // Finance Research Letters. – 2020. – Vol. 36. – URL: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101528> (дата обращения: 28.05.2021).

Информация об авторах

Сиразеева Альбина Фернатовна, кандидат педагогических наук, доцент, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: sirajik@yandex.ru

Бадрутдинов Данис Идрисович, студент 1 курса, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: badrutdinov1911@mail.ru

Разницын Никита Александрович, студент 1 курса, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: raznitsyn2002@mail.ru

A.F. SIRAZEEVA,

*PhD in Pedagogics, Associate Professor
Kazan (Volga region) Federal University*

D.I. BADRUTDINOV,

Student

Kazan (Volga region) Federal University

N.A. RAZNITSYN,

Student

Kazan (Volga region) Federal University

US STOCK MARKET IN THE NEW ECONOMIC CRISIS

Abstract. COVID-19 has had a huge impact on financial markets with its uncertainty, pressure and volatility. The decline in economic activity has caused dire consequences for the economies of all countries of the world, which led to a drop in production, the closure of enterprises, supply chains, and an increase in unemployment. All this continues to affect the state of the world economy and the US economy, in particular. The recovery is at a slow pace, and economic indicators are unlikely to return to pre-crisis levels by the end of 2021. A different situation is in the securities market, which returned to its indicators in the summer of 2020, and now continues to update historical highs. The authors investigate the paradoxical situation when the real economy is experiencing serious difficulties, and the stock market is showing incredible success. This article examines the impact of COVID-19 on the US stock market through the prism of macroeconomic indices, examples of some companies, as well as general forecasts and conclusions on the state of the US stock market. The article will be of interest to economists and stock market analysts, as well as to all those who are interested in the global state of affairs.

Keywords: US stock market, coronavirus, market capitalization, economic crisis, price to earnings (P/E), S&P 500, Tesla, Netflix, Amazon.

References

1. *Drobot E.V.* Global economics in conditions of COVID-19 pandemic: outcomes of 2020 and perspectives of recovery // *Economic relations*. – 2020. – Vol. 10. – No. 4. – P. 937–960.
2. *Leonov M.V., Zemtsova N.V.* Improvement of monetary policy in conditions of low interest rate // *Petersburg economic journal*. – 2020. – No. 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-denezhno-kreditnoy-politiki-v-usloviyah-nizkih-protsentnyh-stavok> (data accessed: 20.05.2021).
3. Official site of Interfax. – URL: <https://www.interfax.ru/business/745928/> (date accessed: 28.05.2021).
4. Official site of CSIMarket. – URL: <https://csimarket.com/stocks/index.php?grk=code/> (date accessed: 28.05.2021).
5. Official site of Daytrading.com. – URL: <https://www.daytrading.com/reflation-trades/> (date accessed: 28.05.2021).
6. Official site of FRED (Federal Reserve Economic Data). – URL: <https://fred.stlouisfed.org/graph/?g=HfT/> (date accessed: 28.05.2021).

7. Official site Macrotrends. – URL: <https://www.macrotrends.net/> Elektronnyj resurs. (date accessed 28.05.2021).
8. Official site MULTPL. – URL: <https://www.mtpl.com/s-p-500-pe-ratio/> (date accessed: 28.05.2021).
9. *Curto J.D.* To keep faith with homoskedasticity or to go back to heteroskedasticity? The case of FATANG stocks // *Nonlinear Dynamics*. – 2021. – Vol. 104. – Is. 4. – P. 4117–4147. – URL: <https://doi.org/10.1007/s11071-021-06535-8> (date accessed: 28.05.2021).
10. *Gormsen N.J., Koijen R.S.* Coronavirus: Impact on Stock Prices and Growth Expectations // *The Review of Assents Pricing Studies*. – 2020. – Vol. 10. – Is. 4. – P. 574–597. – URL: <https://doi.org/10.1093/rapstu/raaa013> (date accessed: 28.05.2021).
11. *Kolchin K.* SIFMA Insights: Who Owns Stocks in America // Официальный сайт Sifma.org. – URL: <https://www.sifma.org/wp-content/uploads/2021/02/SIFMA-Insights-Who-Owns-Stocks-An-Update-FOR-WEB.pdf> (date accessed: 28.05.2021).
12. *Nenkov D.* The S&P 500 Index and the “Super 6” Technology Stocks in the Pandemic Crisis // Научни трудове на УНСС. – 2021. – Is. 2. – P. 169–187. – URL: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=953083> (date accessed: 28.05.2021).
13. *Sokol M., Pataccini L.* Winners and Losers in Coronavirus Times: Financialisation, Financial Chains and Emerging Economic Geographies of The Covid-19 Pandemic // *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*. – 2020. – Vol. 111. – Is. 3. – P. 401–415. – URL: <https://doi.org/10.1111/tesg.12433> (date accessed: 28.05.2021).
14. *Ubaydullaeva U., Tolstikova V.* Financial Impact of Covid-19: Stock Market Volatility and Us Cash Crisis // *Scientific Research and Development, Economics of the Firm*. – 2021. – Vol. 9. – Is. 4. – URL: <https://doi.org/10.12737/2306-627X-2020-45-56> (date accessed: 28.05.2021).
15. *Zhang D., Hu M., Ji Q.* Financial Markets under the Global Pandemic of Covid-19 // *Finance Research Letters*. – 2020. – Vol. 36. – URL: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101528> (date accessed: 28.05.2021).

МАРКЕТИНГ И ОБЩЕСТВО

УДК 339.138

А.Н. ДЕМИТРИЕВ

*основатель и генеральный директор
компания «Бай э Софт»*

ЭФФЕКТИВНЫЙ ТАРГЕТИНГ: КАК ПОПАСТЬ В СВОЮ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ И МАСШТАБИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению эффективного таргетинга при помощи попадания в целевую аудиторию и масштабирования рекламной кампании. Актуальность исследуемой темы заключается в распространении современных технологий в социальных сетях, позволяющих масштабировать бизнес через специальные инструменты, в частности таргетированную рекламу. Проблемой исследования является отсутствие четкого алгоритма масштабирования рекламной кампании через таргетинг в Instagram. Цель исследования заключается в разработке пошагового алгоритма действий для масштабирования рекламной кампании на площадке Instagram через таргетинг. Для достижения цели было выполнено несколько задач: проанализирована сущность таргетинга; выделены преимущества таргетированной рекламы перед другими инструментами продаж; разработан алгоритм для масштабирования рекламной кампании через таргетинг. В рамках исследования использовались различные материалы: научно-исследовательские статьи, интернет-ресурсы, литература по маркетингу, опыт таргетированной рекламы экспертов в Instagram и др. Для выделения необходимых сведений из них использовались следующие методы исследования: аналитический синтез данных, сравнительный анализ, аналогия, наблюдение. В ходе проведенного исследования было выявлено, что таргетинг является эффективным маркетинговым инструментом, позволяющим привлекать целевую аудиторию к рекламируемому продукту, в том числе был получен вывод, что для запуска таргетированной рекламы требуется использовать соответствующую стратегию, варианты которой предложены в разработанном алгоритме действий по масштабированию рекламной кампании.

Ключевые слова: таргетинг, рекламная кампания, масштабирование, Instagram, Facebook, целевая аудитория, лиды, запуск продаж.

В условиях современного развития большую популярность приобрели интернет-технологии, которые стали активно использоваться во многих отраслях жизнедеятельности, в том числе в бизнесе. На сегодняшний день все развивающиеся бизнес-компании прибегают к применению таких технологий через различные интернет-площадки и платформы, представленные социальными сетями. Одной из известных социальных сетей является Instagram, отличающийся обширным функционалом и инструментами, обеспечивающими масштабирование бизнеса через запуски рекламных кампаний. Базовым инструментом в данном приложении является таргетинг, позволяющий охватить большое количество потенци-

альных клиентов и довести их до продаж. Тем самым в связи с широким распространением Instagram-сервисов для масштабирования бизнеса исследуемая тема является актуальной.

Таргетинг активно исследуется многими современными экспертами в области бизнеса, интернет-маркетинга и информационных технологий. Так, например, А.В. Полякова и И.П. Бородин в совместном исследовании обосновали сущность и роль таргетинга в интернет-маркетинге [5]. О.М. Куликова и С.Д. Суворова, в свою очередь, исследовали таргетированную рекламу как инструмент построения коммуникаций с целевой аудиторией [4]. М.В. Гераскина детально изучила возможности социальной сети Instagram и выделила основные

инструменты, позволяющие организовать таргетинг для запуска рекламной кампании [2]. Кроме того, значительный вклад в изучение рассматриваемой темы внесли следующие авторы научно-исследовательских работ в данной области: В.С. Кондратьева, Е.Д. Лепешкина, А.Ю. Питерова, А.А. Пушкарева, М.А. Гончарова, Н.В. Лужнова, Н.А. Яцкевич и др.

Несмотря на широкую изученность темы, таргетинг остается недостаточно исследованным в некоторых аспектах. В связи с этим проблемой исследования является отсутствие четкого алгоритма масштабирования рекламной кампании через таргетинг в Instagram. Следовательно, цель исследования заключается в разработке пошагового алгоритма действий для масштабирования рекламной кампании на площадке Instagram через таргетинг. Для достижения цели необходимо выполнить ряд задач:

- проанализировать сущность таргетинга;
- выделить преимущества таргетированной рекламы перед другими инструментами продаж;
- разработать алгоритм для масштабирования рекламной кампании через таргетинг.

В рамках исследования использовались различные материалы: научно-исследовательские статьи, монографии, интернет-ресурсы, литература по маркетингу, опыт таргетированной рекламы экспертов в Instagram и др. Для выделения необходимых сведений из них использовались следующие методы исследования: аналитический синтез данных, сравнительный анализ, аналогия, наблюдение.

Как известно, таргетинг представляет собой эффективный инструмент, позволяющий привлечь целевую аудиторию к рекламируемому продукту. Таргетированная реклама основана на охвате многочисленных интернет-пользователей, потенциально заинтересованных в предлагаемом продукте и готовых совершить покупку [1]. В связи с распространенностью пользователей в Интернете данный инструмент является максимально эффективным маркетинговым средством, поскольку позволяет осуществлять нативные продажи. Оптимальное использование таргетированной рекламы позволяет мгновенно масштабировать любой

бизнес, охватывая широкий круг потребителей и привлекая их к продажам [3].

Instagram и Facebook являются целевыми социальными сетями для маркетинговых целей, поскольку обладают широким функционалом, открывающим максимальный доступ к информации о пользователях: устройство и местоположение; частота и локализация путешествий; представление о частоте тех или иных покупок [8]. Пиксель и конверсия как базовые инструменты платформы Facebook позволяют найти целевую аудиторию по любым заданным параметрам и показателям. За счет них Instagram и Facebook позволяют охватывать огромное количество лидов – потенциальных клиентов, которые заинтересовались товаром или услугой, оставив свои контакты: оформили заявку, заказали звонок или указали E-mail в форме обратной связи [6].

Таргет как инструмент в Instagram обладает значительными преимуществами перед другими средствами продвижения бизнеса в Интернете:

- аудитория (Instagram обладает многомиллионной аудиторией пользователей – потенциальных клиентов для любого бизнеса);
- цена (запуск таргетированной рекламы имеет низкую стоимость, окупаемую высокими охватами целевой аудитории) [7];
- настройки (связь Instagram с Facebook позволяет использовать дополнительные инструменты и функции рекламы);
- показы и охваты (настроенная реклама с точной вероятностью дойдет до всех пользователей, на которых ориентируется таргетолог);
- база данных (в Facebook собираются различные базы данных по отдельным параметрам и показателям Instagram (лайки, комментарии, сохранения, сообщения, переходы и др.)) [4].

Исходя из вышесказанного заключим, что таргетинг является эффективным инструментом интернет-маркетинга, позволяющим максимально быстро и целостно осуществить запуск рекламной кампании [10]. Однако масштабирование бизнеса является весьма серьезным процессом, требующим последовательных действий, в соответствии с которыми инстаграм-площадка позволит осуществить

эффективный запуск рекламной кампании. С целью успешного масштабирования рекламной кампании нами был разработан четкий алгоритм действий:

1. Создаем и настраиваем рекламный аккаунт на business.facebook.com:

- вводим свои настоящие данные, так как в случае ввода фейковых вас могут внести в «черный список». Если данные правдивы, то увеличивается шанс на разбан. Если у вас нет собственной компании, нужно ввести адрес, указанный в паспорте;

- в окне бизнес-менеджера добавляем людей (друзей, приятелей, родственников, знакомых);

- добавляем страницы (создать новую или «подтянуть» уже существующую);

- тот же алгоритм используется и для рекламных аккаунтов;

- создаем пиксель в бизнес-менеджере. Не нужно использовать пиксель, который есть в рекламном аккаунте;

- подключаем платежную систему. Необходимо ввести данные личной дебетовой карты.

Важно! Выбираем свой часовой пояс, так как на сайте по умолчанию стоит Тихоокеанское время.

2. Оформляем фан-страницу.

Необходимы правильное название, наличие аватара, обложки, ссылки. Для того чтобы добиться видимости активности на странице, нужно создать не менее пяти постов, чтобы она была наполненной и не пустой.

3. Проверяем посадочную страницу (самостоятельно или покупаем, обращаясь к клиенту или дизайнеру):

- ставим расширение Facebook Pixel Helper;
- проверяем скорость загрузки сайта;
- смотрим верстку на ПК и мобильном телефоне. Жмем Ctrl + Shift + I и оцениваем, как лендинг выглядит на мобильных устройствах.

4. Создаем рекламную кампанию и выбираем нужную цель из 13:

а) узнаваемость:

- узнаваемость бренда;

- охват;

б) лиды:

- трафик;

- установки приложения;

- просмотр видео;

- генерация лидов;

- вовлеченность для публикации;

- отметки «нравятся»;

- ответы на приглашения;

- сообщения;

в) конверсия:

- конверсии;

- продажи товаров из каталога;

- посещаемость точек.

5. Выставляем нужные настройки на нашу группу объявлений:

- название нужно писать такое, чтобы и вы, и ваше руководство и подчиненные вспомнили (к примеру, интересы/предприниматели/facebook/лента;

- далее нужно создать конверсию, которая поможет нам найти клиентов. Прежде всего, мы будем ориентироваться на людей, которые были на странице благодарности;

- выбираем нашу конверсию;

- бюджет выставляем самостоятельно. Мой совет – на сумме 10 долл. будет понятно, «заходят» наши креативы или нет;

- добавляем в исключения тех людей, которые уже оставили заявку;

- ссылку из конверсии «вставляем» в свою аудиторию;

- при выборе в пункте «география» все индивидуально, необходимо исключить нежелательные области.

6. Работа с группой объявлений:

- не добавлять в одну группу объявлений интересы, свою базу и look-a-like аудиторию;

- если нет интересов/должностей на русском языке, необходимо написать их на английском;

- стараться исключать или делать перерыв на аудиторию, которой уже показывалась реклама, иначе CTR будет падать, а цена лида расти;

- если ваш бюджет меньше 300 долл., можно запустить рекламу на широкую аудиторию, без сегментации, Facebook сам найдет нужную аудиторию;

- ставить запуск рекламы на 00:00.

7. Выбираем целевые интересы:

- языки;

- интересы (с большим охватом – от полутора миллионов);

– есть специальный пункт «Расширить критерий детального таргетинга». Выбираем по своему усмотрению;

– сегментируем по плейсментам и устройствам.

8. Загружаем наши креативы:

– рекламный креатив – это дверь в ваш бизнес!

– есть только полторы секунды, чтобы поймать человека в ленте;

– релевантность рекламных креативов и сайта должна быть в едином визуальном и смысловом стиле;

– вашу «простыню» текста никто не будет читать: разбейте на абзацы и подставьте эмодзи;

– если на баннере больше 20 % текста – Фейсбук сузит охват;

– лучше использовать видео или анимации (загружать как видео);

– не нужно рассказывать в рекламном посте о том, какая ваша компания хорошая и какой вы молодец, – людям наплевать, им нужно решение их проблем!

– загружайте 3–6 штук на группу объявлений.

Что должно быть на визуальной части креатива?

1. На креативе должен быть изображен продукт.

2. Креатив должен передавать эмоцию от покупки и использования товара или услуги.

3. Креатив должен ассоциироваться с вашим продуктом или услугой.

4. Креатив должен показывать боль и решение.

5. Если есть текст, то он должен легко читаться, например, можно подложить плашку.

6. Четкий и понятный рекламный месседж.

Формулы для эффективных рекламных объявлений:

PMHS = Pain + More pain + Hope + Solution (1)

Pain – интригуем человека через его боль;

More pain – усиливаем боль, давая понять, что дальше будет хуже;

Hope – даем человеку надежду, указывая на то, что все еще поправимо;

Solution – рассказываем о том, как решить проблему с помощью нашего продукта + призыв.

ODC = Offer + Deadline + Call to action (2)

Offer – уникальное предложение, от которого невозможно отказаться;

Deadline – сроки действия предложения;

Call to action – призыв к действию.

AIDA = Attention + Interest + Desire + Action (3)

Attention – привлекаем внимание читателя;

Interest – вызываем интерес;

Desire – заставляем желать товар или услугу;

Action – призываем к конкретному действию.

9. Продолжаем сегментацию (по набору интересов).

На основании вышеприведенного алгоритма мы предлагаем использовать тот или иной вариант масштабирования рекламной кампании.

Варианты и стратегии масштабирования:

– ищем смежные интересы;

– дублируем группу объявлений;

– увеличение бюджета на 20–30 % каждые 2–3 дня;

– запускаемся параллельно с другого аккаунта;

– делаем новые рекламные креативы.

В проведенном нами исследовании подтвердилось, что таргетированная реклама является эффективным инструментом для привлечения целевой аудитории и масштабирования рекламной кампании. Данная эффективность обусловлена высоким охватом многомиллионных пользователей на площадке Instagram, являющихся потенциальными клиентами, которых возможно довести до продаж любого бизнес-продукта.

Высокие охваты и показы, низкая цена, функциональные настройки, широкая аудитория, наличие базы данных – таргетинг обладает многими преимуществами, позволяющими использовать именно его для продвижения рекламной кампании. Именно таргетинг обеспечивает эффективный маркетинг для любого бизнеса, использующего запуски в Интернете.

Для успешного масштабирования мы предложили использовать разработанную нами стратегию запуска рекламной кампании, основанную на использовании таргетинга в Instagram и Facebook. Ключевым аспектом, который мы советуем учитывать при запуске таргетированной рекламы, является удовлетворение «бо-

лей» лидов, что обеспечит доведение пользователей до продаж рекламируемого продукта. Только это сможет привлечь внимание целевой аудитории, поскольку устремит лидов удовлетворять потребность в приобретении продукта.

Подводя итоги, необходимо отметить, что таргетинг является современным инструментом интернет-маркетинга, направленным на привлечение целевой аудитории – лидов, намеренных совершить покупку продукта. Таргетированная реклама отличается от других инструментов своим широким функционалом и наличием доступных возможностей от социальных сетей Instagram и Facebook. Использование таргета позволяет любому коммерческому аккаунту масштабировать собственные рекламные кампании, охватывая большое количество интернет-пользователей через заданные настройки и параметры. Разработанный нами алгоритм по масштабированию рекламной кампании позволит максимально эффективно и успешно запустить продажи, не прибегая к сложным маркетинговым ходам. Таким образом, использование таргетинга – современное средство продаж, выгодное для экспертов и качественное для лидов.

Литература

1. Андрейченко Н.В., Полякова Е.Ю. Social networking for successful branding and PR-activities // Terra Economicus. – 2011. – No. 3. – P. 56–59.

2. Гераськина М.В. Instagram как перспективный инструмент для рекламной кампании в Интернете // Вестник науки и образования. – 2018. – № 4. – С. 65–71.

3. Зырянов Б.В. Стратегии продвижения персонального аккаунта в Instagram // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – № 3. – С. 539–556.

4. Куликова О.М., Суворова С.Д. Таргетированная реклама как инструмент построения коммуникаций с целевой аудиторией // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 3 (61). – С. 98–102.

5. Полякова А.В., Бородин И.П. Роль таргетинга в интернет-маркетинге // Таврический научный обозреватель. – 2015. – № 5. – С. 116–118.

6. Esteves R., Resende J. Personalized pricing and advertising: Who are the winners? // International Journal of Industrial Organization. – 2019. – Vol. 63. – P. 239–282.

7. Hajia R., Stock W.G. User settings for advertising optimization on Facebook: Active customer participation or settings blindness? // Telematics and Informatics. – 2021. – Vol. 59. – P. 129–179.

8. Schyff K., Flowerdaya S., Lowry P.B. Information privacy behavior in the use of Facebook apps: A personality-based vulnerability assessment // Heliyon. – 2020. – Vol. 6. – P. 310–321.

9. Tran T.P., Lin C., Baalbaki S., Guzman F. How personalized advertising affects equity of brands advertised on Facebook? A mediation mechanism // Journal of Business Research. – 2020. – Vol. 120. – P. 1–15.

10. Wiese M. A framework for Facebook advertising effectiveness: A behavioral perspective // Journal of Business Research. – 2020. – Vol. 109. – P. 76–87.

Информация об авторе

Демитриев Андрей Николаевич, бизнес-тренер, основатель и генеральный директор компании «Бай э Софт», основатель онлайн-школы татарской национальной кухни «АШ», основатель онлайн-школы йоги Yamogy.online, член ТПП.

E-mail: info@buyasoft.ru

A.N. DEMITRIEV,
Founder and General Director
Company Buy a Soft

EFFECTIVE TARGETING: HOW TO REACH YOUR TARGET AUDIENCE AND SCALING AN ADVERTISING CAMPAIGN

Abstract. The article is devoted to the consideration of effective targeting by reaching the target audience and scaling an advertising campaign. The relevance of the topic under study lies in the dissemination of modern technologies in social networks, which make it possible to scale a business through special tools, in particular, targeted advertising. The research problem is the lack of a clear algorithm for scaling an advertising campaign through targeting on Instagram. The purpose of the study is to develop a step-by-step algorithm of actions for scaling an advertising campaign on the Instagram platform through targeting. To achieve the goal, several tasks were completed: the essence of targeting was analyzed; the advantages of targeted advertising over other sales tools were highlighted; an algorithm for scaling an advertising campaign through targeting was developed. As part of the study, various materials were used: research articles, Internet resources, marketing literature, the experience of targeted advertising by experts on Instagram, etc. To highlight the necessary information, the following research methods were used: analytical data synthesis, comparative analysis, analogy, observation. In the course of the study, it was revealed that targeting is an effective marketing tool that allows you to attract the target audience to the advertised product. In particular, it was concluded that in order to launch targeted advertising, it is required to use an appropriate strategy, the variants of which are proposed in the developed algorithm of actions for scaling an advertising campaign.

Keywords: targeting, advertising campaign, scaling, Instagram, Facebook, target audience, leads, sales launch.

References

1. *Andreychenko N.V.* Social networking for successful branding and PR-activities / N.V. Andreichenko, E.Yu. Polyakova // *Terra Economicus*, 2011. – No. 3. – P. 56–59.
2. *Geraskina M.V.* Instagram as a promising tool for an online advertising campaign / M.V. Geraskina // *Bulletin of Science and Education*, 2018. – No. 4. – P. 65–71.
3. *Zyryanov B.V.* Strategies for promoting a personal account on Instagram / B.V. Zyryanov // *Questions of theory and practice of journalism*, 2018. – No. 3. – P. 539–556.
4. *Kulikova O.M.* Targeted advertising as a tool for building communications with the target audience / O.M. Kulikova, S.D. Suvorov // *Economics and business: theory and practice*, 2020. – No. 3 (61). – P. 98–102.
5. *Polyakova A.V.* The role of targeting in Internet marketing / A.V. Polyakova, I.P. Borodin // *Tavrishesky Scientific Observer*, 2015. – No. 5. – P. 116–118.
6. *Esteves R., Resendeb J.* Personalized pricing and advertising: Who are the winners? // *International Journal of Industrial Organization*. – 2019. – Vol. 63. – P. 239–282.
7. *Hajia R., Stock W.G.* User settings for advertising optimization on Facebook: Active customer participation or settings blindness? // *Telematics and Informatics*. – 2021. – Vol. 59. – P. 129–179.
8. *Schyffa K., Flowerdaya S., Lowry P.B.* Information privacy behavior in the use of Facebook apps: A personality-based vulnerability assessment // *Heliyon*. – 2020. – Vol. 6. – P. 310–321.
9. *Tran T.P., Lin C., Baalbaki S., Guzman F.* How personalized advertising affects equity of brands advertised on Facebook? A mediation mechanism // *Journal of Business Research*. – 2020. – Vol. 120. – P. 1–15.
10. *Wiese M.* A framework for Facebook advertising effectiveness: A behavioral perspective // *Journal of Business Research*. – 2020. – Vol. 109. – P. 76–87.

УДК 005.3

Д.М. ШАКИРОВА,

кандидат социологических наук, доцент

Казанский государственный энергетический университет

М.И. ЗАФАРОВ,

студент

Казанский государственный энергетический университет

А.И. РАХИМОВ,

студент

Казанский государственный энергетический университет

А.С. ХАЙРУЛЛИН,

студент

Казанский государственный энергетический университет

А.И. ХОРЬЯКОВ,

студент

Казанский государственный энергетический университет

Р.М. КАРИПОВ,

студент

Казанский государственный энергетический университет

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИВЕНТ-АГЕНТСТВ В ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТЕ

Аннотация. В XXI в. происходит процесс роста значимости индустрии досуга и развлечений, которая развивается не только в силу ее необходимости как для каждого человека в отдельности, так и для всего общества в целом, но и в силу достижения возможности использования таких видов услуг благодаря достаточному уровню доходов населения. Индустрия досуга и развлечения и сам менеджмент выходят на новую ступень развития и становятся неотъемлемой частью жизни общества и потребностей людей. Наиболее важным составляющим в исследуемой сфере является ивент-менеджмент, который определяется как практическая реализация менеджмента в сфере проектирования проведения и организации мероприятий и событий, осуществляемых ивент-агентствами. Необходимо отметить, что такие компании организуют не только развлекательные мероприятия, но и собеседования, конференции различных уровней, встречи глав государств и другие не менее важные мероприятия. Однако ивент-менеджмент и ивент-агентства появились в России относительно недавно из-за высокого спроса на них на рынке индустрии. Следовательно, актуальность данного исследования состоит в необходимости достаточного изучения нового сегмента рынка для России, который имеет огромный потенциал для дальнейшего развития.

Ключевые слова: ивент-менеджмент, ивент-агентства, индустрия досуга и развлечений, мероприятия, события.

Ивент-менеджмент – проектирование некой идеи и дальнейшая ее реализация на практике. Довольно часто анализируемое понятие сопоставляют с термином «мероприятие». Согласно определению первого теоретика в сфере ивент-менеджмента, доктора Джо Голдблатта, мероп-

риятие – определенный промежуток времени, отличающийся наличием ритуалов и церемоний для удовлетворения особых потребностей [6]. Данная трактовка ограничивает понятие наличием конкретного срока и использованием определенных действий, выделяя в качест-

ве цели мероприятия удовлетворение особых потребностей.

А. Шумович, в свою очередь, трактует мероприятие как вид человеческой деятельности, предполагающий встречи, взаимодействие людей, ограниченный по времени и связанный с реализацией каких-либо общих целей [6]. В своей трактовке он делает акцент на социальном взаимодействии.

Последнее определение наиболее полно отражает значение и сущность понятия, охватывая его цель и другие характеристики.

В свою очередь, event – это конкретное событие, преобразование мероприятия с помощью вспомогательных эффектов в нечто совершенно исключительное с точки зрения посетителей в определенный промежуток времени.

Event обладает следующими характеристиками:

- 1) является уникальным событием, происходящим один раз;
- 2) чаще всего побуждает посетителей к активности (при наличии у них позитивного восприятия);
- 3) ведет к успеху при тщательной организации и спланированной инсценировке;
- 4) имеет конкретный временной срок;
- 5) обладает определенной периодичностью (чаще всего это традиционные события).

Стоит отметить, что понятия «мероприятие» и “event” пересекаются в некоторых характеристиках (наличие временного срока, удовлетворение потребностей как цель и др.). Однако если каждый event подразумевает под собой мероприятие или событие, то не каждое событие может быть event в силу того, что должна быть особенность, способная сделать мероприятие уникальным [1].

Существование, успешное функционирование и развитие ивент-менеджмента невозможно без ивент-агентств. Они реализуют мероприятия, воплощая идеи и проекты в жизнь с учетом желаний и предпочтений клиента.

Согласно Краткому словарю терминов и ключевых понятий ивент-индустрии (под редакцией Д.А. Островской и др.), ивент-агентство – это специализированная организация, которая устраивает разного рода мероприятия по заказу в сфере развлекательной деятельнос-

ти (праздники, корпоративы и др.) [3]. Данное определение ограничивает функциональный круг ивент-агентства только сферой развлечений, однако в теории менеджмента существует классификация мероприятий А. Шумовича, которая раскрывает их многогранность и доказывает, что мероприятия бывают различного рода, соответственно, и ивент-агентства могут организовывать большой спектр событий.

Следующее определение взято с официального сайта ведущего ивент-агентства России Eventum Premo, оно сформулировано одним из его сотрудников для event-энциклопедии. Итак, ивент-агентство – это компания, специализирующаяся на конкретной деятельности, реализующая проекты по заказу клиентов [4]. Это определение можно считать достаточно удачным, так как, и правда, цель любого мероприятия – удовлетворение потребностей клиента.

Таким образом, можно обобщить, что ивент-агентство – это компания, занимающаяся организацией мероприятий и прочих значимых событий по заказу своих клиентов исключительно на профессиональном уровне.

Ивент-агентства, как и любые другие компании, имеют определенную структуру:

1. Отдел развития – занимается поиском и привлечением новых заказчиков, организует участие клиентов в тендерах.
2. Отдел по работе с клиентами — специалисты, являющиеся связующим звеном между данным агентством и заказчиками.
3. Креативный отдел – отвечает за создание концепции мероприятия и за креатив. В него входят сценаристы, разрабатывающие сценарий праздников, режиссеры, копирайтеры, отвечающие за рекламу.
4. Производственный отдел – это дизайнеры, а также специалисты по производству. Они помогают осуществить идею, разработанную в креативном отделе, занимаются заказом услуг подрядчиков event-агентства.

В зависимости от самого агентства, по его усмотрению и возможностям, некоторые функции могут быть совмещены внутри одного отдела.

Рассмотрев структуру компании, можно перейти к изучению действий, необходимых для успешного проведения мероприятия. Каждая

компания, получая определенный заказ, осуществляет следующие этапы реализации мероприятия:

1. Формулирование идеи.
2. Проекция этой идеи.
3. Решение о проведении или отказе от проведения мероприятия.
4. Начало (распределение задач, формирование команды, планирование хода мероприятия).
5. Принятие решения о подготовке проекта (вперед/стоп). С данного момента отказ от проекта влечет за собой финансовый и моральный ущерб.
6. Подготовка (окончательное планирование: подготовка и организация мероприятия, задания и поручения, приглашения).
7. Точка невозвращения (начало фазы пуска: активизация и предъявление требований к планированию; отныне возникающие затраты имеют больший объем (последняя возможность для принятия окончательного решения, в дальнейшем отступление уже едва ли будет возможно).
8. Пуск (обустройство места проведения и т. д.).
9. Старт (официальное открытие).
10. Действие: от открытия до закрытия мероприятия.
11. Окончание (официальное закрытие).
12. Завершение (окончательные расчеты).
13. Подведение итогов (заключительные организационные работы, финансовый отчет).
14. Закрытие проекта.

Для всех сотрудников организации любое мероприятие связано с довольно серьезной и трудоемкой работой.

Также ивент-агентства выделяются из среды других компаний следующими признаками:

1. Значительное разнообразие самих ивент-агентств – от узкопрофильных до мульти-. Например, VeryGood – агентство, которое занимается организацией только корпоративных мероприятий.

2. По масштабам целевой аудитории ивент-агентства организуют микрособытия (день рождения), корпоративные (банкет), городские (день города), национальные (день Республики), государственные (9 мая), международные мероприятия (Олимпийские игры).

3. Опыт организации мероприятий (сотрудники с определенным стажем работы, организующие мероприятия на необходимом для клиента уровне).

4. Взаимодействие с крупными партнерами, клиентами и т. д. Внушительная база артистов, большой опыт работы с конкретными «звездами», которых отбирают специалисты агентства.

5. Уникальность и креативность как самого мероприятия, так и площадки, на которой оно организовывается.

6. Ивент-агентства, в отличие от других компаний, работают исключительно по заказу клиента и по предварительной договоренности с ним, т. е. не организуют мероприятия по собственной воле.

7. Ивент-агентства организуют мероприятия, не ориентированные на продвижение определенного товара, перед ними не стоят маркетинговые задачи.

Существующая классификация говорит о большом разнообразии ивент-агентств, что не умаляет индивидуальности каждой организации как минимум в силу влияния особых региональных факторов [8]. Так, для успешного преодоления конкуренции стоит направить внимание и средства компаний на развитие инновационной деятельности, а именно на формирование организационной и маркетинговой инновации, которые подразумевают под собой новые методы маркетинга и управления [7].

Организация мероприятий играет значимую роль на рынке маркетинговых услуг, так как во многом именно с ее помощью определяются цели и задачи мероприятия. Ивент-агентства, организующие те или иные события, позволяют определить основные направления развития проекта. Например, они могут реализовать креативную, яркую и новаторскую идею за вполне приемлемые деньги.

Ивент-агентства – инструменты реализации мероприятия, которые связывают компанию и социальное событие. Они являются основополагающими элементами в сфере маркетинга при создании определенного проекта и играют первостепенную роль в ивент-менеджменте.

В силу большого количества различных ивент-агентств выбор для клиента усложняется.

ется. Для помощи в нахождении надежного агентства был создан AllAdvertising – первый ресурс, публикующий динамический рейтинг по маркетинговому рынку России. Он отражает наиболее эффективные компании на основе определенного алгоритма, который содержит в себе следующие характеристики [5]: опыт работы в сфере определенной деятельности; количество реализованных проектов/клиентов, сотрудников, призов и наград, своих площадок и технологий, предоставляемых услуг; частота упоминаний в СМИ и т. д.

Более того, по мнению Иоанны Эйдис, необходимо обратить внимание на такой аспект, как доверие, который в будущем станет детерминантом спроса. Следовательно, отзывы клиентов обретут большую значимость, так как будут одним из критериев для появления доверия со стороны потенциальных потребителей [10].

Е. Князева в своей работе акцентирует внимание на критерии технологичности как самым стойким показателем развития. Многообразие элементов позволяет сложной динамичной системе сохранить устойчивость, адаптивность и возможность многовариантного развития. Также рычаги управления должны быть достаточно гибкими, разнообразными и сложными, чтобы не ограничивать систему, а обеспечивать возможности для движения вперед [2].

В ходе анализа нами был рассмотрен список критериев, по которому составляется рейтинг рекламных агентств России. По этому списку агентства “Eventum Premo”, “MAXIMICE” и «Подъежики» оказались в тройке лучших ивент-агентств РФ на данный момент. Кроме того, агентства “Eventum Premo”, «Подъежики» и “Redday” вошли в топ-50 ведущих игроков event-индустрии по версии американского профессионального издания Special Events.

Подводя итоги, проанализировав не только теоретические аспекты ивент-менеджмента, но и практические результаты России в исследуемой сфере, можно выявить значительный прогресс отечественных ивент-агентств. В последние годы ивент-агентства стремительно увеличивали свою популярность, что продолжалось до наступления непредвиденной эпидемиологической ситуации, связанной с коронавирусом COVID-19. Это приостановило

развитие ивент-менеджмента, вследствие чего ему необходима государственная поддержка в виде различных финансовых стимулов (государственные кредиты, механизмы предоставления гарантий и т. д.) [11]. Особое внимание со стороны государства к данной сфере поможет ей выйти на новый, уже международный уровень. С другой стороны, существует мнение, согласно которому переход от общенационального признака к территориальному является успешным планом стратегического развития [9].

Исследование показало, что ивент-агентства имеют первостепенное значение для рынка маркетинговых услуг. Как упоминалось ранее, для успешного преодоления конкуренции ивент-агентствам стоит направить внимание и средства на развитие инновационной деятельности, а именно на формирование организационной и маркетинговой инновации, которые подразумевают под собой новые методы маркетинга и управления. Кроме того, российские организации уже на равных конкурируют с известными мировыми брендами, что является значительным показателем хорошего качества и высокого уровня работы отечественных ивент-агентств и их неотъемлемой роли в продвижении как самого ивент-менеджмента, так и нашей страны на мировой арене.

Литература

1. *Имшинецкая И.К.* Ситуативный промоушн, или искусство сесть кому-нибудь «на хвост». – М.: РИП-холдинг, 2002. – 354 с.
2. *Князева Е.* Системный подход как основа стратегического управления // Форсайт. – 2020. – Т. 14. – № 4. – С. 6–8.
3. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент-индустрии / под ред. Д.А. Островской, А.А. Стуглева, А.Н. Чуваева и др. – СПб.: НП-Принт, 2018 – 148 с.
4. Официальный сайт Eventum Premo. – URL: <http://www.eventumpremo.ru/case/6826/> (дата обращения: 27.03.2021).
5. Рекламные услуги в России // AllAdvertising. – URL: <https://alladvertising.ru/> (дата обращения: 25.03.2021).
6. *Шумович А.В.* Великолепные мероприятия. Технологии и практика event management. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 396 с.

7. *Calof J.* Enhancing Innovation Performance at Companies // *Foresight and STI Governance*. – 2018. – Vol. 12. – No. 3. – P. 30–33.

8. *Davidson N., Mariev O., Pushkarev A.* The Impact of Externalities on the Innovation Activity of Russian Firms // *Foresight and STI Governance*. – 2018. – Vol. 12. – No. 3. – P. 62–72.

9. *Dou H., Clerc P., Juillet A.* Changing Priorities for Strategic Planning from National to Territorial Levels // *Foresight and STI Governance*. – 2020. – Vol. 14. – No. 3. – P. 88–99.

10. *Ejdys J.* Trust-Based Determinants of Future Intention to Use Technology // *Foresight and STI Governance*. – 2020. – Vol. 14. – No. 1. – P. 60–68.

11. *Seidl da Fonseca R., Pinheiro-Veloso A.* The Practice and Future of Financing Science, Technology, and Innovation // *Foresight and STI Governance*. – 2018. – Vol. 12. – No. 2. – P. 6–22.

Информация об авторах

Зафаров Марат Иршатович, студент 2 курса, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: mr.majke@mail.ru

Карипов Рамис Мисхатович, студент 2 курса, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: ramis.karipov@mail.ru

Рахимов Адель Ильсурович, студент 2 курса, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: rakhimov.adel@yandex.ru

Хайруллин Артем Салаватович, студент 2 курса, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: hartum01@gmail.com

Хорьяков Антон Игоревич, студент 2 курса, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: anton.khoryakov@mail.ru

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

E-mail: dinara.mm@yandex.ru

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

M.I. ZAFAROV,
Student
Kazan State Power Engineering University

A.I. RAKHIMOV,
Student
Kazan State Power Engineering University

A.S. KHAIRULLIN,
Student
Kazan State Power Engineering University

A.I. KHORYAKOV,
Student
Kazan State Power Engineering University

R.M. KARIPOV,
Student
Kazan State Power Engineering University

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF ACTIVITIES OF EVENT AGENCIES IN EVENT MANAGEMENT

Abstract. In recent years, the leisure and entertainment industry has become increasingly important. It develops not only because of its necessity both for individuals and for the whole society, but also because of the achievement of the possibility of using such types of services, due to the sufficient level of income of the population. The leisure and entertainment industry and management itself are entering a new stage of development and are becoming an integral part of the life of society and the needs of people. The most important component in the field under study is event management – this is the practical application of management in the design and organization of events and events that are carried out by event agencies. It should be noted that such companies organize not only entertainment events, but also interviews, conferences of various levels, meetings of heads of state and other equally important events. However, event management and event agencies appeared in Russia relatively recently due to the emerging high demand in the industry market. Consequently, the relevance of the study lies in the need for sufficient study of a new market segment for Russia, which has a huge potential for further development.

Keywords: event-management, event-agencies, leisure and entertainment industry, case, events.

References

1. *Imshinetskaya I.K.* Situational promotion, or the art of sitting on someone's tail / I.K. Imshinetskaya. – M.: RIP-holding, 2002. – 354 p.
2. *Knyazeva E.* 2020. System approach as the basis of strategic management // Foresight. – Vol. 14. – No. 4. – P. 6–8.
3. *Ostrovskaya D.A.* A short dictionary of terms and key concepts of the event industry. Industry of meetings / D.A. Ostrovskaya, A.A. Stuglev, A.N. Chuvaev. – St. Petersburg, 2018. – 148 p.
4. Official site of Eventum Premo. – URL: <http://www.eventumpremo.ru/case/6826> / (date accessed: 27.03.2021).
5. Advertising services in Russia // AllAdvertising. – URL: <https://alladvertising.ru/> (date accessed: 03/25/2021).
6. *Shumovich A.V.* Great events: Technology and practice event management / A. Shumovich. – 2nd ed., rev. and add. – M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2007. – 396 p.

7. *Calof J.* Enhancing Innovation Performance at Companies // *Foresight and STI Governance*. – 2018. – Vol. 12. – No. 3. – P. 30–33.
8. *Davidson N., Mariev O., Pushkarev A.* The Impact of Externalities on the Innovation Activity of Russian Firms // *Foresight and STI Governance*. – 2018. – Vol. 12. – No. 3. – P. 62–72.
9. *Dou H., Clerc P., Juillet A.* Changing Priorities for Strategic Planning from National to Territorial Levels // *Foresight and STI Governance*. – 2020. – Vol. 14. – No. 3. – P. 88–99.
10. *Ejdys J.* Trust-Based Determinants of Future Intention to Use Technology // *Foresight and STI Governance*. – 2020. – Vol. 14. – No. 1. – P. 60–68.
11. *Seidl da Fonseca R., Pinheiro-Veloso A.* The Practice and Future of Financing Science, Technology, and Innovation // *Foresight and STI Governance*. – 2018. – Vol. 12. – No. 2. – P. 6–22.

УДК 331.08

Е.Н. БАВЫКИНА,

кандидат экономических наук, доцент

*Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет
имени В.М. Шукина*

С.А. ФОМИНА,

кандидат экономических наук, доцент

*Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет
имени В.М. Шукина*

Н.Г. ОЩЕПКОВА,

кандидат педагогических наук, доцент

*Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет
имени В.М. Шукина*

КАДРОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В настоящее время задача любого предприятия – не только выжить, но и оставаться конкурентоспособным как можно дольше. Успех предприятия напрямую зависит от эффективности работы его сотрудников. В России одним из основных препятствий для развития деятельности фирм выступают кадровые проблемы. Главной целью данного исследования является выявление, диагностика, оценка кадровых проблем в организациях и разработка рекомендаций по их решению. В работе было изучено мнение 123 экспертов из различных отраслей, деятельность которых базируется на производстве. В ходе исследования было выявлено, что наиболее острыми являются следующие проблемы: низкий приток молодых специалистов (что, по мнению опрошенных, является главной проблемой), недостаточный уровень квалификации работников и подготовки молодых специалистов, старение и естественная убыль сотрудников, дефицит кадров по отдельным специальностям, значительный отток квалификационных кадров в другие сферы деятельности внутри страны, недостаточная численность работников.

Результаты проведенного исследования могут быть использованы в службах управления персоналом в организациях, а также для построения общих моделей при разработке стратегических управленческих решений в производственных отраслях.

Ключевые слова: кадры, персонал, кадровая политика, оценка персонала, кадровая ситуация.

В настоящее время отделы кадров или службы управления человеческими ресурсами большинства компаний привыкли заниматься планированием численности работников предприятия. Их главная задача – добиться, чтобы на предприятии было столько работников, сколько должно быть в соответствии со штатным расписанием.

Однако сегодня отделам кадров важно уже добиваться не просто своевременного заполнения вакансий, чтобы поддерживать на должном уровне объем производства. Система работы с кадрами должна быть спланирована таким образом, чтобы добиваться постоянного увеличения в составе кадров предприятия тех людей, кто обладает хорошими знаниями, квалифи-

кацией, физическими данными, и следить за тем, чтобы таких работников было все больше в каждом подразделении [5, 7, 10].

Даже если организация способна привлекать новых работников, имеется много трудностей на пути подбора правильного человека на определенную работу. Некоторые думают, что они могут сразу же оценить других. На самом деле это является разновидностью предвзятого мнения. Другие не уделяют этой трудной задаче достаточного времени или полагаются на один источник информации, обычно это собеседование [4, 6, 8].

Эффективный отбор начинается с точной характеристики работы, т. е. с анализа конкретной должности. Далее составляется долж-

ностная инструкция, на основании которой формулируются требования к кандидатам. Одним из важных этапов является рекламирование работы, т. е. привлечение кандидата. Собеседование все еще сохраняет свою популярность как один из важных элементов процесса отбора персонала. В ходе собеседования можно познакомиться с кандидатом поближе, узнать, каковы его личные качества и манера поведения [1, 2, 3, 9].

Актуальность данной работы обусловлена тем, что разработка и реализация научно обоснованной, социально ориентированной кадровой политики стала насущной потребностью в различных отраслях.

В ходе исследования было изучено мнение 123 экспертов из различных отраслей, деятельность которых базируется на производстве. Главная цель исследования – выявить, диагностировать и оценить, какие кадровые проблемы существуют сегодня на предприятиях, и разработать рекомендации по их решению.

В настоящее время на предприятиях выделяются следующие кадровые проблемы:

- 1) низкий приток молодых специалистов;
- 2) большая текучесть кадров;
- 3) дефицит кадров по отдельным специальностям;
- 4) недостаточный уровень подготовки молодых специалистов;
- 5) недостаточный уровень квалификации работников;
- 6) значительный отток квалификационных кадров в другие сферы деятельности внутри страны.

Для нормализации кадровой ситуации необходимо вносить внутренние изменения – привлечение и удержание квалифицированных сотрудников зависит в первую очередь от условий труда, социального пакета и дополнительных бонусов от организации. Если с условиями труда, по мнению многих опрошенных, особых проблем нет, то для того, чтобы улучшить остальные факторы, можно дать следующие рекомендации. Многие молодые специалисты в силу своего возраста, социального статуса и семейного положения сталкиваются с определенными проблемами и сложностями, прежде всего это касается жилья и присмотра за

детьми. Для крупных предприятий оптимальным решением последней проблемы стало бы создание своего собственного детского сада. Это помогло бы значительно повысить эффективность работы сотрудников с детьми, так как они смогли бы сосредоточиться на своей работе, не отвлекаясь на проблемы, связанные с организацией присмотра и ухода за их детьми.

Малые предприятия, имея недостаточные площади и ограниченные финансовые возможности, могут заключать договора по предоставлению необходимых мест в детских садах. Учитывая, что многие предприятия в той или иной степени сотрудничают с банками, являясь заемщиками и вкладчиками, при данном виде сотрудничества они могли бы претендовать на более низкий процент по ипотечному кредитованию. Также сотрудники, признанные лучшими по итогам года, могут получать гранты и использовать их в качестве первоначального взноса на те или иные нужды.

Большое значение в деле повышения квалификации сотрудников имеет проведение семинаров и научных конференций с привлечением лучших специалистов.

В настоящее время одна из основных кадровых проблем – это недостаточный уровень подготовки молодых специалистов. Наиболее действенным методом в данной ситуации является сотрудничество с вузами. Сегодня большинство предприятий закрыто для студентов. Бесспорно, теоретические знания очень важны, однако только практика сможет сделать будущих специалистов профессионалами своего дела. Для этого предприятиям стоит заключать договора с вузами, в основу чего ляжет предоставление студентам мест для прохождения практики, а также куратора, который будет проводить обучение практикантов и отслеживать их результаты. В свою очередь, представители того или иного предприятия могут присутствовать на защите дипломных работ, чтобы выбрать наиболее подготовленных студентов для работы в своей компании. Также, при обоюдном согласии, можно составить договор о предоставлении мест по итогам нескольких практик, пройденных студентами. Представители предприятия предлагают лучшим студентам продолжить дальнейшее прохождение

практики в их компании, с более углубленным изучением специфики выбранной специальности и с обязательным дальнейшим трудоустройством в данной организации. Это позволит студентам получить гарантированную работу, а предприятию – высококвалифицированного сотрудника.

Основной причиной низкого притока молодых специалистов в социально-трудовой сфере является слабая их осведомленность, непонимание специфики работы конкретных предприятий. В этом плане предприятиям необходимо подготавливать определенный материал для самопрезентации. Это может быть, например, видеоролик, показывающий и все преимущества данной сферы деятельности, и все преимущества работы на данном предприятии. В этом ролике должно быть отражено, насколько высок уровень развития данной отрасли, насколько она востребована, значима и динамично развивается, а также показаны ключевые преимущества предприятия, перспективы карьерного роста и заработка, а также внутреннего развития организации, получение дополнительных социальных преимуществ. Основная работа по привлечению будущих специалистов на предприятие должна начинаться еще со школы, ведь именно здесь большинство людей решает, с какой сферой деятельности связать свою жизнь.

Также стоит отметить, что сейчас интересы молодежи сильно отличаются от тех, что были еще каких-нибудь 10 лет назад. Основной сферой ее обитания стали социальные сети. Сейчас детей редко встретишь в библиотеке за изучением научных трудов, больше половины их свободного времени занимает Интернет. В этом плане одной из рекомендаций является создание в социальных сетях групп и сообществ от лица отдельных предприятий. Притом это должно быть не просто научное сообщество, а группа, по-настоящему интересная для молодежи. В рамках этого сообщества можно проводить викторины, информацию о новых достижениях выкладывать в виде не статей, а видеороликов, делиться фотоотчетами с различных необычных мероприятий, например, выставок с новинками рынка, разыгрывать экскурсии на предприятие. В современных ре-

aliaх отмечается высокая заинтересованность со стороны людей в подобном виде получения информации, поэтому самые активные сотрудники предприятия могли бы вести собственный блог, посвященный наиболее интересным событиям, происходящим как на предприятии, так и в данной отрасли в целом.

Предприятию для того, чтобы уменьшить отток кадров, необходимо заинтересовать своих сотрудников, предложить им помимо стандартных условий то, что действительно будет для них дополнительным бонусом. В этом плане стоит рассмотреть создание на предприятиях системы дополнительной мотивации – за определенные заслуги (по решению руководства) сотрудник будет получать баллы в зависимости от сложности задачи и результата. Накопление баллов будет происходить в течение всего года, по итогам которого сотрудник сможет их использовать. Руководство будет определять, на что работник сможет их обменять – это может быть и фирменная продукция, и дополнительное страхование, и абонемент в фитнес-зал, и участие в лотерее с возможностью крупного выигрыша (например, путешествие). Эту систему предприятие разрабатывает более подробно на основе своих возможностей и потребностей персонала.

Данные рекомендации по решению возникающих кадровых вопросов затрагивают только основные, находящиеся на виду проблемы. Стоит отметить, что, прежде всего, именно стремление руководства к изменениям в лучшую сторону и сотрудничество персонала помогут решить большинство проблем предприятий.

Литература

1. Бавыкина Е.Н., Гуцина С.С., Дзюина Г.М., Мельникова О.В., Позднякова Т.В. Взаимодействие рынка труда и рынка образовательных услуг в Алтайском крае // Мир науки, культуры образования. – 2015. – № 1 (50). – С. 217–220.
2. Бавыкина Е.Н. Динамическая оптимизационная модель развития персонала // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 13. – С. 3136–3140.
3. Зилькарнаев И.У. Роль миссии организации в разработке стратегии ее развития // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 3. – С. 36.

4. Bukhonova S.M., Doroshenko Y.A. Theoretical and methodological foundations, economic assessment of labor potential // Russian Entrepreneurship. – 2014. – Vol. 6. – P. 68–73.
5. Davletbaeva A., Yusupov K. Risks in Using the Labor Potential of Regions // RISK. – 2010. – Vol. 1. – P. 132–135.
6. Krivokora E.I., Fursov V.A., Pyanov A.I., Astakhova E.A. Geopolitical factors of personnel security // Human Resources and Intellectual Resources Management in Russia. – 2018. – Vol. 3. – P. 14–27.
7. Singer J., Gent I.P., Smail A. Backbone fragility and the local search cost peak // Journal of Artificial Intelligence Research. – 2000. – Vol. 12. – P. 235–270. – URL: <https://doi.org/10.1613/jair.711>.
8. Dovidio J.F. Bridging intragroup processes and intergroup relations: Needing the twain to meet // British Journal of Social Psychology. – 2013. – Vol. 52. – P. 1–24.
9. Gaynanov D.A., Klimentyeva A.Yu. Priorities for staffing the digital economy // Creative Economy. – 2018. – Vol. 12. – P. 1963–1976.
10. Eller A., Abrams D. Come together: Longitudinal comparisons of Pettigrew's reformulated intergroup contact model and the common ingroup identity model in Anglo-French and Mexican-American contexts // European Journal of Social Psychology. – 2004. – Vol. 34. – P. 229–256.

Информация об авторах

Бавыкина Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина.

E-mail: bawikina.82@mail.ru

Фомина Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент, Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина.

E-mail: ysr.biysk@mail.ru

Ошепкова Наталья Геннадьевна кандидат педагогических наук, доцент, Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина.

E-mail: reliance_07@mail.ru

E.N. BAVYKINA,

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Altai State Humanitarian and Pedagogical University n. a. V.M. Shukshin

S.A. FOMINA,

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Altai State Humanitarian and Pedagogical University n. a. V.M. Shukshin

N.G. OSHCHERKOVA,

PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor

Altai State Humanitarian and Pedagogical University n. a. V.M. Shukshin

HUMAN RESOURCES PROBLEMS OF MODERN ENTERPRISES

Abstract. Currently, the task of any enterprise is not only to survive, but also to remain competitive for as long as possible. The success of an enterprise depends directly on the efficiency of its employees. In Russia, one of the main obstacles to the development of the activities of firms is personnel problems. The main goal of this study is to identify, diagnose, evaluate personnel problems in organizations and develop recommendations for solving them. In the work, the opinion of 123 experts from various industries whose activities are based on production was studied. The study found that the most acute problems are: the low influx of young specialists, which is the main problem, according to respondents, the insufficient level of qualifications of workers, the insufficient level of training of young specialists, the aging and natural decline of employees, the shortage of personnel in individual specialties, the significant outflow of qualification personnel to other areas of activity within the country, the insufficient number of employees.

The results of the study can be used in personnel management services in organizations, as well as for building common models in the development of strategic management solutions in production industries.

Keywords: shots, personnel, personnel policy, performance appraisal, personnel situation.

References

1. Bavykina E.N., Gushchina S.S., Dzyuin G.M., Melnikov O.V., Pozdnyakova T.V. Interaction of the labor market and the educational services market in the Altai Territory // *World of science, culture of education*. – 2015. – No. 1 [50]. – P. 217–220.
2. Bavykina E.N. Dynamic optimization model of personnel development // *Scientific and methodological electronic journal “Concept”*. – 2015. – Vol. 13. – P. 3136–3140.
3. Zulkarnaev I.U. Role of the organization’s mission in developing its development strategy // *Marketing in Russia and abroad*. – 2009. – 36 p.
4. Bukhonova S.M., Doroshenko Y.A. Theoretical and methodological foundations, economic assessment of labor potential // *Russian Entrepreneurship*. – 2014. – Vol. 6. – P. 68–73.
5. Davletbaeva A., Yusupov K. Risks in Using the Labor Potential of Regions // *RISK*. – 2010. – Vol. 1. – P. 132–135.
6. Krivokora E.I., Fursov V.A., Pyanov A.I., Astakhova E.A. Geopolitical factors of personnel security // *Human Resources and Intellectual Resources Management in Russia*. – 2018. – Vol. 3. – P. 14–27.
7. Singer J., Gent I.P., Smaill A. Backbone fragility and the local search cost peak // *Journal of Artificial Intelligence Research*. – 2000. – Vol. 12. – P. 235–270. – URL: <https://doi.org/10.1613/jair.711>.
8. Dovidio J.F. Bridging intragroup processes and intergroup relations: Needing the twain to meet // *British Journal of Social Psychology*. – 2013. – Vol. 52. – P. 1–24.
9. Gaynanov D.A., Klimentyeva A.Yu. Priorities for staffing the digital economy // *Creative Economy*. – 2018. – Vol. 12. – P. 1963–1976.
10. Eller A., Abrams D. Come together: Longitudinal comparisons of Pettigrew’s reformulated intergroup contact model and the common ingroup identity model in Anglo-French and Mexican-American contexts // *European Journal of Social Psychology*. – 2004. – Vol. 34. – P. 229–256.

УДК 338

С.Ф. ГАФФАРОВА,

бакалавр

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Р.Р. ГАЛИАХМЕТОВА,

доцент, кандидат экономических наук

Казанский (Приволжский) федеральный университет

А.М. БЕЛОВ,

старший преподаватель

Казанский (Приволжский) федеральный университет

КОНЦЕПЦИЯ ВНЕДРЕНИЯ СПОРТА В КОРПОРАТИВНЫЕ ПРОГРАММЫ ПО ПОДДЕРЖКЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Актуальность повышения здоровья и благополучия сотрудников, а также количество времени, которое современные люди проводят в офисе, обуславливают необходимость развития программ по оздоровлению сотрудников на рабочем месте. Это не только влияет на производительность труда сотрудников, но и заставляет их чувствовать себя хорошо во всех сферах жизни, включая работу. По мере развития рынка труда одним из признаков первоклассного работодателя станет качество его оздоровительной программы на рабочем месте, что, в свою очередь, позволит осуществлять успешную кадровую политику и удерживать таланты. События, связанные с пандемией коронавируса, с которыми столкнулось мировое сообщество, бросили вызов системе здравоохранения и вновь подтвердили, что вопросы защиты здоровья и профилактики касаются каждого. В данной статье представлено, каким образом крупные компании применяют корпоративные программы укрепления здоровья работающих в качестве инструмента повышения трудового долголетия, качества жизни и благополучия сотрудников. Отмечено, что современные корпорации стремятся к созданию благоприятной рабочей среды для своих сотрудников. Представлена концепция разработки корпоративной программы (состоящей из 9 этапов) поддержки здорового образа жизни сотрудников компании.

Ключевые слова: спорт, здоровый образ жизни, корпоративные программы, кадровая политика, трудовое долголетие.

Забота о здоровье и благополучии сотрудников важна как для компании-работодателя, так и для самих сотрудников. Это помогает минимизировать риски, связанные со здоровьем и продуктивностью сотрудников, способствует их привлечению и удержанию и положительно сказывается на вовлеченности персонала. Соискатели же сейчас, выбирая будущую работу, обращают все большее внимание не только на заработную плату, ДМС и прочие льготы, но и на условия труда, психологическую атмосферу, соблюдение баланса жизни и работы, возможность заботиться о собственном здоровье, заниматься спортом, правильно питаться, проявлять свою индивидуальность и расти и развиваться вместе с компанией.

В данной работе в качестве основы концепции корпоративной программы поддержки здорового образа жизни предлагается комплексная программа по поддержке физического и эмоционального здоровья персонала: программа благополучия для сотрудников.

Далее будет представлена предлагаемая схема разработки и внедрения программы обеспечения благополучия сотрудников для современной компании (рис. 1).

На первом этапе необходимо провести аудит всего, что уже есть в компании не только в рамках зарплатного предложения (страховки, дисконтные платформы, матпомощь и т. д.), но и по части обучения, мероприятий, КСО, административного (в части условий работы,

оснащения и удобства рабочих мест, питания и фитнес-возможностей офиса, паркинга, транспорта и т. д.) и технического обеспечения, а также всего осязаемого, что получает сотрудник помимо зарплаты, попадая на работу в конкретную организацию.

На втором этапе изучаются лучшие практики в зависимости от профиля и возможностей компании. В рамках данного этапа необходимо

изучить не только ежегодные обзоры по HR-политикам, но и данные от кандидатов, тренды на зарубежных рынках, где это уместно, – и лучше не только по своей отрасли, но и по смежным, ИТ – в любом случае. Здесь важно не упустить из внимания профессиональную структуру персонала и планы по диджитализации – как эта структура будет меняться в перспективе 3–5 лет.



Рис. 1. Схема разработки и внедрения программы обеспечения благополучия сотрудников для современной компании

На третьем этапе важно не упустить из внимания нюансы для разных групп персонала – не только профессиональных, но и поколенческих, это может быть принципиально важно для вашей компании.

В рамках четвертого этапа осуществляется выборочное тестирование по отделам или же по всему персоналу (зависит от масштабов компании и ее профиля).

На пятом этапе это же осуществляется на основе известных методик анализа корпоративной культуры. Полученные данные будут способствовать пониманию, что необходимо поддерживать или стимулировать среди персонала компании. На этом этапе наиболее важным является изучение реальности – того, как все на самом деле функционирует в организации, что мотивирует персонал, а что является для него деструктивным.

На шестом этапе разработанный HR-отделом прототип программы благополучия должен обсуждаться с руководством компании.

На седьмом этапе должны появиться лидеры мнений, которые сами подскажут точный перечень необходимых мероприятий, которые должны быть включены в программу благополучия конкретной компании.

На восьмом этапе рождается сама корпоративная программа благополучия, в нее входят все намеченные ранее мероприятия, подходящие по бюджету и профилю компании. Также назначаются ответственные лица, утверждают бюджет и ресурсный план.

В общую методику разработки программы благополучия для современной компании могут быть включены следующие направления: лидерство, финансовая стабильность и т. д. Также должны быть осуществлены все коммуникации внутри компании, донесена до всего персонала информация обо всех направлениях и мероприятиях, которые будут включены в корпоративную программу благополучия.

На заключительном этапе должен состояться яркий запуск программы с привлечением высшего или функционального руководства.

В основе поддержки здорового физического состояния сотрудников предприятия предлагается к внедрению система, состоящая из следующих трех основных блоков:

1. Оценка уровня физической активности персонала.

2. Организация регулярных командно-спортивных мероприятий.

3. Организация физкультурных мероприятий (пауз) в рамках рабочего процесса.

Далее необходимо более подробно остановиться на особенностях организации каждого из представленных выше блоков.

Цель внедрения блока «Оценка уровня физической активности персонала» будет заключаться в проведении мониторинга физического состояния работников, а также выявлении тех из них, у кого наблюдается недостаточный уровень физической активности, для дальнейшего вовлечения персонала в мероприятия по ее повышению.

В качестве подцелей внедрения данного блока будут выступать: снижение процента курящих сотрудников, снижение процента сотрудников с низкой физической активностью и натренированностью, снижение процента сотрудников с избыточной массой тела.

Для оценки уровня физической активности и здорового образа жизни работников в рамках методических рекомендаций по повышению физической активности Минздрава РФ предлагается использовать следующие методики:

1. Глобальный опросник по физической активности (GPAQ).

2. Тест ходьбы.

3. Тест «Лестничная проба».

4. Измерение уровня артериального давления.

Касаясь именно спортивной составляющей корпоративных программ, необходимо представить ряд инициатив, которые будут способствовать развитию спортивного образа жизни среди персонала:

1. Формирование сообществ – одна из самых эффективных инициатив.

2. Дни здоровья и благополучия.

3. Челленджи и марафоны здоровья.

4. Экологический well-being. Такая инициатива, как плоггинг (совмещение бега и сбора мусора на улицах города и в парках), – прекрасный пример инициативы, содействующей социальному благополучию и не требующей изначального бюджета.

В заключение необходимо отметить, что успешные программы по обеспечению благополучия сотрудников (well-being) – это больше, чем просто инициативы по поддержанию здорового (wellness) и спортивного образа жизни или часть системы льгот и преференций. С нашей точки зрения, это целостная система, влияющая на эффективность жизнедеятельности сотрудника, уровень его культуры, образ жизни, менталитет, что, в свою очередь, влияет на всю организацию в целом.

Литература

1. Попова И.В., Котлярова Л.Д., Котлярова О.А. Здоровье работников как фактор производительности труда. Проблемы измерения // Вестник Костромского государственного университета имени Н.А. Некрасова. – 2014. – № 6. – С. 284–289.
2. Здоровые рабочие места: пример к действию. – Женева: Всемирная организация здравоохранения, 2010. – URL: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44307/9789244599310_rus.pdf;jsessionid=08239E909265C6111954CFE528543AF?sequence=11.
3. Berry L., Mirabito A.M., Baun W.B. What's the hard return on employee wellness programs? // Harvard Business Review. – 2019. – Vol. 88. – Is. 12. – P. 104–142.
4. Bhiri S., Maatoug J., Zammit N., Msakni Z., Harrabi I., Amimi S., Mrizek N., Ghannem H. A 3-Year Workplace-Based Intervention Program to Control Noncommunicable Disease Risk Factors in Sousse, Tunisia // Journal of Occupational and Environmental Medicine. – 2020. – Vol. 57. – Is. 7. – P. 72–77.
5. Pawlecki J.B., Burton W.N., Christensen C., Crighton K.A., Heron R., Hudson T.W., Hymel P.A., Roomes D. Role and Value of the Corporate Medical Director // Journal of Occupational and Environmental Medicine. – 2018. – Vol. 60. – Is. 5. – P. 215–226.
6. Austin W.A., Ressler R.W. Do designated drivers and workplace policies effect alcohol consumption? // The Journal of Socio-Economics. – 2012. – Vol. 41. – Is. 1. – P. 104–109.
7. Birdee G.S., Byrne D.W., McGown P.W., Rothman R.L., Rolando L.A., Holmes M.C., Yarbrough M.I. Relationship Between Physical Inactivity and Health Characteristics Among Participants in an Employee-Wellness Program // Journal of Occupational and Environmental Medicine. – 2019. – Vol. 55. – Is. 5. – P. 514–519.
8. Гогуцаева О.У., Кочисов В.К., Хадикова И.М. Теоретико-методологический аспект развития личности в современной психологии // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2016. – Т. 5. – № 2 (15). – С. 198–201.
9. Третьякова Л.А. Совершенствование системы управления безопасностью труда и здоровьем персонала // Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Великий Новгород: Издательство Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого, 2016. – С. 121–125.
10. Хамадиева А.А. Система стимулирования труда: зарубежный и российский опыт // Современные исследования проблем управления кадровыми ресурсами: сборник научных статей по результатам III Международной научно-практической конференции (Москва, 11–12 апреля 2018 г.). – М.: Московский технологический университет (МИРЭА), 2018. – С. 197–203.

Информация об авторах

Гаффарова Сима Ферузовна, бакалавр, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: kleopatra742@bk.ru

Галиахметова Рамиля Расимовна, доцент, кандидат экономических наук, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: RGaliakhmetova@kpfu.ru

Белов Александр Михайлович, старший преподаватель, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: pricing@list.ru

S.F. GAFFAROVA,

Master

Kazan (Volga region) Federal University

R.R. GALIAKHMETOVA,

Associate Professor

Kazan (Volga region) Federal University

A.M. BELOV,

Senior Lecturer

Kazan (Volga region) Federal University

THE CONCEPT OF INTRODUCING SPORTS IN CORPORATE PROGRAMS TO SUPPORT A HEALTHY LIFESTYLE OF EMPLOYEES OF THE ENTERPRISE

Abstract. The relevance of improving the health and well-being of employees, as well as the amount of time that modern people spend in the office, is beyond doubt, which makes it necessary to develop programs for improving the health of employees in the workplace. This not only affects the productivity of employees, but also makes them feel good in all areas of life, including work. As the labor market evolves, one of the hallmarks of a first-class employer will be the quality of its workplace wellness program, which in turn will enable successful HR policies and retain talent. The events associated with the coronavirus pandemic that the global community is facing have challenged the health system and have once again confirmed that the issues of health protection and prevention concern everyone. This article presents how large companies use corporate programs to promote the health of employees as a tool to improve the longevity of work, the quality of life and well-being of employees. It is noted that modern corporations strive to create a favorable working environment for their employees. Corporate programs mean a set of measures taken by the employer to improve the health of employees and improve the microclimate in the team, in order to prevent diseases, improve the safety, productivity and efficiency of the organization's employees.

Keywords: sports, healthy lifestyle, corporate programs, personnel policy, labor longevity.

References

1. *Popova I.V., Kotlyarova L.D., Kotlyarova O.A.* Health of workers as a factor of labor productivity. Problems of measurement // Bulletin of the KSU named after N.A. Nekrasov. – 2014. – No. 6. – P. 284–289.
2. Healthy workplaces: an example to action // WHO. Healthy jobs: an example to action. – Geneva: WHO; 2010. – URL: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44307/9789244599310_rus.pdf;jsessionid=08239E909265C6111954CFE528543AFF?sequence=11.
3. *Berry L., Mirabito A.M., Baun W.B.* What's the hard return on employee wellness programs? // Harvard Business Review. – 2019. – Vol. 88. – Is. 12. – P. 104–142.
4. *Bhiri S., Maatoug J., Zammit N., Msakni Z., Harrabi I., Amimi S., Mrizek N., Ghannem H.* A 3-Year Workplace-Based Intervention Program to Control Noncommunicable Disease Risk Factors in Sousse, Tunisia // Journal of Occupational and Environmental Medicine. – 2020. – Vol. 57. – Is. 7. – P. 72–77.
5. *Pawlecki J.B., Burton W.N., Christensen C., Crighton K.A., Heron R., Hudson T.W., Hymel P.A., Roomes D.* Role and Value of the Corporate Medical Director // Journal of Occupational and Environmental Medicine. – 2018. – Vol. 60. – Is. 5. – P. 215–226.
6. *Austin W.A., Ressler R.W.* Do designated drivers and workplace policies effect alcohol consumption? // The Journal of Socio-Economics. – 2012. – Vol. 41. – Is. 1. – P. 104–109.
7. *Birdee G.S., Byrne D.W., McGown P.W., Rothman R.L., Rolando L.A., Holmes M.C., Yarbrough M.I.* Relationship Between Physical Inactivity and Health Characteristics Among Participants in an Employee-Wellness Program // Journal of Occupational and Environmental Medicine. – 2019. – Vol. 55. – Is. 5. – P. 514–519.
8. *Gogitsaeva O.U., Kochisov V.K., Khadikova I.M.* Theoretical and methodological aspect of personality development in modern psychology. – 2016. – Vol. 5. – No. 2 (15). – P. 198–201.
9. *Tretyakova L.A.* Improving the management system of labor safety and personnel health. – Veliky Novgorod: Publishing House of Yaroslav the Wise Novgorod State University, 2016. – P. 121–125.
10. *Khamadieva A.A.* Labor incentive system: foreign and Russian experience // In the collection: Modern studies of human resources management problems: Collection of scientific articles on the results of the III International scientific and practical conference. – 2018. – P. 197–203.

УДК 314.17:33

В.А. ДАВЫДЕНКО,
доктор социологических наук, профессор
Тюменский государственный университет

Р.Р. ХУЗЯХМЕТОВ,
младший научный сотрудник
Тюменский государственный университет

Д.В. ЛЕСНИЧЕНКО,
студент
Тюменский государственный университет

ПОНЯТИЕ НАВЫКОВ ТРУДОУСТРАИВАЕМОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМ НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ
(грант № 20-311-90019 «Некогнитивный человеческий капитал
на региональном рынке труда: поколенческие особенности»)*

Аннотация. Технический прогресс трансформирует устройство организационной среды: иерархические структуры заменяются командными и проектными, работа больше не предполагает следование предсказуемой должностной инструкции, коллективы становятся более разнообразными. Вышеперечисленные факторы влияют на изменение требований, предъявляемых к потенциальным сотрудникам. Если спрос на кадры, обладающие развитым интеллектом и узкоспециализированными знаниями, не меняется, то потребность в работниках, способных к продуктивному взаимодействию и регулированию собственной эффективности, все сильнее увеличивается. Цель статьи – проанализировать сложившиеся в мировой науке теории, посвященные концепции «навыков трудоустраиваемости», чтобы определить основания для расширения принятого в российской науке взгляда на возможность и способность индивида искать и находить работу. Методологический подход данной статьи включает систематический обзор научной литературы из области экономики, социологии и психологии. Отдельное внимание уделяется поиску эмпирических индикаторов. Обзор показывает, что принятый взгляд на обеспечение занятости может быть дополнен с точки зрения личной ответственности: современные экономические реалии диктуют индивиду необходимость посредством самонаправляемых инвестиций в человеческий капитал уменьшать разрыв между своей квалификацией и требованиями рынка труда. Навыки трудоустраиваемости – это необходимые для современного работника личные качества, благодаря которым он может обеспечивать собственную занятость и карьерное развитие. Навыки трудоустраиваемости можно рассматривать как составляющую общего человеческого капитала. Эти некогнитивные характеристики можно разделить на индивидуальные (необходимые для повышения собственной производительности) и межличностные (необходимые при взаимодействии с другими людьми). Авторы предлагают к рассмотрению четыре основных навыка трудоустраиваемости, роль которых в обеспечении экономически значимого результата доказана исследованиями. Индивидуальные навыки связаны со способностью поставить цель (самоуправление) и «заставить» себя ее достичь (самоконтроль); межличностные навыки связаны со способностью излагать свои мысли, добиваться понимания, слышать других (коммуникация) и кооперировать ради общего блага (командная работа). На основании проведенного анализа представляется возможным выделить эмпирические индикаторы, которые можно использовать в будущих исследованиях, посвященных данной проблеме.

Ключевые слова: человеческий капитал, некогнитивные навыки, навыки трудоустраиваемости, коммуникация, командная работа, самоуправление, самоконтроль.

Введение

В экономике знаний особую роль обретают «мягкие формы» человеческого капитала. Остается мало места для монотонных и нетворческих видов деятельности, их заменяют автоматизируемые и роботизируемые операции, искусственный интеллект [1]. Организационные структуры переходят от иерархических к командным; рабочие места становятся более гибкими, удаленными; профессии перестают строиться на предсказуемых должностных инструкциях; коллективы делаются более разнообразными в возрастном и культурном плане [2].

Трансформация рабочей среды предопределяет изменение запросов, предъявляемых к соискателям работы. Спрос на сотрудников с развитым интеллектом и профессиональными знаниями остается высоким, вместе с тем увеличивается потребность в работниках, способных к эффективному межличностному взаимодействию и управлению собственным поведением [3].

Значимость особенностей личности в создании добавленной стоимости никогда не подвергалась сомнению, однако, ввиду несовершенства исследовательского инструментария, личностные переменные оставались за скобками экономических моделей [4]. Сегодня же, ввиду того что проблема несоответствия компетенций соискателей запросам работодателей как никогда обострилась, исследования непредметных и неспецифических характеристик рабочей силы актуализируются. Прежде всего, речь идет об индивидуальных некогнитивных (социально-эмоциональных) характеристиках, которые позволяют людям сохранять за собой уникальную способность к созданию ценности там, где применить машины невозможно [5].

Если прежде мобильность персонала была невысокой и большинство сотрудников стремились к долгосрочной карьере внутри одной организации, то на рубеже XX–XXI вв. случился переход к контрактной работе, предполагающей значительно большую подвижность рабочей силы. В научной литературе произошло замещение концепции «гарантия сохранения занятости» на концепцию «трудоустраиваемости» [6]. Это предопределило изменение взгляда на положение работников на рынке труда,

сместив фокусировку с макроуровня на отдельного индивида – его качества, способности и личную активность.

Сегодня множество молодых людей после окончания обучения не могут найти работу. Успеваемость и высокие показатели интеллекта выпускников не объясняют всех наличествующих вариаций в успешности нахождения работы [7]. Возможности трудоустройства могут быть весьма ограничены из-за преобладания в учебных заведениях теоретической подготовки, игнорирующей предпринимательский, инновационный и коммуникативный компонент и, следовательно, не позволяющей удовлетворять потребности экономики в новых кадрах [8]. Инвестиции в государственную систему образования перестают обеспечивать высокие темпы общественного развития [9], поскольку университеты недостаточно восприимчивы к современным разработкам в теории человеческого капитала [10].

Цель данной статьи состоит в анализе сложившихся в мировой науке теорий, посвященных концепции «навыков трудоустраиваемости», и в последующем поиске возможностей для расширения принятого в российской науке взгляда на возможность и способность индивида искать и находить работу. Статья также акцентирует внимание на выявлении эмпирических индикаторов, которые могут быть использованы в будущих исследованиях.

Методология

Данная статья реализована на основе интегративного подхода, что позволило изучить различные методологические подходы к понятию «трудоустраиваемость», используемые в экономико-социологических и психологических исследованиях. Анализ включает три не взаимоисключающие точки зрения: образовательную (государственную), организационную и индивидуальную.

Метод систематического обзора литературы предполагал следующую последовательность шагов: 1) формулирование вопросов для обзора; 2) определение критериев включения (и исключения) материала; 3) разработку стратегии поиска; 4) отбор материала; 5) анализ и интерпретацию результатов [11].

Поиск литературы был проведен в электронной базе данных Scopus по следующим ключевым словам: навыки трудоустраиваемости (employability skills), мягкие навыки (interpersonal skills), переносимые навыки (transferable skills), требования работодателей (employer requirements).

Большинство источников, вошедших в итоговый перечень, написаны на английском языке и были опубликованы после 2011 г. Кроме того, чтобы отразить междисциплинарную сущность и многогранность исследуемой концепции, авторы стремились включать в обзор статьи из разных областей знания (экономика, социология, психология, педагогика).

Таким образом, базой исследования послужили публикации, которые анализируют:

- изменения рынка труда, связанные с технологизацией;
- причины разрыва между уровнем кандидатов и запросами работодателей;
- индивидуальные качества, необходимые для повышения возможностей трудоустройства и эффективного функционирования на современном рабочем месте;
- роль системы образования в развитии мягкой компоненты человеческого капитала.

Результаты

В научной литературе формируется устойчивый консенсус о том, что существенное улучшение возможностей трудоустраиваемости связано с постоянными инвестициями в человеческий капитал (посещение тренингов, курсов профессиональной переподготовки, получение дополнительного образования, производственное обучение) [12]. Основные стейкхолдеры – власть, учебные заведения, работодатели – реализуют программы, направленные на то, чтобы индивиды осознанно овладевали и совершенствовали требуемые знания и навыки и на этом основании находили соответствующую их ожиданиям работу [13].

Университеты создают модели, определяющие уровень сформированности соответствующих способностей у студентов, и выстраиваются индивидуальные планы их развития, чтобы в итоге «повысить готовность» конкретного выпускника к поиску работы. В них учи-

тывается широкий перечень индикаторов, начиная от предметных знаний и мыслительных способностей и заканчивая психологическими особенностями [14]. Эти модели проектируются в диалоге с работодателями, которые хотят через модернизацию учебной и внеучебной деятельности студентов приблизить их к желаемому образу сотрудника, т. е. сократить период адаптации и переобучения кадров [15].

Трудоустраиваемость (employability) – это способность находить работу, эффективно функционировать на рабочем месте, продвигаться по службе, переходить в другую компанию, а также адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка труда. Эта способность базируется на навыках трудоустраиваемости (employability skills) – ключевых для современного работника личных качествах, благодаря которым он может обеспечивать собственную занятость и карьерное развитие [16].

Навыки трудоустраиваемости относятся скорее к общему человеческому капиталу (универсальному, переносимому), а не к специфическому (дисциплинарному, профессиональному). Как и другие некогнитивные характеристики, навыки трудоустраиваемости постепенно становятся все более важными, поскольку благодаря своей кросс-функциональной сущности создают внутри организации среду, способствующую решению возникающих проблем и передаче опыта между сотрудниками [17].

Исследовательская повестка в этой области поддерживается международными организациями. Так, эксперты Всемирного экономического форума утверждают, что «выстоять перед лицом изменений на рынке труда» работники смогут только в том случае, если будут инвестировать как в профессиональные, так и социальные навыки [18]. Эксперты БРИКС заявляют, что в XXI веке особую важность приобретут в первую очередь «личные навыки», а уже потом работа с данными и ИКТ [19].

Анализ литературы позволяет выделить несколько ключевых навыков трудоустраиваемости, которые исследуются в работах зарубежных авторов. В данной статье будут рассмотрены два межличностных (коммуникация и командная работа) и два индивидуальных (самоуправление и самоконтроль) навыка.

Коммуникация (communication) – один из важнейших навыков, поскольку он является неотъемлемой частью любой работы. Развитый навык коммуникации способствует индивидуальному карьерному успеху, поскольку повышает продуктивность организации, помогая предотвращать потерю времени и ресурсов. Процесс коммуникации состоит из пяти элементов: отправитель, получатель, сообщение, контекст и обратная связь. Синергизм этих элементов позволяет четко и эффективно понимать и передавать сообщения, не допуская ошибок и ложных интерпретаций. Так, навык коммуникации предполагает не только способность излагать свои мысли и идеи, но и умение прислушиваться к высказываниям и предложениям других людей, а также понимать их состояние [20].

Люди, способные общаться эффективно, как правило, настроены позитивно, сохраняют беспристрастное отношение, задают собеседнику вопросы, чтобы лучше понять его мотивы и намерения, отмечают его сильные стороны. Их отличает активное слушание – пристальное внимание к партнеру по коммуникации, они стремятся учитывать его потребности и приспосабливаются к особенностям его поведения и реакциям. Владение перечисленными составляющими навыка коммуникации не только позволяет производить хорошее впечатление на работодателя, но и помогает построить в организации взаимоотношения, основанные на доверии и дружелюбии, что в итоге приводит к повышению продуктивности взаимодействия как с коллегами и руководством, так и с клиентами [21].

Развитие навыка коммуникации происходит как в процессе обучения, так и на рабочем месте: если студенты тренируются коммуницировать посредством эссе, дискуссий и презентаций в аудитории, а также в ходе практик и стажировок, то более взрослые люди могут совершенствовать свою способность выражать мысли и понимать других при выполнении рабочих задач, взаимодействуя с коллегами и клиентами.

При эмпирических исследованиях выделяют различные индикаторы коммуникации, например: презентация, аргументация, перегово-

ры, словарный запас, уверенность, владение невербальными средствами [22].

Командная работа (teamworking) – навык, позволяющий слаженно и эффективно взаимодействовать в группе, например, на совещании или деловой встрече, при проектной работе и в других видах коллаборации. Работодатель, вероятнее всего, отдаст предпочтение тому кандидату, который, при приблизительно равных профессиональных навыках, сможет лучше общаться с коллегами. «Лучше» в данном случае означает способность человека вносить вклад в усиление существующего коллектива за счет своих личных качеств: мотивировать и подбадривать других, развивать высказанные предложения и предлагать собственные идеи, оценивать групповой прогресс [23].

Командная работа – комплексный навык, включающий в себя постановку общих целей и задач, предложение вариантов их достижения, оценку рисков. Для этого необходимы как лидерские качества, так и способность сотрудничать, идти на компромисс, преодолевать возникающие конфликты. «Командный игрок», с одной стороны, понимает, как можно использовать сильные и слабые стороны участников команды ради общего блага, может организовывать рабочие группы для решения конкретных проблем, умеет передавать опыт и обучать, с другой стороны, выполняет распоряжения руководителя и помогает коллегам с их задачами [11].

Навык командной работы поощряет эффективное сотрудничество на рабочем месте, обеспечивая синергизм узких профессиональных компетенций: эффекты обмена знаниями и умениями проявляются на индивидуальном (удовлетворенность) и организационном (производительность) уровнях. Кроме того, умение выстраивать отношения повышает карьерные шансы индивида, поскольку взаимовыгодные связи, налаженные внутри команды (коллектива), расширяют сеть его контактов и дают новые возможности.

Важность этого навыка подтверждается многими авторами из разных стран. По результатам совместного исследования Варшавской школы экономики и Ernst & Young командная работа, наряду с приверженностью организации, знанием иностранных языков и обуча-

емостью, была признана одной из ключевых характеристик для польских сотрудников. Исследователи из Университета Любляны утверждают, что командная работа, по мнению менеджеров по персоналу, является одним из ключевых навыков, который оценивается у соискателей при отборе. В то же время Национальная ассоциация колледжей США называет командную работу одним из «наиболее желаемых» навыков кандидатов [24].

При эмпирических исследованиях выделяют различные индикаторы командной работы, например: способность влиять на других людей (убеждать, склонять к своей точке зрения), лидерство, передача опыта (наставничество, менторство), решение конфликтов, нетворкинг (создание сетей связей), выполнение обязательств и др. [25].

Самоуправление (self-management) – комплексный навык, требующий умения оценивать имеющиеся ресурсы (временные, человеческие, денежные), постоянно отслеживать собственные потребности и приоритеты, ставить цели, составлять поэтапный план их достижения. Таким образом, самоуправление сопряжено с инициативностью, организованностью, планированием. Человек, способный управлять своим поведением, стремится повысить свою профессиональную компетентность с позиции непрерывного обучения; умеет распознавать и использовать возможности; может самостоятельно думать и предпринимать необходимые действия; стремится достичь успеха [26].

Развитый навык самоуправления позволяет человеку самостоятельно мотивировать себя на стабильное исполнение рабочих обязанностей на должном уровне качества при минимальном контроле со стороны руководства. Сотрудники, способные быть производительными и при этом не нуждающиеся в частой помощи и объяснениях, не только повышают производительность организации, но и экономят время за счет улучшения рабочего процесса. Это гарантирует своевременное выполнение проектов и предотвращает путаницу и ошибки, которые могут дорого обойтись компании [27].

Самоуправление рассматривается как осознанное «создание несоответствия». Постанов-

ка цели и разработка плана ее достижения создают конструктивное несоответствие между нынешним состоянием и образом желаемого будущего, помогая мобилизовать усилия. Действие, направленное на достижение цели, является важным аспектом человеческой жизни, поскольку придает ей чувство осмысленности и направленности. Это утверждение построено на двух основных эмпирических выводах: 1) существует прямая взаимосвязь между сложностью цели и результатом труда (более сложные и масштабные цели стимулируют более высокую производительность), при условии, что предел возможностей не превышен; 2) наличие цели лучше ее отсутствия (четко поставленная цель обеспечивает большую производительность, чем цель, сформулированная расплывчато или не сформулированная вовсе) [28].

Одним из приоритетов системы образования является создание условий для наращивания навыка самоуправления у обучающихся, которые сегодня находятся в центре образовательного процесса. Новый взгляд на студента как автономного участника собственного учебного процесса подчеркивает важность самонаправляемого обучения. Самостоятельная постановка целей стимулирует автономию учащихся и их мотивацию, а работа по достижению этих целей приводит ко многим положительным последствиям: повышает настойчивость, побуждает выбирать более сложные задачи и творчески подходить к их решению, увеличивает удовлетворенность обучением. Кроме того, активное участие студентов в организации собственного обучения может увеличить их достижения, а также повысить саморегуляцию. Успешное достижение одной цели влияет на последующую постановку другой: учащиеся продолжают ставить перед собой более высокие цели, что приводит к возникновению восходящей спирали постоянного повышения успеваемости [29].

Эмпирическими индикаторами самоуправления являются: целеполагание (стратегическое, ситуационное), планирование (понимание последовательности необходимых шагов), организованность, инициативность, настойчивость, ответственность, исполнительность и т. д.

Самоконтроль (self-control) определяется как способность управлять своими реакциями, приводить их в соответствие с собственными идеалами, ценностями, моралью, а также социальными ожиданиями ради достижения долгосрочных целей. Этот навык в научной литературе обозначается различными терминами, которые имеют синонимичное значение: саморегуляция, самодисциплина, сила воли, «контроль с усилием», «сила эго» и «сдерживающий контроль». Межстрановые исследования свидетельствуют, что навык самоконтроля культурно инвариативен [30].

В общем смысле самоконтроль связан со способностью человека бороться с собственной импульсивностью, а именно: поспешностью (действовать опрометчиво, особенно в условиях стресса или под воздействием искушения); недостаточным обдумыванием (принимать решения, упуская из виду возможные последствия); недостаточным упорством (неспособность долго трудиться над решением одной задачи); поиском острых ощущений (зависимость от новых впечатлений, потенциально небезопасных) [31].

Существует множество публикаций на данную тему, доказывающих, что способность человека контролировать себя влияет на множество аспектов его жизни. Так, индивиды, у которых этот навык более развит, менее склонны к девиантной активности, являются более образованными, имеют большие показатели дохода и удовлетворенности жизнью. Кроме того, самоконтроль связан непосредственно с поведением человека на рабочем месте, положительно влияя на организационную приверженность, психологическую адаптацию, межличностное взаимодействие, исполнительность, личную инициативу, способность справляться со стрессом [32].

Одним из приоритетов системы образования является создание условий для наращивания навыка самоконтроля у учащихся. Специальные психолого-педагогические практики повышают успеваемость и концентрацию внимания, снижают проявления агрессии. Трансляция важности контроля над поведением, разбор мотивов и целей, объяснение необходимости наличия дисциплины стимулирует критичес-

кое мышление у детей и взрослых, способствуя академическому и карьерному успеху [33].

Существует три основных подхода к эмпирическим исследованиям навыка самоконтроля: тесты исполнительных функций, тесты на отложенное удовольствие, анкеты самооценки (анкеты информантов).

Тесты исполнительных функций обычно используются в клинических целях для изучения мышления высшего порядка, предполагающего нисходящий контроль над процессами низшего уровня. Используемыми инструментами здесь являются, например, Комплексный опросник исполнительных функций (Comprehensive Executive Function Inventory) и Ранговый опросник исполнительных функций (Behaviour Rating Inventory of Executive Function).

Тесты на отложенное удовольствие измеряют способность человека отказаться от небольшого вознаграждения ради того, чтобы позже получить более ценное вознаграждение. Исследования показали, что контроль над удовлетворением сиюминутных (немедленных) потребностей имеет положительные последствия в виде повышения академических успехов, физического здоровья и психологического благополучия.

Анкеты самооценки являются наиболее распространенным исследовательским инструментом. Среди них можно выделить такие, как: Опросники самоконтроля (Зверьков, Эйдемн; Тангни, Баумайстер, Бун); Шкала импульсивности Айзенка, оценивающая импульсивность, азарт и эмпатию; Шкала импульсивности Барратта, измеряющая такие факторы, как отвлекаемость внимания, моторная импульсивность, способность к самоконтролю. Рассмотренные подходы позволяют эмпирически изучать различные компоненты самоконтроля как многомерной конструкции [34].

Заключение

На основании анализа литературы можно предположить, что, несмотря на очевидные изменения рынка труда, власть, институт образования, отдельные граждане все еще недостаточно фокусируются на мягкой компоненте человеческого капитала. Это приводит к тому, что люди слабо идентифицируют навыки тру-

доустроиваемости как ресурс, следовательно, практически не инвестируют в их развитие, что может предопределять трудности при интеграции в рынок труда.

Проблема трудоустроиваемости имеет три измерения: государственное, организационное и индивидуальное. Сохранение, развитие и увеличение возможностей трудоустройства является важной социальной проблемой, поскольку удержание показателей безработицы на невысоком уровне необходимо государству для нормального функционирования. Бизнесу же важно найти соответствие между своими потребностями и актуальной квалификацией специалистов, доступных для найма на рынке труда. Наконец, отдельный человек нуждается в оптимальном управлении своим профессиональным и карьерным развитием. Таким образом, трудоустроиваемость определяется одновременно как способность и возможность получить желаемую работу и/или сохранить занятость, основывающаяся на динамическом взаимодействии между государственными, образовательными, организационными политиками и индивидуальными характеристиками, зависящая от социального, экономического, культурного и технологического контекста [7].

Навыки трудоустроиваемости можно рассматривать как составляющую общего человеческого капитала. Эти некогнитивные характеристики можно разделить на индивидуальные и межличностные. Если индивидуальные навыки связаны со способностью поставить цель (самоуправление) и «заставить» себя ее достичь (самоконтроль), то межличностные навыки связаны со способностью излагать свои мысли, добиваться понимания, слышать других (коммуникация) и кооперировать ради общего блага (командная работа).

Современные требования диктуют системе образования необходимость совершенствовать образовательную инфраструктуру таким образом, чтобы у студентов была возможность развивать вышеназванные навыки в период обучения. Широкий перечень научных публикаций свидетельствует о том, что современным выпускникам для успешной профессиональной реализации требуется как мини-

мум пороговый уровень владения навыками трудоустроиваемости.

Не так много статей посвящено положению и перспективам людей на рынке труда с точки зрения неспецифических и недисциплинарных характеристик [35, 36]. Необходимы новые уникальные эмпирические данные, раскрывающие проблему влияния некогнитивных компонентов человеческого капитала на способность индивида достигать экономически значимого результата. Эти исследования, учитывающие как самооценку работников и соискателей вакансий, так и требования работодателей, могут использовать представленные в данной статье наработки по теме «Навыки трудоустроиваемости».

Литература

1. *Deming D.J.* The growing importance of social skills in the labor market // *The Quarterly Journal of Economics*. – 2017. – Vol. 132. – Is. 4. – P. 1593–1640.
2. Closing the employability skills gap // *Deloitte*. – 2019. – URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/technology-and-the-future-of-work/closing-the-employability-skills-gap.html>.
3. *Anikin V.A.* Human Capital: Genesis of Basic Concepts and Interpretations // *Journal of Economic Sociology*. – 2017. – Vol. 18. – Is. 4. – P. 120–156 [*Аникин В.А.* Человеческий капитал: становление концепции и основные трактовки // *Экономическая социология*. – 2017. – Т. 18. – № 4. – С. 120–156].
4. *Гимпельсон В.Е., Зудина А.А., Капелюшников Р.И.* Некогнитивные компоненты человеческого капитала: что говорят российские данные // *Вопросы экономики*. – 2020. – № 11. – С. 5–31.
5. *Caroleo F., Pastore F.* Overeducation at a Glance. Determinants and Wage Effects of the Educational Mismatch Based on AlmaLaurea Data // *GLO Discussion Paper*. – Geneva: Global Labor Organization, 2017. – No. 15. – 42 p.
6. *Rothwell A., Arnold J.* Self-perceived employability: Development and validation of a scale // *Personnel Review*. – 2007. – Vol. 36 (1). – P. 23–41.
7. *Guilbert L., Bernaud J.L., Gouvernet B., Rossier J.* Employability: Review and research prospects // *International Journal for Educational and Vocational Guidance*. – 2016. – Vol. 16 (1). – P. 69–89.
8. *Maghsoudi S., Duffield C., Wilson D.* Innovation in infrastructure projects: an Australian perspective // *International Journal of Innovation Science*. – 2016. – Vol. 8 (2). – P. 113–132.

9. Tan E. Human Capital Theory: A Holistic Criticism // Review of Educational Research. – 2014. – Vol. 84. – Is. 3. – P. 411–445.
10. 12 Solutions for a New Education: expert report / ed. by Ya.I. Kuzminov, I.D. Frumin. – Moscow: Center for Strategic Research, 2018. – 105 p. [12 решений для нового образования: экспертный доклад / под ред. Я.И. Кузьмина, И.Д. Фрумина. – М.: Центр стратегических разработок, 2018. – 105 с.].
11. Sarfraz I., Rajendran D., Hewege C., Mohan M.D. An exploration of global employability skills: A systematic research review // International Journal of Work Organisation and Emotion. – 2018. – Vol. 9. – Is. 1. – P. 63–88.
12. Lindsay C. Work first versus human capital development in employability programs // Oxford Handbooks Online. – 2014. – URL: <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199764921.001.0001/oxfordhb-9780199764921-e-029>.
13. Pirog D. The Impact of Degree Programme Educational Capital on the Transition of Graduates to the Labour Market // Studies in Higher Education. – 2016. – Vol. 41. – Is. 1. – P. 95–109.
14. Wagaskar K., Tripathy A.K., Chauhan K., Malaji A., Yadav D. Employ... able: A tool to achieve 7E's of employability // International Conference on Advances in Computing, Communications and Informatics. – 2017. – P. 1756–1761.
15. Blanco E., Schirmbeck F., Costa C. Vocational Education for the Industrial Revolution // Smart Industry & Smart Education. – 2019. – Is. 3. – P. 649–658.
16. Fajaryati N., Budiyo M., Wiranto A. The employability skills needed to face the demands of work in the future: Systematic literature reviews // Open Engineering. – 2020. – Vol. 10. – Is. 1. – P. 595–603.
17. Tsitskari E., Goudas M., Tsalouchou E., Michalopoulou M. Employers' expectations of the employability skills needed in the sport and recreation environment // Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education. – 2017. – Vol. 20. – P. 1–9.
18. New Vision for Education: Fostering Social and Emotional Learning through Technology // World Economic Forum (WEF). – 2016. – URL: <https://www.weforum.org/reports/new-vision-for-education-fostering-social-and-emotional-learning-through-technology>.
19. Rasul M.S., Amnah R., Rauf A., Mansor A.N. Employability Skills Indicator as Perceived by Manufacturing Employers // Asian Social Science. – 2013. – Vol. 9. – Is. 8. – P. 42–46.
20. Communication Skills: Definitions and Examples // In.indeed.com. – 2021. – URL: <https://in.indeed.com/career-advice/resumes-cover-letters/communication-skills>.
21. What do employers mean by “good communication skills”? // Entrepreneur. – 2019. – URL: <https://www.entrepreneur.com/article/331660>.
22. Iksan Z.H., Zakaria E., Meerah T.S.M., Osman K., Lian D.K.C., Mahmud S.N.D., Krish P. Communication Skills among University Students // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2012. – Is. 59. – P. 71–76.
23. Marasi S. Team-building: Developing Teamwork Skills in College Students Using Experiential Activities in a Classroom Setting // Organization Management Journal. – 2019. – Is. 4. – P. 1–14.
24. Rudawska A. Students' team project experiences and their attitudes towards teamwork // Journal of Management and Business Administration. Central Europe. – 2017. – Vol. 25. – Is. 1. – P. 78–97.
25. Brewer L. Enhancing youth employability: What? Why? and How? Guide to core work skills. – Geneva: International Labour Organization, 2013. – 45 p.
26. Li H., Flanagan B., Ogata H., Majumdar R., Akçapınar G. Modeling Self-Planning and Promoting Planning Skills in a Data-Rich Context // 27th International Conference on Computers in Education (Kenting, Taiwan, December 2019). – 2019. – P. 300–305.
27. Fletcher A.J., Sharif A.W.A., Haw M.D. Using the perceptions of chemical engineering students and graduates to develop employability skills // Education for Chemical Engineers. – 2017. – Vol. 18. – P. 11–25.
28. Latham G.P., Locke E.A. Goal Setting Theory // New Developments in Goal Setting and Task Performance. – 2013. – Is. 3. – P. 3–15.
29. Garrels V. Goal setting and planning for Norwegian students with and without intellectual disabilities: Wishing upon a star? // European Journal of Special Needs Education. – 2016. – Vol. 32. – Is. 4. – P. 493–507.
30. Smith T.R., Crichlow V.J. A cross-cultural validation of self-control theory // International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice. – 2013. – Vol. 37. – P. 175–193.
31. Cyders M.A., Smith G.T. Emotion-based dispositions to rash action: positive and negative urgency // Psychological Bulletin. – 2008. – Vol. 134. – Is. 6. – P. 807–828.
32. Zhou K. Non-cognitive skills: Potential candidates for global measurement // European Journal of Education. – 2017. – Vol. 52. – Is. 4. – P. 487–497.
33. McClelland M.M., Tominey S. The development of self-regulation and executive function in young children // ZERO TO THREE. – 2014. – Vol. 35. – Is. 2. – P. 2–8.
34. Duckworth A.L., Kern M.L. A meta-analysis of the convergent validity of self-control measures //

Journal of Research in Personality. – 2011. – Is. 45. – P. 259–268.

35. Пеша А.В., Шавровская М.Н., Полушина И.С. Компетенции специалистов сервиса будущего для сервисной экономики настоящего // Вестник Тюменского государственного университета. Соци-

ально-экономические и правовые исследования. – 2020. – Т. 6. – № 3 (23). – С. 295–327.

36. Степанова Л.Н., Зеер Э.Ф. Soft skills как предикторы жизненного самоосуществления студентов // Образование и наука. – 2019. – Т. 21. – № 8. – С. 65–89.

Информация об авторах

Давыденко Владимир Александрович, доктор социологических наук, профессор, Тюменский государственный университет

E-mail: vlad_davidenko@mail.ru

Хузахметов Роман Ренатович, младший научный сотрудник, аспирант кафедры общей и экономической социологии, Тюменский государственный университет

E-mail: r_o_m_a_n_14@mail.ru

Лесниченко Денис Владимирович, студент кафедры общей и экономической социологии, Тюменский государственный университет

E-mail: lesnichenko.denis@mail.ru

V.A. DAVYDENKO,
Doctor in Sociology, Professor
Tyumen State University

R.R. KHUZIAKHMETOV,
Junior Researcher
Tyumen State University

D.V. LESNICHENKO,
Student
Tyumen State University

THE CONCEPT OF EMPLOYABILITY SKILLS IN CONTEMPORARY INTERDISCIPLINARY SCIENTIFIC DISCOURSE

The research was supported by the Russian Foundation for Basic Research (grant no 20-311-90019 “Non-cognitive human capital in the regional labor market: generational features”).

Abstract. Technological progress is transforming the structure of the organizational environment: hierarchical structures are replaced by teams and project groups; work is no longer based on following predictable instructions, units are more diverse. The above factors influence the change in requirements for potential employees. Although the demand for personnel with developed intelligence and highly specialized knowledge does not change, the need for workers capable of productive interaction and regulation of their own efficiency is increasing more and more. The purpose of the article is to analyze the world theories on employability skills to reveal the possibilities of expanding the prevailing in Russian science view on individual's opportunity and ability to seek and find job. The methodological approach of this study includes a systematic review of scientific literature from the field of economics, sociology, and psychology. Special attention is paid to the search for empirical indicators. The review shows that the perspective on employment can be supplemented by the personal responsibility viewpoint: modern economic realities dictate the need to narrow the gap between personal qualifications and the demands of the labor market through self-directed investments in human capital. Employability skills are personal qualities necessary for a today's worker, which ensure their employment and career development. Employability skills can be attributed to general human capital. These non-cognitive characteristics can be divided into individual (necessary to improve own performance) and interpersonal (necessary when interacting with other people). The authors propose to consider four basic employability skills, which are research proven to increase economic outcomes. Individual skills are associated with the ability to set a goal (self-management) and “force” oneself to achieve it

(self-control); interpersonal skills are associated with the ability to speak one's mind, gain understanding, hear others (communication), and cooperate for the common good (teamworking). Based on the analysis carried out, empirical indicators that can be used in future studies on this issue are singled out.

Keywords: human capital, non-cognitive skills, employability skills, communication, teamworking, self-management, self-control.

References

1. Deming D.J. The growing importance of social skills in the labor market // *The Quarterly Journal of Economics*. – 2017. – Vol. 132. – Is. 4. – P. 1593–1640.
2. Closing the employability skills gap // Deloitte. – 2019. – URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/technology-and-the-future-of-work/closing-the-employability-skills-gap.html>.
3. Anikin V.A. Human Capital: Genesis of Basic Concepts and Interpretations // *Journal of Economic Sociology*. – 2017. – Vol. 18. – Is. 4. – P. 120–156.
4. Gimpelson V.E., Zudina A.A., Kapeliushnikov R.I. Non-cognitive components of human capital: Evidence from Russian data // *Economic Issues*. – 2020. – Is. 11. – P. 5–31.
5. Caroleo F., Pastore F. Overeducation at a Glance. Determinants and Wage Effects of the Educational Mismatch Based on AlmaLaurea Data // *GLO Discussion Paper*. – Geneva: Global Labor Organization, 2017. – No. 15. – 42 p.
6. Rothwell A., Arnold J. Self-perceived employability: Development and validation of a scale // *Personnel Review*. – 2007. – Vol. 36 (1). – P. 23–41.
7. Guilbert L., Bernaud J.L., Gouvernet B., Rossier J. Employability: Review and research prospects // *International Journal for Educational and Vocational Guidance*. – 2016. – Vol. 16 (1). – P. 69–89.
8. Maghsoudi S., Duffield C., Wilson D. Innovation in infrastructure projects: an Australian perspective // *International Journal of Innovation Science*. – 2016. – Vol. 8(2). – P. 113–132.
9. Tan E. Human Capital Theory: A Holistic Criticism // *Review of Educational Research*. – 2014. – Vol. 84. – Is. 3. – P. 411–445.
10. Kuzminov Ya.I., Frumin I.D. Expert report “12 solutions for a new education” // *Center for Strategic Research*. – 2018. – 105 p.
11. Sarfraz I., Rajendran D., Hewege C., Mohan M.D. An exploration of global employability skills: A systematic research review // *International Journal of Work Organization and Emotion*. – 2018. – Vol. 9. – Is. 1. – P. 63–88.
12. Lindsay C. Work first versus human capital development in employability programs // *Oxford Handbooks Online*. – 2014. – URL: <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199764921.001.0001/oxfordhb-9780199764921-e-029>.
13. Pirog D. The Impact of Degree Programme Educational Capital on the Transition of Graduates to the Labour Market // *Studies in Higher Education*. – 2016. – Vol. 41. – Is. 1. – P. 95–109.
14. Wagaskar K., Tripathy A.K., Chauhan K., Malaji A., Yadav D. Employ... able: A tool to achieve 7E's of employability // *International Conference on Advances in Computing, Communications and Informatics*. – 2017. – P. 1756–1761.
15. Blanco E., Schirmbeck F., Costa C. Vocational Education for the Industrial Revolution // *Smart Industry & Smart Education*. – 2019. – Is. 3. – P. 649–658.
16. Fajaryati N., Budiyo M., Wiranto A. The employability skills needed to face the demands of work in the future: Systematic literature reviews // *Open Engineering*. – 2020. – Vol. 10. – Is. 1. – P. 595–603.
17. Tsitskari E., Goudas M., Tsalouchou E., Michalopoulou M. Employers' expectations of the employability skills needed in the sport and recreation environment // *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. – 2017. – Vol. 20. – P. 1–9.
18. New Vision for Education: Fostering Social and Emotional Learning through Technology // *World Economic Forum (WEF)*. – 2016. – URL: <https://www.weforum.org/reports/new-vision-for-education-fostering-social-and-emotional-learning-through-technology>.
19. Rasul M.S., Amnah R., Rauf A., Mansor A.N. Employability Skills Indicator as Perceived by Manufacturing Employers // *Asian Social Science*. – 2013. – Vol. 9. – Is. 8. – P. 42–46.
20. Communication Skills: Definitions and Examples // *In.indeed.com*. – 2021. – URL: <https://in.indeed.com/career-advice/resumes-cover-letters/communication-skills>.

21. What do employers mean by “good communication skills”? // *Entrepreneur*. – 2019. – URL: <https://www.entrepreneur.com/article/331660>.
22. Iksan Z.H., Zakaria E., Meerah T.S.M., Osman K., Lian D.K.C., Mahmud S.N.D., Krish P. Communication Skills among University Students // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. – 2012. – Is. 59. – P. 71–76.
23. Marasi S. Team-building: Developing Teamwork Skills in College Students Using Experiential Activities in a Classroom Setting // *Organization Management Journal*. – 2019. – Is. 4. – P. 1–14.
24. Rudawska A. Students’ team project experiences and their attitudes towards teamwork // *Journal of Management and Business Administration. Central Europe*. – 2017. – Vol. 25. – Is. 1. – P. 78–97.
25. Brewer L. Enhancing youth employability: What? Why? and How? Guide to core work skills. – Geneva: International Labour Organization, 2013. – 45 p.
26. Li H., Flanagan B., Ogata H., Majumdar R., Akçapınar G. Modeling Self-Planning and Promoting Planning Skills in a Data-Rich Context // 27th International Conference on Computers in Education (Kenting, Taiwan, December 2019). – 2019. – P. 300–305.
27. Fletcher A.J., Sharif A.W.A., Haw M.D. Using the perceptions of chemical engineering students and graduates to develop employability skills // *Education for Chemical Engineers*. – 2017. – Vol. 18. – P. 11–25.
28. Latham G.P., Locke E.A. Goal Setting Theory // *New Developments in Goal Setting and Task Performance*. – 2013. – Is. 3. – P. 3–15.
29. Garrels V. Goal setting and planning for Norwegian students with and without intellectual disabilities: Wishing upon a star? // *European Journal of Special Needs Education*. – 2016. – Vol. 32. – Is. 4. – P. 493–507.
30. Smith T.R., Crichlow V.J. A cross-cultural validation of self-control theory // *International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice*. – 2013. – Vol. 37. – P. 175–193.
31. Cyders M.A., Smith G.T. Emotion-based dispositions to rash action: positive and negative urgency // *Psychological Bulletin*. – 2008. – Vol. 134. – Is. 6. – P. 807–828.
32. Zhou K. Non-cognitive skills: Potential candidates for global measurement // *European Journal of Education*. – 2017. – Vol. 52. – Is. 4. – P. 487–497.
33. McClelland M.M., Tominey S. The development of self-regulation and executive function in young children // *ZERO TO THREE*. – 2014. – Vol. 35. – Is. 2. – P. 2–8.
34. Duckworth A.L., Kern M.L. A meta-analysis of the convergent validity of self-control measures // *Journal of Research in Personality*. – 2011. – Is. 45. – P. 259–268.
35. Pesha A.V., Shavrovskaya M.N., Polushina I.S. The future competencies of service specialists in the current service economy // *Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research*. – 2020. – Vol. 6, Is. 3 (23). – P. 295–327.
36. Stepanova L.N., Zeer E.F. Soft Skills as Predictors of Students’ Life Self-Fulfillment // *The Education and science journal*. – 2019. – Vol. 21, Is. 8. – P. 65–89.

УДК 331.101.3

Д.М. ШАКИРОВА,

кандидат социологических наук, доцент

Казанский государственный энергетический университет

Р.Д. ГАЛИУЛЛИН,

студент

Казанский государственный энергетический университет

Д.В. АБДУЛЛАЕВА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

Р.Р. ФАРИТОВ,

студент

Казанский государственный энергетический университет

Д.И. МАКСИМОВ,

студент

Казанский государственный энергетический университет

М.И. ФАСХУТДИНОВА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА

Аннотация. В данной статье проведен теоретический обзор разных концепций стимулирования сотрудников, рассмотрены методы материальной и нематериальной мотивации персонала, а также виды мотивации, среди которых выделены наиболее эффективные и практичные, представлены системы мотивации. Проанализированы понятие, цели, а также значение и эффективность мотивации и стимулирования персонала в современных российских и японских организациях, описываются и сравниваются особенности мотивации персонала в них, приводятся примеры реализации описанных видов материальной и нематериальной мотивации различных организаций обеих стран на практике. Выявлены основные проблемные аспекты мотивационной системы российских и зарубежных компаний, оценены возможности применения японских концепций в условиях российского рынка труда, рассмотрены научно-теоретические основы мотивации умственной и физической деятельности работников. Целью данной статьи является сравнительный анализ подходов к мотивации сотрудников в двух развивающихся и экономически благоприятных странах мира – России и Японии. В ходе статьи был проанализирован и изучен процесс развития мотивации персонала в российских компаниях.

Ключевые слова: мотивация, структура мотивации, виды мотивации, стимулирование персонала, методы мотивации.

Управление человеческими ресурсами – это отдельная наука, требующая специализированных знаний, в том числе и о методах мотивации сотрудников. Современный руководитель знает, что внимательное отношение к сотрудникам, своевременная поддержка и реакция на их недостатки – залог успешной

работы компании. В прошлом методы награждения сотрудников были однотипными, такими, например, как поощрительные грамоты, занесение на доску почета, сувениры и подарки. В настоящее время способов мотивации сотрудников стало больше, они стали более разнообразными и нестандартными. Вопрос

выбора наиболее эффективного способа мотивации персонала встает перед большинством управленческих структур организации, что позволяет отнести его к актуальным вопросам управления персоналом.

В основе мотивации как возможности и права на самореализацию лежит психология субъекта. Все психологические теории и методы, входящие в систему мотивации, направлены на то, чтобы заставить сотрудника качественно влиять на работу [1]. Самое важное, чтобы ожидаемое желание было результатом собственной внутренней работы человека, а не коллективного давления. И поэтому чаще всего проблема заключается в поведении, которое необходимо изменить и контролировать в нужном для компании русле.

Итак, большое влияние на мотивационный процесс оказывает созданная менеджером система мотивации, которая должна учитывать индивидуальные мыслительные качества, физическое состояние и особенности характера того или иного сотрудника. Эффективная система мотивации труда на предприятии – залог его продуктивной работы. Низкая мотивация сотрудников организации опасна снижением производительности труда, возникновением дисциплинарных нарушений и высокой текучестью кадров [2]. Если сотрудники сами по себе не реагируют на требования своих руководителей без видимой на то причины, то ею может оказаться неблагоприятная мотивационная среда, которая не влияет наилучшим образом на все категории персонала. Создание системы мотивационных действий, побуждающих каждого отдельного сотрудника работать с максимальной эффективностью, – одна из самых сложных и трудоемких задач руководителя.

Степень достижения целей, стоящих перед компанией, во многом зависит от системы стимулов, выбранной руководством. Часто вопрос заключается только в том, как правильно определить соотношение материальной и нематериальной мотивации сотрудников, ведь именно сбалансированная система позволяет не только поддерживать лояльность и эффективность персонала, но и снижать затраты, сопротивление изменениям и инновациям и добиваться реализации корпоративной стратегии [3]. Работодатель самостоятельно решает, какие методы

должны побудить команду работать как можно эффективнее. У некоторых руководителей есть давняя традиция вознаграждать лучших сотрудников, наказывать худших и иногда проводить корпоративные мероприятия. Однако такая схема не всегда приносит желаемый результат. Для грамотной мотивации сотрудников при организации и стимулировании их работы на предприятии необходимо, чтобы менеджер понимал основы формирования системы мотивации персонала. Если вклад сотрудника в достижение общей цели не был замечен или должным образом оценен, маловероятно, что он захочет работать, выходя за пределы того, что необходимо. Стоит понять, что такое система мотивации персонала, чтобы выбрать наиболее эффективную и действенную.

Мотивационная система сотрудников состоит из следующих компонентов:

1. Системы компенсации, которая, в свою очередь, состоит из [5]:

- заработной платы;
- выплат по нетрудоспособности;
- страховых выплат;
- выплат в случае сверхурочной работы;
- выплат в случае потери места;
- выплаты, эквивалентной доходу.

2. Некомпенсационной системы, т. е. той, что не предполагает платежей. Она состоит из таких компонентов, как:

- улучшение психического и эмоционального здоровья, проведение комплексов упражнений и тренировок, интеллектуальная разрядка, стипендиальные выплаты, самообразование;
- мероприятия, связанные с повышением самооценки и уважения к самому себе, а также получением удовольствия от проделанной работы;
- разработка целей и задач;
- контроль за их выполнением;
- продвижение по карьерной лестнице.

Желание удовлетворить свои потребности – тот самый стимул, который высвобождает энергию успеха. Самореализация и удовлетворение маленькими деньгами для большинства людей не менее ценная валюта, чем большие деньги, получаемые через унижение, раздражение и негодование. Для создания нематериальной системы мотивации необходимо разработать ее основные положения в соответствии

с индивидуальными ценностями всех сотрудников, работающих в конкретной компании. Не существует единых рекомендаций для всех [7]. Условия, которые мотивируют одну компанию, не окажут такого влияния на другую; а то, что мотивирует одного сотрудника, не повлияет на повышение продуктивности другого, поэтому необходимо анализировать информацию и адекватно применять ее в соответствии с условиями и характеристиками персонала.

Система мотивации предприятия должна включать в себя методы всех категорий – денежные, материальные и нематериальные. Их сочетание формирует корпоративную культуру, чувство принадлежности к которой поддерживает лояльность сотрудников компании. Чтобы понять, какие методы мотивации персонала приносят наибольший успех, рассмотрим мотивационные системы таких стран, как Россия и Япония.

В России отличительной чертой мотивационной системы сотрудников является приоритет материального вида стимулирования над остальными видами. Среди инструментов материальной мотивации в российских компаниях наиболее распространены фиксированные бонусы (годовые, квартальные или ежемесячные) (60,9 %), бонусы по результатам KPI (54,5 %) и нерегулируемые специальные бонусы (42,3 %). В то же время, судя по ответам респондентов, компании часто используют два-три вида бонусов одновременно. Нефинансовые мотивационные инструменты также обычно используются в сочетании. Самыми популярными инструментами являются праздничные корпоративные мероприятия (58,2 %), тренинги (56,9 %) и персональная публичная похвала успешных сотрудников (51,6 %). Однако популярность формирования команды не так велика: только 22,9 % руководителей участвуют в ее формировании. Интересно, что некоторые компании (11,8 %) для мотивации своих сотрудников готовы предоставлять им дополнительные свободные дни: обычно это происходит между длительными отпусками, когда общая активность снижается [8]. Согласно опросу Аналитического центра НАФИ, по состоянию на август 2019 г. 52 % россиян получают различные премии и надбавки от свое-

го работодателя в качестве вознаграждения за хорошую работу.

Если сравнить данное число с числом за 2018 г., то мы увидим, что оно изменилось на 135 [6]. Что касается нематериального мотивирования сотрудников, то этот инструмент используется в нашей стране на основе опыта морального поощрения производительных работников, который широко применялся на советских предприятиях. В России используются смешанные стимулы. Это проявляется в том, что работодатель предоставляет работникам социальный пакет, включающий в себя ряд конкретных услуг и бонусов, предоставляемых как в целом, так и за определенные заслуги. Но все же материальные способы мотивации персонала имеют большую актуальность среди российских компаний. Анализ предпочтений сотрудников показывает, что наиболее мотивирующими инструментами являются для них материальные стимулы, такие, как премии (63 % респондентов в 2018 г. и 73 % в 2019 г.), а также тринадцатая зарплата (44 % респондентов в 2018 г. и 56 % в 2019 г.) [4, 7]. Система мотивации в нашей стране формируется под влиянием отголосков практики административной экономики. В редких случаях такое влияние бывает благоприятным, поэтому руководству бизнеса следует уделять пристальное внимание опыту построения системы мотивации труда, накопленному западными партнерами [9]. Для эффективности системы мотивации необходимо также учитывать то, что время не стоит на месте и многие методы стимулирования потеряли свою актуальность. В настоящее время появляется огромное количество новых способов стимулирования персонала. Примерами могут служить необычные способы, применяемые некоторыми российскими компаниями. С тем, что выходит за рамки возможностей стандартных стимулов, нестандартные методы мотивации могут легко справиться. Сеть магазинов «Седьмой континент» награждает свой персонал денежными премиями за «здоровое состояние». Сотрудникам, не болеющим два года, а это две тысячи человек, была выплачена компенсация в размере 14 000 руб. Эксперимент по мотивации сотрудников оказался настолько успешным, что компания уже

объявила о новых премиях в размере 28 000 руб. для каждого сотрудника, который не будет болеть три года.

Японский менталитет отличается от русского. Уникален в стране восходящего солнца и тип мотивации сотрудников к хорошей работе. Например, владелец компании Hime & Company, где все сотрудники – представители слабого пола, использует выходной как метод мотивации для сотрудников, разлученных с родственниками. Продолжительность этого периода отдыха зависит от возраста работника. Женщины в возрасте до 24 лет имеют право на один выходной, от 25 до 29 лет – на два, до 30 лет – на три. Столько времени требуется японским работницам, чтобы преодолеть разрыв, а по возвращении они полностью отдаются своей работе. Портал SuperJob.ru провел исследование среди работающих россиянок. Оказалось, что вышеприведенный японский метод не подходит нашему слабому полу.

Другая японская компания нашла собственный способ мотивировать своих сотрудников. Во время сезонных распродаж они вдвое сокращают свой рабочий день. Такая мотивация подходит всем – и начальникам, и подчиненным. Если раньше японским женщинам приходилось тайком бегать по магазинам и прятать свои покупки в шкафчик, то теперь у них есть официальный выходной день для покупок. Японская система стимулирования уделяет особое внимание нефинансовым стимулам, поскольку не все компании могут позволить себе постоянно повышать, дифференцировать заработную плату и выплачивать бонусы и поощрения.

В Японии применяются необычные и современные средства мотивации персонала [10]. Ярким примером тому может служить поощрение за любовь к животным. Kyoritsu Seiyaku, японский производитель вакцин и ветеринарных препаратов, дополнительно мотивирует работников, которые держат кошек или собак дома, предоставляя им ежемесячно мотивационные выплаты. Руководство считает, что это поможет развить у сотрудников чувство долга и ответственности по отношению к животным. Известно, что японские компании тратят в среднем до 85 % своих средств на рабочую силу. Во-первых, отличительной чертой мо-

тивационной системы труда в Японии является создание тесных взаимоотношений между работодателем и работником. Во-вторых, работодателям крайне важно подключиться к психологии сотрудников и найти для них соответствующие нефинансовые стимулы, чтобы раскрыть их потенциал. В-третьих, групповая ориентация – это торговая марка. Это означает, что работодатели при необходимости используют группу для решения проблем, стоящих перед бизнесом. Участие в группе, процесс получения групповых результатов, групповые соревнования позволяют улучшить такие качества, как самостоятельность и ответственность. Также стоит отметить особую организацию рабочего процесса, организацию подчиненного механизма управления. Японские компании проводят политику сокращения дистанции между начальством и подчиненными. Отсутствие внешней демонстрации претенциозной власти и привилегий является ярким примером такой политики.

Особая «японская» мотивационная система держится на трех китах:

1. Пожизненный подбор персонала.
2. Система трудового стажа при определении заработной платы.
3. Акции на услуги.

Многие признают тот факт, что применение японской системы мотивации сотрудников – популярный и, что более важно, эффективный подход к решению проблемы мотивации. Принимая это во внимание, важно подчеркнуть, что российским компаниям следует обратить внимание на опыт японского руководства в решении таких задач, как мотивация сотрудников, повышение эффективности труда и повышение конкурентоспособности.

Российская система мотивации должна быть модифицирована с денежной и нематериальной точек зрения [4]. Из-за ряда сходств между русской и японской культурой становится возможным заимствовать опыт японских компаний в этой области. В то же время восприятие денежной мотивации и взгляд на рабочее время в компании у российских и японских сотрудников различаются, что делает полное заимствование иррациональным – систему необходимо адаптировать к условиям российского бизнеса. Наиболее пристальное внимание необходимо

уделить развитию в российских компаниях корпоративной культуры.

Таким образом, мотивация и стимулы в российских и японских компаниях различаются. Это касается не только разного уровня экономического развития и индивидуальных культурных особенностей каждой страны, но и менталитета россиян. Местные руководители, используя опыт зарубежных коллег и собственные навыки, пытаются добиться эффективной мотивации и стимулирования своих сотрудников.

Литература

1. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала. – М.: ГроссМедиа, 2005. – 224 с.
2. Матушкин М.А. Методы и инструменты управления предприятием в условиях VUCA-реальности // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2018. – № 5 (74). – С. 92–95.
3. Берг О. Мотивация на «ура» // Кадровый вопрос. – 2019. – № 8. – С. 64.
4. Кардашов В.В. Мотивация персонала: теория и практика // Человек и труд. – 2019. – № 10. – С. 47–48.
5. Артюхова И.В., Мезенцева И.В. Совершенствование системы управления персоналом в рамках развития предприятия // Экономика Крыма. – 2019. – № 1. – С. 396–399.
6. Iljashenko O., Bagaeva I., Levina A. Strategy for establishment of personnel KPI at health care organization digital transformation // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – 2019. – Vol. 497. – Is. 1. – P. 012029.
7. Borisov A., Pruel N., Tarando E., Nikiforova O., Narozhnaia D., Vorontsov A. Destructive motivation of personnel: a case study of Russian commercial companies // Entrepreneurship and sustainability issues – 2018. – Vol. 6. – Is. 1. – P. 253–267.
8. Akhmetshin E., Morozov I., Pavlyuk A., Yumashev A., Yumasheva N., Gubarkov S. Motivation of personnel in an innovative business climate // European Research Studies Journal. – 2018. – Vol. 21. – Is. 1. – P. 352–361.
9. Nikiforova E.G., Palei T.F. Portfolio method of selection the adequate KPI system for all types of organizations // Astra Salvensis. – 2017. – Vol. 2017. – P. 151–158.
10. Vasilevich D.A., Lapshina S.N., Taubayev A.A. Development of a system for assessing the functionality based on KPI analysis // International Conference on Numerical Analysis and Applied Mathematics, ICNAAM 2018 (Rhodes, September 13–18, 2018). – College Park: American Institute of Physics Inc., 2019. – Vol. 2116. – 4 p.

Информация об авторах

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

E-mail: dinara.mm@yandex.ru

Фасхутдинова Миляуша Ирековна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: faskhutdinova01.01@mail.ru

Фаритов Раиль Радикович, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: faritov.rnr@bk.ru

Абдуллаева Диана Видадиевна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: superledi01@mail.ru

Галиуллин Рустем Дамирович, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: rustiks1906@yandex.ru

Максимов Данил Игоревич, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: couch.3550@gmail.com

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

R.D. GALIULLIN,
Student
Kazan State Power Engineering University

D.V. ABDULLAEVA,
Student
Kazan State Power Engineering University

R.R. FARITOV,
Student
Kazan State Power Engineering University

D.I. MAKSIMOV,
Student
Kazan State Power Engineering University

M.I. FASKHUTDINOVA,
Student
Kazan State Power Engineering University

STAFF MOTIVATION

Abstract. This article provides a theoretical overview of different concepts of employee incentives, examines the methods of material and non-material motivation of personnel, as well as types of motivation in companies, of which the most effective and practical were identified. Motivation systems are presented. The concept, goals, as well as the importance and effectiveness of staff motivation and incentives in modern Russian and Japanese organizations are analyzed. The article describes and compares the features of personnel motivation in Russian and Japanese companies. The paper provides examples of the implementation of the described types of material and non-material motivation of various organizations in both countries in practice. The main problematic aspects of the motivation system of Russian and foreign companies are revealed, the possibilities of using Japanese concepts in the conditions of the Russian labor market are assessed. In this work, the scientific and theoretical foundations of the motivation of mental and physical activity of workers were considered. The purpose of this article is a comparative analysis of approaches to employee motivation in two developing and economically favorable countries of the world – Russia and Japan. In the course of the article, the process of personnel motivation development in Russian companies was analyzed and studied.

Keywords: motivation, structure of motivation, types of motivation, staff incentives, methods of motivation.

References

1. *Shapiro S.A.* Motivation and stimulation of personnel // M.: Gross Media, 2005. – 224 p.
2. *Matushkin M.A.* Methods and tools of enterprise management in the conditions of VUCA-reality // Bulletin of the SSSEU. – 2018. – No. 5 (74). – P. 92–95.
3. *Berg O.* Motivation for “cheers” // Personnel question – 2019. – No. 8. – P. 64.
4. *Kardashov V.V.* Personnel motivation: theory and practice // Man and Labor. – 2019. – No. 10. – P. 47–48.
5. *Artyukhova I.V., Mezentsева I.V.* Improvement of the personnel management system in the framework of enterprise development // Economy of Crimea. – 2019. – No. 1. – P. 396–399.
6. *Iljashenko O., Bagaeva I., Levina A.* Strategy for establishment of personnel KPI at health care organization digital transformation // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – 2019. – Vol. 497. – Is. 1. – P. 012029.

7. Borisov A., Pruel N., Tarando E., Nikiforova O., Narozhnaia D., Vorontsov A. Destructive motivation of personnel: a case study of Russian commercial companies // *Entrepreneurship and sustainability issues* – 2018. – Vol. 6. – Is. 1. – P. 253–267.
8. Akhmetshin E., Morozov I., Pavlyuk A., Yumashev A., Yumasheva N., Gubarkov S. Motivation of personnel in an innovative business climate // *European Research Studies Journal*. – 2018. – Vol. 21. – Is. 1. – P. 352–361.
9. Nikiforova E.G., Palei T.F. Portfolio method of selection the adequate KPI system for all types of organizations // *Astra Salvensis*. – 2017. – Vol. 2017. – P. 151–158.
10. Vasilevich D.A., Lapshina S.N., Taubayev A.A. Development of a system for assessing the functionality based on KPI analysis // *International Conference on Numerical Analysis and Applied Mathematics, ICNAAM 2018 (Rhodes, September 13–18, 2018)*. – College Park: American Institute of Physics Inc., 2019. – Vol. 2116. – 4 p.

ТРЕБОВАНИЯ К ПУБЛИКАЦИИ В ЖУРНАЛЕ «КАЗАНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК»

1. Файл назвать как «Фамилия 1_Фамилия 2 (на русс.)_название статьи (3–5 слов, на русс.)_дд_мм_гг (дата, например 27_03_2017)».
2. Аннотация – не менее 150 слов (вместе с предлогами).
3. Ключевые слова – не менее 5 слов.
4. Объем статьи, включая таблицы и рисунки, не должен превышать 1 авт. л., т. е. 40 тыс. знаков (с пробелами).
5. Весь текст, рисунки и таблицы набираются шрифтом Times New Roman – 14; межстрочный интервал – 1,5; все поля – 2 см.
6. Рисунки, диаграммы и таблицы создаются с использованием черно-белой гаммы и должны быть редактируемы. Все рисунки и таблицы должны иметь название и ссылки в тексте (см. образец).
7. Список литературы – не менее 10 источников, в том числе с выходными данными из базы Scopus, WoS (не менее 5 источников).
8. Выходные данные источников оформляются по образцу. На каждый источник из списка литературы (References) должна быть ссылка в тексте в прямых скобках.
9. Текст должен быть структурирован (введение, методология, результат, заключение) по образцу.
10. Рукопись не должна быть опубликована ранее, быть оригинальной, представлять научный интерес и соответствовать тематике журнала. Ссылки на неопубликованные материалы в тексте не допускаются.
11. Все материалы должны носить открытый характер. Наличие ограничительного грифа служит основанием для отклонения материала от открытой публикации.
12. К рукописи необходимо приложить следующие сведения о авторе(ах): фамилия, имя, отчество; ученая степень, ученое звание; место работы, должность; телефоны для связи с автором. Автор должен сообщить редакции также свой электронный адрес, по которому ему направляется файл статьи для предложений и исправлений (в соответствии с Законом об авторском праве).
13. Рукописи, не соответствующие указанным требованиям, редакцией не рассматриваются.
14. В редакцию высылаются один тщательно вычитанный и подписанный автором (соавторами) экземпляр статьи, справка об авторе/ах (анкета), рецензия внешняя, аннотация на русском и английском языках, ключевые слова на русском и английском языках (по образцу) и электронный вариант всех документов на электронном носителе либо по электронной почте kpfu116@mail.ru

Электронная версия журнала «Казанский экономический вестник»

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

Адрес редакции: 420012, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Бутлерова, д. 4.

Телефон редакции: 291-13-26.