1
том 5
2020

ВЕСТНИК
Кемеровского государственного университета

ISSN 2500-3372 (print) 2542-1190 (online)

политические
социологические
экономические науки

Bulletin of Kemerovo State University.
Political, Sociological and Economic Sciences
2020, 5(1): 1–138

ВЕСТНИК

КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

ПОЛИТОЛОГИЯ
СОЦИОЛОГИЯ
ЭКОНОМИКА

2020
том 5 № 1

Учредитель: Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет».

Журнал «Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические, экономические науки» зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации: ПИ № ФС 77-67376.

Издается с 2016 года.

Выходит 4 раза в год.

ISSN 2500-3372 (print); 2542-1190 (online)

Адрес учредителя, издателя: Россия, Кемеровская область, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6; 8(3842)58-12-26; rector@kemsu.ru

Адрес редакции: Россия, Кемеровская область, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6; 8(3842)58-13-01; vestnik@kemsu.ru; http://vestnik-pses.kemsu.ru

Подписной индекс в объединенном каталоге «Пресса России» – 94233.

Журнал представлен в открытом доступе на сайте Российской универсальной научной электронной библиотеки и включен в базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ).

Журнал включен в «Перечень ведущих рецензируемых журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук» Высшей аттестационной комиссии

Позиция редакции может не совпадать с мнением авторов. Ответственность за научное содержание статей несут авторы публикаций.

Правила для авторов опубликованы на сайте издания.

Журнал не взимает платы за публикацию, издается за счет средств Кемеровского государственного университета.

Ни одна из частей журнала либо издание в целом не могут быть перепечатаны без письменного разрешения авторов или издателя.

Главный редактор: *Морозова Е. А.*, д-р экон. наук, проф., КемГУ (Кемерово, Россия)

Редакционная коллегия:
Баранова И. В., д-р экон. наук, проф., НГТУ (Новосибирск, Россия).
Бычкова С. М., д-р экон. наук, проф., СПбГАУ (Санкт-Петербург, Россия).
Глушакова О. В., д-р экон. наук, доцент, НГТИ (Новосибирск, Россия).
Желтов В. В., д-р филос. наук, проф., КемГУ (Кемерово, Россия).
Капогузов Е. А., д-р экон. наук, доцент, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского (Омск, Россия).
Кисляков М. М., д-р полит. наук, доцент, Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова (Кемерово, Россия).
Кравченко С. А., д-р филос. наук, проф., МГИМО МИД России (Москва, Россия).
Кремер Раймунд, д-р, проф. Потсдамского университета, главный редактор журнала WeltTrends (Потсдам, Германия).
Курбатова М. В., д-р экон. наук, проф., КемГУ (Кемерово, Россия).
Немировский В. Г., д-р социол. наук, проф., СФУ (Красноярск, Россия).
Нехода Е. В., д-р экон. наук, проф., ТГУ (Томск, Россия)
Озерникова Т. Г., д-р экон. наук, проф., БГУ (Иркутск, Россия).
Резник С. Д., д-р экон. наук, проф., ПГУАС (Пенза, Россия).
Силин А. Н., д-р социол. наук, проф., ТюмГНГУ (Тюмень, Россия).
Слинкова О. К., д-р экон. наук, проф., БелГУ (Белгород, Россия).
Солодова Г. С., д-р социол. наук, проф., ИФПР СО РАН (Новосибирск, Россия).
Суслов В. И., д-р экон. наук, чл.-корр. РАН, ИЭОПП СО РАН (Новосибирск, Россия).
Удальцова М. В., д-р экон. наук, НГУЭУ (Новосибирск, Россия).
Чирун С. Н., д-р полит. наук, доцент, КемГУ (Кемерово, Россия).
Шабашев В. А., д-р экон. наук, проф., КемГУ (Кемерово, Россия).
Шашкова Я. Ю., д-р полит. наук, доцент, АлтГУ (Барнаул, Россия).

16+

© Кемеровский государственный университет, 2020
© Авторы научных статей, 2020

BULLETIN
POLITICAL
SOCIOLOGICAL
ECONOMIC
2020
vol. 5 no 1
KEMEROVO STATE UNIVERSITY

Founder: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Kemerovo State University".

The Journal "Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic Sciences" is registered in the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Communications. Certificate of registration: PI no. FS 77-67376.

Founded in 2016.

Published 4 times a year.

ISSN 2500-3372 (print); 2542-1190 (online)

Address of the founder, publisher: 6, Krasnaya St., Kemerovo, Kemerovo region, Russia, 650000; 8(3842)58-12-26; rector@kemsu.ru

Editorial Office Address: 6, Krasnaya St., Kemerovo, Kemerovo region, Russia, 650000; 8(3842)58-13-01; vestnik@kemsu.ru; http://vestnik-pses.kemsu.ru

Subscription indices: 94233 – in the United catalogue "The Press of Russia".

Free access to the Journal is provided at the website of the Russian Universal Scientific Electronic Library. The Journal is included into the database of the "Russian Science Citation Index".

The Bulletin is included into the "List of leading peer-reviewed journals and issues" which should publish main research results of Doctor's and Candidate's theses by the Higher Attestation Commission.

Perspectives and views expressed in the papers may not coincide with the attitude of the editorial staff The authors of publications are responsible for the scientific content of the articles.

Information for Authors published on the website Edition.

Journal fully funded by Kemerovo State University. Articles are available to all without change, and there are no article processing charges for authors.

No part of the Journal can be republished without the permission of the authors or the publisher.

16+

© Kemerovo State University, 2020
© The authors of scientific articles, 2020

Editor-in-Chief: *E. A. Morozova,* Dr. of Economics, Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

Editorial board:
I. V. Baranova, Dr. of Economics, Prof., Novosibirsk State Technical University (Novosibirsk, Russia).
S. M. Bychkova, Dr. of Economics, Prof., St. Petersburg State Agrarian University (St. Petersburg, Russia).
O. V. Glushakova, Dr. of Economics, Assoc. Prof., Novosibirsk State Theater Institute (Novosibirsk, Russia).
V. V. Zheltov, Dr. of Philosophy, Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).
E. A. Kapoguzov, Dr. of Economics, Assoc. Prof., Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia).
M. M. Kislyakov, Dr. of Political Sci., Assoc. Prof., Kemerovo branch Plekhanov Russian University of Economics (Kemerovo, Russia).
S. A. Kravchenko, Dr. of Philosophy, Prof., Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (Moscow, Russia).
Raimund Krämer, Dr., Prof. at Potsdam University, Editor-In-Chief of WeltTrends Journal (Potsdam, Germany).
M. V. Kurbatova, Dr. of Economics, Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).
V. G. Nemirovskiy, Dr. of Sociology, Prof., Siberian Federal University (Krasnoyarsk, Russia).
E. V. Nekhoda, Dr. of Economics, Prof., National Research Tomsk State doctor of economic sciences (Tomsk, Russia).
T. G. Ozernikova, Dr. of Economics, Prof., Baikal State University doctor of economic sciences (Irkutsk, Russia).
S. D. Reznik, Dr. of Economics, Prof., Penza State University of Architecture and Construction (Penza, Russia).
A. N. Silin, Dr. of Sociology, Prof., Tyumen State Oil and Gas University (Tyumen, Russia).
O. K. Slinkova, Dr. of Economics, Prof., Belgorod National Research University (Belgorod, Russia).
G. S. Solodova, Dr. of Sociology, Prof., Institute of Philosophy and Law of SB RAS (Novosibirsk, Russia).
V. I. Suslov, Dr. of Economics, Corresponding Member of the Russian Academy of Education, Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of the RAS (Novosibirsk, Russia).
M. V. Udaltsova, Dr. of Economics, Novosibirsk State University of Economics and Management (Novosibirsk, Russia).
S. N. Chirun, Dr. of Political Sci., Assoc. Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).
Ya. Yu. Shashkova, Dr. of Political Sci., Assoc. Prof., Altai State University (Barkaul, Russia).
V. A. Shabashev, Dr. of Economics, Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1

Политология

Крупнейший ученый-политолог Сибири – Виктор Васильевич Желтов
Бирюков С. В., Кисляков М. М., Чирун С. Н. 1

Актуальные аспекты деятельности Русской Православной Церкви в Армении
Макарова К. Е., Казаков М. А. 9

Политические аспекты реализации проекта «Северный поток – 2»
Манойло А. В., Катков И. Е. 16

Современные тенденции институционализации гражданского общества в Кемеровской области – Кузбассе (на материалах регионального исследования)
Матвеева Е. В., Митин А. А. 25

Регулирование внешних миграционных процессов молодежи в странах Центральной Азии (Казахстан, Кыргызстан, Узбекистан, Таджикистан)
Толеуов Ж. С. 33

Социология

Статус лидера в молодежных организациях и движениях (на примере этнокультурных объединений Кемеровской области)
Бурмакина А. Л. 44

Показатели социальной значимости предпринимательства по мнению людей в различных странах
Пиньковецкая Ю. С. 53

Экономика

Теория и методология стратегической модернизации промышленных регионов
Акулов А. О., Челомбитко А. Н. 62

Исследование стратегических направлений развития B2B-продаж в современной экономике
Брежнева В. М., Петрушина В. В. 74

Разработка показателей оценки перспективности интегрированных инновационных структур университета
Васецкая Н. О. 85

Влияние цифровых технологий на управление бизнесом по продаже авиабилетов
Емельянович А. А., Ударцев А. Д., Кравченко Е. А. 94

Оценка конкуренции как фактор принятия маркетинговых решений на региональных B2C-рынках: методический аспект
Мамонтов С. А., Чернобаева Г. Е. 103

Трансформация социального страхования как инструмента социальной защиты населения на региональном уровне
Миллер О. С., Морозова Е. А. 113

Сущность механизма проведения финансового оздоровления кредитных организаций
Осипова Д. С., Гавриленко И. В. 121

Опыт классификации объектов экотуризма и перспективы его развития в Азербайджане
Халилов Г. А. 130

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1

Political Science

Viktor V. Zheltov, the Most Prominent Political Scientist in Siberia
Biryukov S. V., Kislyakov M. M., Chirun S. N. 7

Russian Orthodox Church in Armenia: General Points of Activity
Makarova K. E., Kazakov M. A. 14

The Political Dimension of the Nord Stream – 2 Project
Manoilo A. V., Katkov I. E. 23

Modern Trends in the Institutionalization of Civil Society in Kemerovo Region (Kuzbass): a Regional Study
Matveeva E. V., Mitin A. A. 31

Youth Migration Control in Central Asia (Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, and Tajikistan)
Toleuov Z. S. 42

Sociology Science

Leader Status in Youth Organizations and Movements: the Case of Ethnocultural Associations of the Kemerovo Region
Burmakina A. L. 51

Social Significance of Entrepreneurship in Different Countries
Pinkovetskaia I. S. 60

Economics Science

Theory and Methodology of Strategic Modernization of Industrial Regions
Akulov A. O., Chelombitko A. N. 71

Strategic Directions of B2B Sales Development in Modern Economy
Brezhneva V. M., Petrushina V. V. 83

Development of Indicators to Assess the Prospects of Integrated Innovation Structures at University
Vasetskaya N. O. 92

New Promotion Technologies and Business Management: the case of Airline Ticket Agencies
Emelyanovich A. A., Udartsev A. D., Kravchenko E. A. 102

Competition Assessment as a Marketing Decisions Factor on Regional B2C Markets: Methodological Aspect
Mamontov S. A., Chernobaeva G. E. 111

Transformation of Social Insurance as an Instrument of Social Security
Miller O. S., Morozova E. A. 119

The Essence and Mechanism of Financial Recovery of Lending Institutions
Osipova D. S., Gavrilenko I. V. 128

Classification of Ecotourism Objects and its Perspective in Azerbaijan
Khalilov H. A. 137

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-1-8

Political Science

оригинальная статья
УДК 32.019.5

Крупнейший ученый-политолог Сибири – Виктор Васильевич Желтов

Сергей В. Бирюков [a, ID1]; Михаил М. Кисляков [b, @, ID2]; Сергей Н. Чирун [c, ID3]

[a] Восточно-Китайский педагогический университет, Китай, г. Шанхай
[b] Кемеровский государственный медицинский университет, Россия, г. Кемерово
[c] Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
[@] m.kislyakov@mail.ru
[ID1] https://orcid.org/0000-0003-4071-0464
[ID2] https://orcid.org/0000-0002-4450-0432
[ID3] https://orcid.org/0000-0001-7422-8030

Поступила в редакцию 05.03.2020. Принята к печати 25.03.2020.

Аннотация: Статья посвящена 80-летию доктора философских наук, профессора, заслуженного работника высшей школы РФ Виктора Васильевича Желтова, первого декана факультета политических наук и социологии Кемеровского государственного университета, заведующего кафедрой политических наук (2003–2016 гг.), а также председателя диссертационного совета в Кемеровском государственном университете по политическим и социологическим наукам на протяжении многих лет (1994–2007 гг.). Сегодня В. В. Желтов является общепризнанным экспертом по всем направлениям современной политической науки и социологии. Статья содержит информацию о главных достижениях ученого и руководителя, собранную с использованием следующих методов: историко-биографического, анализа документов, глубинного инервью, ивент анализа. Статья опубликована в связи с юбилеем Виктора Васильевича, а также в связи с его неоценимым вкладом в развитие Кемеровского государственного университета.

Ключевые слова: методология политической науки, социология, политология, Кузбасс, Кемеровский государственный университет

Для цитирования: Бирюков С. В., Кисляков М. М., Чирун С. Н. Крупнейший ученый-политолог Сибири – Виктор Васильевич Желтов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 4. № 1. С. 1–8. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-1-8

Введение

Современная наука – непрерывный творческий процесс. Однако и в развитии науки можно отметить знаменательные даты, которые позволяют подвести некоторые предварительные итоги процесса научного поиска, особенно если эти знаменательные даты совпадают с юбилеями.

Политическая наука в Кузбассе не бедна на имена. Но среди персоналий кузбасских политологов ярко выделяется фигура Виктора Васильевича Желтова – одного из ведущих политологов страны, известного по результатам своей многолетней работы в России и за рубежом.

Вехи жизненного и творческого пути Виктора Васильевича хорошо известны его коллегам и друзьям, но в день его юбилея безусловно заслуживают особого упоминания.

Становление личности

В. В. Желтов родился 21 апреля 1940 г. в семье Василия Максимовича и Анны Даниловны Желтовых. Его детство было связано с лишениями военного времени, тяготами послевоенного строительства. Юношеские годы также прошли в сложных для страны и семьи условиях. Но перенесенные невзгоды и испытания не сломили, а лишь закалили характер и волю нашего юбиляра, подготовили его к великим будущим свершениям.

Как многие представители поколения, детство и юность которого пришлись на годы войны и послевоенного восстановления, Виктор Васильевич прошел основные вехи пути, выпавшие на долю его однокашников и сверстников. Так формировался его уникальный жизненный опыт, пригодившийся ему в профессии политического референта, политического эксперта и ученого-политолога. Причем каждый биографический этап был по-своему ценен в процессе становления будущего видного деятеля науки.

С 1950 г. по 1958 г. он являлся воспитанником Казанского суворовского военного училища. В 1963 г. окончил Кемеровский горный институт и ему была присвоена квалификация «Горный инженер-механик». По окончании вуза трудился на заводе «Кузбассэлектромотор», прошел путь до старшего мастера сборочного цеха. В 1967 г. выдвигался на работу в аппарат Кемеровского обкома ВЛКСМ, где стал сначала инструктором, а затем и заведующим отделом спортивной и оборонно-массовой работы.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-1-8

Путь к успеху

Ораторские способности и талант публичного коммуникатора, способность к анализу сложных политических проблем разного уровня и масштаба, свободное владение французским языком помогли Виктору Васильевичу проявить себя в рамках политико-идеологического направления. При этом высокая активность в деле популяризации социально-политических знаний не помешал ему реализовать себя и утверждаться в качестве ученого-политолога – и это несмотря на то, что сам термин *политология* имел тогда в нашей стране ограниченное употребление. Так или иначе, В. В. Желтов был одним из тех, кто формировал фундамент будущей российской политологии уже в те годы.

Виктор Васильевич Желтов, политолог, доктор философских наук, профессор
Viktor V. Zheltov, Political scientist, Dr. of Philosophy, Professor

В 1971 г. В. В. Желтов был включен в состав лекторской группы Кемеровского обкома КПСС. В 1976 г. его рекомендовали для обучения в аспирантуру Академии общественных наук при ЦК КПСС. Он подготовил кандидатскую диссертацию «Разработка Компартией Франции проблем борьбы за демократию и социализм 1968–1978 гг.».

Еще один яркий талант Виктора Васильевича – преподавательский. Его опыт и мастерство в качестве преподавателя политических дисциплин действительно заслуживает самой высокой оценки – подтверждением чему и неизменно высокие отзывы о его занятиях как со стороны коллег, так и со стороны многих поколений студентов. При этом талантливый преподаватель неизменно дополнял в нем талант ученого исследователя – и наоборот.

С 1980 г. В. В. Желтов трудился в Кемеровском государственном университете (КемГУ) на кафедре научного коммунизма. В тот период В. В. Желтов специализировался на вопросах развития демократии в политической системе Франции. Одновременно, до 1987 г., являлся секретарем партийного комитета вуза.

В переломные для нашей страны и системы высшего образования года Виктор Васильевич с его оытом и знаниями оказался востребованным, несмотря на все имевшие место перипетии, поскольку формировавшаяся тогда новая политическая реальность требовала своего осмысления, которое стало возможным на платформе получившей официальное признание политической науки.

В 1989 г. Виктор Васильевич защитил докторскую диссертацию «Французская коммунистическая партия и буржуазное государство». В этот период на историческом факультете велась дискуссия по поводу будущего кафедры всеобщей истории. Было получено согласие В. В. Желтова, уже защитившего докторскую диссертацию, перейти с кафедры научного коммунизма на кафедру всеобщей истории. Впрочем, в силу стечения различных обстоятельств Виктор Васильевич остался работать на своей кафедре. В сложные годы перестройки моральный и научный авторитет В. В. Желтова сыграл определяющую роль в консолидации профессионального сообщества.

Подлинный расцвет кафедры наблюдался с приходом Виктора Васильевича 27 сентября 1989 г. на должность заведующего кафедрой. Он стал одним из инициаторов переименования кафедры, которая на основании решения Ученого совета КемГУ от 25 апреля 1990 г. стала называться кафедрой политологии и социологии. В период с 1990 г. по 1991 г. Виктор Васильевич совмещал заведование кафедрой с должностью секретаря Кемеровского обкома КПСС по идеологии.

Благодаря ему кафедра укрепилась профессорско-преподавательскими кадрами, начавшими масштабное методическое обновление читаемых дисциплин. Закономерно, что под руководством В. В. Желтова в Кузбассе сложился коллектив высококвалифицированных обществоведов-единомышленников: О. В. Омеличкин, Ю. А. Клейберг, Н. А. Пруель, Л. Л. Шпак, М. М. Кисляков, С. В. Бирюков, А. Д. Лазарев и др. На основе деятельности созданной тогда кафедры политологии и социологии началось формирование научной школы по направлению Политические институты и процессы – которая вскоре станет известной в масштабах всей России, что позволит привлечь к сотрудничеству виднейших ученых-политологов, включая зарубежных коллег.

В. В. Желтов и советсткое руководство Кемеровской области на праздновании Дня знаний 1 сентября 1984 г. В 1-м ряду (слева направо): Н. П. Шуранов, А. И. Кожевников, В. В. Желтов, Л. А. Горшков, В. И. Овденко, Ю. А. Захаров, Л. З. Филимонов
V. V. Zheltov and the administration of the Kemerovo region at the celebration of Knowledge Day on September 1, 1984. In the front, from left to right: N. P. Shuranov, A. I. Kozhevnikov, V. V. Zheltov, L. A Gorshkov, V. I. Ovdenko, Yu. A. Zakharov, L. Z. Filimonov

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-1-8

Великий почин

Перед коллективом кафедры в те годы встали сложнейшие задачи разработки теоретических основ новых для того времени научных направлений, с одной стороны, а с другой – разработки комплекса учебно-методической и научной литературы. Успешная реализация данных задач позволила обеспечивать высочайший уровень исследовательских разработок и качество подготовки специалистов на факультете Политических наук и социологии (ПНИС), созданном и успешно руководимым Виктором Васильевичем в период 2003–2016 гг.

На базе кафедры сложились сильные и успешные докторантура и аспирантура по политическим наукам, в структуре которых под руководством В. В. Желтова работали ведущие профессора кафедры, содействуя развитию политической науки в Сибирском регионе и за его пределами. Под руководством Виктора Васильевича коллективом кафедры политических наук были разработаны и уточнены основные теоретико-методологические принципы анализа политических институтов и процессов.

Лариса Витальевна Булдакова – директор туристической компании ООО «Таймс Энд Трэвел» со своим научным руководителем – Виктором Васильевичем Желтовым – сразу после ее успешной защиты диссертации «Высшая политическая элита Франции: особенности формирования и функционирования)» на соискание ученой степени кандидата политических наук. 27 декабря 2004 г.

Viktor V. Zheltov was the scientific advisor of Larisa V. Buldakova, Director of the travel company Times and Travel. The photo was taken after the successful defense of her Candidate's dissertation entitled "The French Political Elite: Formation and Functioning", December 27, 2004.

С этой целью была осуществлена разработка ряда направлений политической науки: истории политической мысли; социально-политического взаимодействия; теории власти [1]; политического транзита и политической модернизации; политической методологии [2]; методов политического анализа и прогнозирования [3]; геополитики нового мирового порядка; мировой политики и международных отношений [4]; политических технологий [5]; сетевых политических процессов; неопатримонализма [6]; политического маркетинга [7] и др.

Параллельно решалась задача обеспечения учебного процесса на отделениях факультета – Политология и Социология – учебными пособиями и монографиями, отвечающими современным требованиям и написанными на основе учета достижений мировой политической мысли. Учеными научной школы были сформулированы подходы в разработке нового научного направления, получившего в западной политологической традиции наименование *местное развитие*.

Все это нашло отражение в нескольких десятках научных публикаций, а также в ряде учебных пособий, которые сегодня активно используются в учебном процессе в различных вузах страны.

В период с 1997 г. по 2006 г. Виктор Васильевич являлся председателем диссертационного совета по специальности 23.00.02 (политические институты, процессы и технологии), на котором за время его работы были успешно защищены порядка 40 кандидатских и докторских диссертаций. Диссертационный совет под председательством В. В. Желтова в течение многих лет являлся одним из ведущих в стране по своему профилю, многие будущие видные сибирские и российские ученые-политологи сделали важный шаг в своей будущей исследовательской биографии, с благодарностью вспоминая обретенные и усовершенствованные благодаря своим защитам и подготовке к ним опыт и навыки.

Из воспоминаний Л. В. Булдаковой

Меня зовут Лариса Булдакова. Я давно работаю в нескольких успешных бизнес-направлениях, и сегодня я честно поделюсь своим опытом, как этого всего стало возможным достичь.

20 лет назад мне рассказали про одного уникального профессора, о котором в КемГУ шла слава, о том, что он в совершенстве владеет французским языком, возглавляет диссертационный совет, руководит кафедрой и факультетом, пишет замечательные книги. Я поняла, что обязательно должна с ним встретиться.

После занятий на РГФ я примчалась на встречу. Хотелось поскорее «окунуться в легенду». Каково было мое удивление, когда я увидела партийного деятеля из моей ранней юности.

Сразу вспомнился мой первый курс. Тогда лучших студентов пригласили на встречу с иностранцами. Я была среди них. Французские коммунисты пожаловали в гости к советским студентам поделиться опытом строительства «светлого будущего». Шел 1986 год. Мы обомлели от их раскованности, ярких шарфов и нога-на-ногу в присутствии руководства университета в строгих костюмах-тройках. Тогда я первый раз и увидела Виктора Васильевича, блестяще прочитавшего свой доклад и объявившего в конце, что всех просят пройти в университетское кафе. Впервые я на вечеринке в клубах дыма на французском прямо в стенах университета, первый комплимент иностранного гостя–коммуниста…, как такое не запомнишь – деликатное обращение, изысканные манеры и где-то рядом Желтов! Наутро я анализировала все, что произошло со мной, и одним из значимых персонажей того вечера, конечно же, был он…

Мгновенно голова закружилась, в ней прокрутились все события на тот момент уже десятилетней давности и появилось ощущение, что я пришла к самому близкому знакомому. Вот и встретились мы, он и я, он – недосягаемый, торжественный, изумительный, изысканный, элегантный,

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-1-8

авторитетный, и я – молодая учительница французского языка... Наша встреча превратились в долгие годы дружбы. Тогда я даже не предполагала, что этот человек станет наставником в моих научных трудах, настоящим спутником в моей профессиональной карьере. Я не подозревала, как легко с ним в общении, как быстро решаются самые сложные вопросы, как спокойно становится на сердце.

Я непрерывно развиваю свой бизнес, и я отдаю себе отчет в том, что моя дорога к успеху прошла красной нитью через факультет политических наук и социологии, через возможность ежедневно видеть этого замечательного человека – декана, профессора, творца, создающего новую реальность через его добрые напутствия и поддержку, через его реакцию на те ошибки, которые совершает большинство начинающих ученых.

Итак, наставник, окружение и воля к победе! Мне повезло. Мне такой встретился и взял в свою команду. Я всегда с восхищением смотрю на его профиль, гордо и смело устремляющийся ввысь.

С днем рождения, дорогой мой Виктор Васильевич!

Работа научных школ факультета ПНИС традиционно строилась в контакте с ведущими научными учреждениями страны, такими как Московский государственный университет, Высшая школа экономики, Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), Институтом философии и права СО РАН, Сибирским институтом управления (филиалом РАНХиГС), Российской ассоциацией политических наук, а также с ведущими научными коллективами ряда сибирских вузов, в числе которых – Алтайский, Томский, Новосибирский, Забайкальский университеты.

Доктора наук КемГУ: С. Н. Чирун, В. В. Желтов, А. Б. Коновалов (слева направо) – на Губернаторском приеме в честь Дня науки, в администрации Кемеровской области. 9 февраля 2018 г.
Doctors of Sciences of Kemerovo State University at the Science Day reception in the regional administration, February 9, 2018. From left to right: S. N. Chirun, V. V. Zheltov, A. B. Konovalov

Основной вклад В. В. Желтова в развитие российской политической науки состоит в том, что он привил любовь к научному поиску своим ученикам – кандидатам и докторам наук, а также студентам-политологам, которые продолжают славные традиции по изучению политической науки.

Результаты научной работы В. В. Желтова были высоко оценены на федеральном и региональном уровнях, в частности, медалью «За доблестный труд» в ознаменование 100-летия Ленина. В 2015 г., на проходящем в Москве VII Всероссийском конгрессе политологов, он был награжден дипломом Российской ассоциации политической науки.

На региональном уровне В. В. Желтов награжден одной из высших наград области – орденом «Доблесть Кузбасса», а также медалью «За служение Кузбассу», Почетными грамотами Кемеровской областной администрации и Кемеровского областного Совета народных депутатов.

Особого признания В. В. Желтов добился в качестве основателя научной школы по политическим наукам, ставшей одной из ведущих в нашей стране. Научная школа – продукт его совместных с коллегами многолетних усилий, фундамент многих состоявшихся и настоящих научных успехов. Школа поддерживала и поддерживает тесные связи с рядом научных школ Сибири и России, сформировав разветвленную сеть научных связей и контактов, содействующих осуществлению новых исследований и проектов.

Научная школа последовательно развивавала контакты с зарубежными научными центрами и политологами Франции, Германии, Китая, Польши, Венгрии, Казахстана.

Помимо непосредственных сотрудников КемГУ, в работе научной школы в то время принимали участие ведущие сибирские ученые. В их числе: доктор политических наук, профессор Новосибирского государственного университета И. Н. Гомеров; доктор политических наук, профессор Алтайского государственного университета Я. Ю. Шашкова; профессор Кемеровского института (филиала) Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова (в настоящее время профессор Кемеровского государственного медицинского университета), ведущий региональный эксперт по вопросам политического маркетинга М. М. Кисляков [8, с. 99–102].

Существенный вклад в деятельность школы внесли докторанты и аспиранты, работавшие над диссертациями по различным аспектам теории и практики политических институтов и процессов, расширяя спектр политических исследований и совершенствуя их методологию.

Коллектив научной школы входит в состав Кемеровского отделения Российской ассоциации политической науки, а студенты участвуют в работе молодежного крыла – Совета молодых политологов РАПН. Научная школа осуществляет взаимодействие с созданным в 2019 г. на базе Института истории и международных отношений Центром региональных социально-политических исследований (руководитель Е. В. Матвеева).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-1-8

На протяжении последних лет коллектив научной школы принимает участие в проведении фундаментальных и прикладных исследований для органов власти, Общественной палаты Кемеровской области, МВД по вопросам изучения взаимодействия институтов власти и гражданского общества, развитию гражданских инициатив и некоммерческого сектора в регионе.

В деятельности научной школы в разные периоды присутствовали различные направления: гендерные аспекты политики [9]; имидж региональной власти [10]; государственная молодежная политика [11]; неопатримонализм и клиентеллы [12]; политичекие механизмы обеспечения региональной безопасности [13]; политическая социализация молодежи [14]; политические сети и сетевое общество [15], также были представлены и многие другие направления.

В данном случае содержательная сторона играет существенную роль в осмыслении политических реалий современности, в профессиональной подготовке будущих политологов, усилия ученых школы сосредоточены на вопросах освещения вклада зарубежных и, прежде всего, российских исследователей в становлении основ политической теории.

Вопросы демократии занимают существенное место в исследованиях данного направления. Анализ феномена демократии строится с учетом наличия идеологического разнообразия современных обществ.

Политический и эпистемологический аспекты подхода к демократии характеризуется усилиями ученых школы к анализу таких явлений, как политическое участие, регионализм [16], популизм, неопопулизм, национализм и неонационализм, национал-популизм.

В рамках другого направления (политические институты и процессы) научные исследования ведутся по следующим направлениям: а) социально-политическое взаимодействие; б) государство: становление, развитие и современность: в) политическая власть; г) региональная власть; д) политическая социализация; е) политическое участие; ж) политическая культура; з) местное развитие. По каждому из указанных направлений за последние годы были опубликованы учебные пособия, сборники научных трудов, статьи в рецензируемых изданиях и т. д.

Преподаватели кафедры уделяли пристальное внимание разработке новых научных направлений, которые связаны с анализом текущей мировой и национальной политики. По инициативе и под руководством Виктора Васильевича около 5 лет осуществлялся выпуск периодического научно-практического журнала «Политические институты и процессы», в котором находили отражение не только результаты деятельности ученых школы, но и широко были представлены результаты научных исследований студентов факультета.

Издание данного журнала явилось реальным шагом для решения стратегической задачи, стоящей перед высшей школой, – органическое соединение научной и учебной деятельности в вузе. Разработка проблематики международных отношений в условиях взаимосвязанного и взаимозависимого мира со всей остротой перед политологами поставила вопрос о содержании и характере современного мирового развития и порядка, осмыслению и развитию теоретических подходов к изучению которого помогают работы Виктора Васильевича.

Исключительно важным шагом в этом направлении стали работы профессоров В. В. Желтова и М. В. Желтова [17–26].

С 2014 г. В. В. Желтовым ведется ативная разработка проблематики арабских революций, охвативших ряд стран Северной Африки и Ближнего Востока. По данному направлению в печати им было опубликовано более 30 научных статей и монографий. Указанная работа строится на основе плодотворного сотрудничества с зарубежными учеными, в частности с учеными Франции.

И вновь продолжается бой…

После ухода в ноябре 2019 г. из КемГУ и в настоящее время В. В. Желтов является директором Сибирского института социально-политических исследований. На новом для себя посту он сохраняет оптимизм, колоссальную энергию и удивительную работоспособность. Продолжается активное общение и переписка с коллегами и учениками, поездки, лекции, мастер-классы. Институт под его руководством активно ведет разработку проблем развития Арабского мира, политической конфликтологии, вопросов борьбы с терроризмом и экстремистскими проявлениями. К числу особых заслуг Сибирского института социально-политических исследований можно отнести разработку и внедрение в Кузбассе регионального мониторинга экстремистских проявлений.

Заключение

Безусловно радует, что юбиляр остается в строю, продолжая генерировать новые идеи, участвовать в проектах и активно взаимодействовать с коллегами по профессии и учениками. Благодаря усилиям Виктора Васильевича и его коллег политическая наука в Кузбассе развивается, обогащаясь новыми результатами и знаниями и внося таким образом вклад в динамичное и стабильное развитие Кузбасского региона.

От имени всех учеников, поклонников и многочисленных последователей желаем дорогому Виктору Васильевичу воплощения всех научных замыслов, новых творческих идей, крепкого здоровья, творческого долголения и молодости души!

Литература

1. Бирюков С. В. Клиентела как модель политического порядка и политических изменений. М.: ТЕИС, 2009. 111 с.
2. Лисина Н. Л. Методология политической науки / сост. Е. В. Матвеева, С. Н. Чирун. Кемерово: КемГУ, 2017. 200 с.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-1-8

3. Желтов В. В., Чирун С. Н. Политический анализ и прогнозирование. Ч. 1. Методы. Кемерово: Сибирская издательская группа, 2009. 276 с.
4. Чирун С. Н. Опыт участия в работе пятой международной конференции в городе Торунь (Польша) по изучению постсоветского пространства Россия – ближнее зарубежье – ЕС // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2017. № 38. С. 229–240. DOI: 10.17223/1998863X/38/23
5. Чирун С. Н., Николаев А. В., Зайцева В. А. Политические технологии в сетевой реальности постмодерна // Власть. 2018. Т. 26. № 3. С. 7–13.
6. Чирун С. Н. Консенсусная (сетевая) коррупция и проблемы эффективности государственной политики // Актуальные проблемы научного обеспечения государственной политики Российской Федерации в области противодействия коррупции: сб. тр. по итогам Третьей Всерос. науч. конф. с междунар. участием. (Екатеринбург, 26–27 октября 2018 г.) / отв. ред. В. Н. Руденко. Екатеринбург, 2019. С. 91–110.
7. Бирюков С. В., Кисляков М. М., Чирун С. Н. Политический маркетинг: к модернизации концепта, его методологических и политико-технологических оснований // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2019. № 50. С. 187–199. DOI: 10.17223/1998863X/50/16
8. Чирун С. Н., Бардокин Д. А., Белоношко Ю. Н., Бовдилова С. С., Бурба Е. С., Васильева Р. П., Власова К. В., Гафиятуллина Д. Т., Гафурова З. А., Ионов А. С., Ковешников Г. В., Мегис И. С., Панов А. А., Прокопьева П. А., Простарнакова Е. Е., Семенец Д. Б., Терешкова Ю. В., Цавро А. А., Циммер А. В., Цымляков А. Д., Чучкин М. Ю. Отечественные политические технологии в лицах. М.-Берлин: Директмедиа Паблишинг, 2018. 202 с.
9. Чирун С. Н., Боброва Е. А. Гендерные особенности политического участия в постсовременной России // Женщина в российском обществе. 2018. № 2. С. 104–115. DOI: 10.21064/WinRS.2018.2.9
10. Власова К. В., Чирун С. Н. Социальные сети как один из инструментов формирования и продвижения имиджа политика: на примере губернатора Кузбасса С. Е. Цивилёва // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2019. Т. 4. № 2. С. 176–183. DOI: 10.21306/2500-3372-2019-4-2-176-183
11. Чирун С. Н. Государственная молодёжная политика Российской Федерации: проблемы реализации и противоречия методологии // Политика и Общество. 2017. № 1. С. 16–32.
12. Чирун С. Н., Николаев А. В., Боброва Е. А., Луцык А. С., Шмит Э. О. Взаимодействие с органами региональной власти на примере Кемеровской области: проблемы и технологии // Власть. 2018. Т. 26. № 7. С. 33–38. DOI: 10.31171/vlast.v26i7.5927
13. Матвеева Е. В., Бирюков С. В., Чирун С. Н., Алагоз А. В., Нуртазина Р. А., Азильханов М. А., Абилдаев А. С., Барсуков А. М., Дюсембекова М. К., Жанбулатова Р. С., Иватова Л. М., Можейко М. А., Можейко В. А. Социально-политические процессы в условиях интеграции и региональная безопасность. Кемерово: КемГУ, 2019. 245 с.
14. Чирун С. Н. Молодежная политика в состоянии постмодерна: государство, власть, общество: дис. ... д-ра. полит. наук. Казань, 2016. 430 с.
15. Чирун С. Н., Будаев А. С., Боброва Е. А. Типология и диагностика эффективности политических сетей: институциональный аспект // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. № 1. С. 152–158.
16. Бирюков С. В. Регионы России: к выходу из кризиса через привлечение зарубежных инвестиций (на примере Приволжского федерального округа) // Этносоциум и межнациональная культура. 2017. № 8. С. 100–110.
17. Желтов В. В., Желтов М. В. Политическая наука: понятие, объект, предметное поле. М.: Флинта, 2017. 184 с.
18. Желтов В. В., Желтов М. В. Введение в социологию Чарльза Райта Миллса. 2-е изд. М.: Флинта, 2017. 91 с.
19. Желтов В. В., Желтов М. В. Анализ публичной политики. Кемерово: КемГУ, 2017. 160 с.
20. Желтов В. В., Желтов М. В. Исламский терроризм: радикализация, рекрутирование, индоктринация. Кемерово: КемГУ, 2017. 115 с.
21. Желтов В. В., Желтов М. В. Анализ публичной политики. 2-е изд., испр. и перераб. СПб.: Лань, 212 с.
22. Желтов В. В., Желтов М. В. Исламизм в современном мире: понятие и политическое выражение. Кемерово: КемГУ, 2018. 136 с.
23. Желтов В. В. Введение в политическую науку. 3-е изд., перераб. и доп. Кемерово: КемГУ, 2018. 461 с.
24. Желтов В. В., Желтов М. В. Исламский терроризм: радикализация, рекрутирование, индоктринация. 2-е изд., испр. и перераб. М.: Вузовский учебник; Инфра-М, 2018. 136 с.
25. Желтов В. В., Желтов М. В. Ислам и демократия: религиозно-правовые основания и политическая трансформация в мусульманском мире. Кемерово: Флинта, 2019. 154 с.
26. Желтов В. В., Желтов М. В. Терроризм. Радикализация. Джихад. Опыт политологической интерпретации. М.: Флинта, 2019. 119 с.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-1-8

original article

Viktor V. Zheltov, the Most Prominent Political Scientist in Siberia

Sergey V. Biryukov [a, ID1]; Mikhail M. Kislyakov [b, @, ID2]; Sergey N. Chirun [c, ID3]
[a] East China Normal University, China, Shanghai
[b] Kemerovo State Medical University, Russia, Kemerovo
[c] Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
[@] m.kislyakov@mail.ru
[ID1] https://orcid.org/0000-0003-4071-0464
[ID2] https://orcid.org/0000-0002-4450-0432
[ID3] https://orcid.org/0000-0001-7422-8030

Received 05.03.2020. Accepted 25.03.2020.

Abstract: The article is dedicated to the 80th anniversary of Viktor Vasilievich Zheltov, the first Dean of the Department of Political Sciences and Sociology of Kemerovo State University, the Head of the Department of Political Sciences (2003–2016), and the Head of the Dissertation Council on political and sociological sciences (1994–2007). Today V. V. Zheltov is a recognized expert in all areas of modern political science and sociology. The article contains information on his main achievements as a scientist and a leader. The authors used historical and biographical methods, document analysis, indepth interview, and event analysis. The paper pays a tribute to V. V. Zheltov's contribution to the development of Kemerovo State University.

Keywords: methodology of political science, sociology, political science, Kuzbass, Kemerovo State University

For citation: Biryukov S. V., Kislyakov M. M., Chirun S. N. Viktor V. Zheltov, the Most Prominent Political Scientist in Siberia. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 1–8. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-1-8

References

1. Biryukov S. V. *Clientela as a model of the political order and political changes*. Moscow: TEIS, 2009, 111. (In Russ.)
2. Lisina N. L. *The methodology of political science*, comps. Matveeva E. V., Chirun S. N. Kemerovo: KemGU, 2017, 200. (In Russ.)
3. Zheltov V. V., Chirun S. N. *Political analysis and forecasting. Pt. 1. Methods.* Kemerovo: Sibirskaia izdatelskaia gruppa, 2009, 276. (In Russ.)
4. Chirun S. N. Experience of participation in the fifth International conference in the city of Torun (Poland), for the study of post-Soviet Russia CIS – EU. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya,* 2017, (38): 229–240. (In Russ.) DOI: 10.17223/1998863X/38/23
5. Chirun S. N., Nikolaev A. V., Zaitseva V. A. Political technologies in the network reality of postmodernity. *Vlast*, 2018, 26(3): 7–13. (In Russ.)
6. Chirun S. N. Consensus (network) corruption and problems of effectiveness of state policy. *Relevant issues of the scientific support of the state policy of the Russian Federation in the field of combating corruption:* Proc. Third All-Russian Sci. Conf. from Intern. Participation, Ekaterinburg, October 26–27, 2018, ed. Rudenko V. N. Ekaterinburg, 2019, 91–110. (In Russ.)
7. Biryukov S. V., Kislyakov M. M., Chirun S. N. Political marketing: the modernization of the concept, its methodological and political-technological bases. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya,* 2019, (50): 187–199. (In Russ.) DOI: 10.17223/1998863X/50/16
8. Chirun S. N., Bardokin D. A., Belonoshko Iu. N., Bovdilova S. S., Burba E. S., Vasilyeva R. P., Vlasova K. V., Gafiiatullina D. T., Gafurova Z. A., Ionov A. S., Koveshnikov G. V., Megis I. S., Panov A. A., Prokopyeva P. A., Prostarnakova E. E., Semenets D. B., Tereshkova Iu. V., Tsavro A. A., Tsimmer A. V., Tsymliakov A. D., Chuchkin M. Iu. *Domestic political technology in persons.* Moscow-Berlin: Direktmedia Pablishing, 2018, 202. (In Russ.)
9. Chirun S. N., Bobrova E. A. Gender peculiarities of political participation in postmodern Russia. *Woman in Russian society,* 2018, (2): 104–115. (In Russ.) DOI: 10.21064/WinRS.2018.2.9
10. Vlasova K. V., Chirun S. N. Social networks as a formation and promotion tool of a political image: case of Kuzbass governor S. E. Tsivilev. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki,* 2019, 4(4): 176–183. (In Russ.) DOI: 10.21306/2500-3372-2019-4-2-176-183

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-1-8

11. Chirun S. N. State youth policy of the Russian Federation: problems of implementation and contradictions of methodology. *Politics and Society*, 2017, (1): 16–32. (In Russ.)
12. Chirun S. N., Nikolaev A. V., Bobrova E. A., Lutsyk A. S., Schmit E. O. Interaction with regional authorities on the example of the Kemerovo region: problems and technologies. *Vlast*, 2018, 26(7): 33–38. (In Russ.) DOI: 10.31171/vlast.v26i7.5927
13. Matveeva E. V., Biryukov S. V., Chirun S. N., Alagoz A. V., Nurtazina R. A., Azilkhanov M. A., Abildaev A. S., Barsukov A. M., Dyusembekova M. K., Zhanbulatova R. S., Ivatova L. M., Mozheiko M. A., Mozheiko V. A. *Socio-political processes in the context of integration and regional security*. Kemerovo: KemGU, 2019, 245. (In Russ.)
14. Chirun S. N. *Youth policy in a postmodern state: state, power, and society.* Dr. Polit. Sci. Diss. Kazan, 2016, 430. (In Russ.)
15. Chirun S. N., Budaev A. S., Bobrova E. A. Typology and diagnostics of efficiency of political networks: institutional aspect. *Gosudarstvennoe i munitsipalnoe upravlenie. Uchenye zapiski,* 2018, (1): 152–158. (In Russ.)
16. Biryukov S. V. Regions of Russia: foreign investment as a crisis solution (the case of Volga Federal District). *Etnosocium (multinational society)*, 2017, (8): 100–110. (In Russ.)
17. Zheltov V. V., Zheltov M. V. *Political science: concept, object, and subject field.* Moscow: Flinta, 2017, 184. (In Russ.)
18. Zheltov V. V., Zheltov M. V. *Introduction to the sociology of Charles Wright Mills*, 2nd ed. Moscow: Flinta, 2017, 91. (In Russ.)
19. Zheltov V. V., Zheltov M. V. *Analysis of public policy*. Kemerovo: KemGU, 2017, 160. (In Russ.)
20. Zheltov V. V., Zheltov M. V. *Islamic terrorism: radicalization, recruitment, and indoctrination.* Kemerovo: KemGU, 2017, 115. (In Russ.)
21. Zheltov V. V., Zheltov M. V. *Analysis of public policy*, 2nd ed. St. Petersburg: Lan, 212. (In Russ.)
22. Zheltov V. V., Zheltov M. V. *Islamism in the modern world: concept and political expression*. Kemerovo: KemGU, 2018, 136. (In Russ.)
23. Zheltov V. V. *Introduction to political science*, 3rd ed. Kemerovo: KemGU, 2018, 461. (In Russ.)
24. Zheltov V. V., Zheltov M. V. *Islamic terrorism: radicalization, recruitment, and indoctrination*, 2nd ed. Moscow: Vuzovskii uchebnik; Infra-M, 2018, 136. (In Russ.)
25. Zheltov V. V., Zheltov M. V. *Islam and democracy: religious and legal foundations and political transformation in the Muslim world.* Kemerovo: Flinta, 2019, 154. (In Russ.)
26. Zheltov V. V., Zheltov M. V. *Terrorism. Radicalization. Jihad. The experience of political science interpretation*. Moscow: Flinta, 2019, 119. (In Russ.)

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-9-15

оригинальная статья
УДК 342.731

Актуальные аспекты деятельности Русской Православной Церкви в Армении

Ксения Е. Макарова [a, @]; Михаил А. Казаков [a]
[a] Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Россия, г. Нижний Новгород
[@] nilsy@mail.ru

Поступила в редакцию 30.11.2019. Принята к печати 23.12.2019.

Аннотация: Статья посвящена публичной дипломатии Российской Федерации в Армении. Деятельность Русской Православной Церкви как института гражданского общества рассматривается в качестве части механизма публичной дипломатии России. Предметом являются механизмы и инструменты, используемые религиозными организациями в Армении. Цель – анализ причин и характера присутствия Русской Православной Церкви на территории этой страны как особой части механизма публичной дипломатии России. Для достижения указанной цели использованы общенаучные методы: анализ и синтез, позволяющие получить комплексное представление о предмете исследования; индукция и дедукция были применены при обработке фактического материала; исторический метод позволил рассматривать явление в его развитии. При изучении современного этапа был задействован сетевой подход. По мнению авторов, деятельность Русской Православной Церкви в Армении позволяет создавать благоприятные условия для достижения внешнеполитических целей России. Результаты исследования могут быть применены для дальнейшего изучения принципов и механизмов публичной дипломатии России, а также при совершенствовании инструментов общественной дипломатии. Сделан вывод, что вовлечение Русской Православной Церкви в общественную дипломатию России в Армении способствует уменьшению напряженности в публичной сфере республики, вызванной присутствием многочисленных инородных религиозных движений, в связи с чем трансформация структуры конфессионального пространства Армении носит искусственный характер, что приводит к взаимодействию усилий Армянской апостольской церкви и Русской Православной Церкви по противодействию прозелитизму этих организаций.

Ключевые слова: публичная дипломатия России, общественная дипломатия, Армянская апостольская церковь, религиозный фактор, прозелитизм, новые религиозные движения

Для цитирования: Макарова К. Е., Казаков М. А. Актуальные аспекты деятельности Русской Православной Церкви в Армении // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 9–15. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-9-15

Введение

Использование ресурсов «мягкой силы» для достижения внешнеполитических целей в современном мире обретает системный характер. Публичная дипломатия становится повседневным инструментарием государств для расширения разнообразных связей с внешним миром. Армения – давний союзник РФ на Южном Кавказе, и потому актуальность темы исследования обуславливается прежде всего важностью региона для национальной безопасности России. Кроме того, Северный Кавказ и Южный Кавказ являются частью единого геополитического целого – Большого Кавказа, проблемный контекст которого является общим для четырех стран региона. Как следствие, Россия вовлечена во все процессы на его территории (экономические, политические, гуманитарные) и для их нормализации использует все имеющиеся внешнеполитические ресурсы, в том числе публичную дипломатию. Цель статьи – анализ причин и характера присутствия Русской Православной Церкви (РПЦ) на территории Армении в качестве особой части механизма общественной дипломатии РФ.

Анализ литературы по теме позволил разделить ее на несколько групп: 1) исследования, посвященные теории публичной дипломатии и связанных с ней концепций [1–7]; 2) исследования религиозных организаций, действующих на территории Армении[1] [8–12]; 3) исследования, посвященные внешним связям РПЦ [13; 14]; 4) страноведческие исследования Армении [15; 16]. Отдавая должное исследовательской работе, проделанной специалистами, в частности историками и политологами, необходимо отметить большое количество работ по теории публичной дипломатии, рост которых объясняется все большим распространением феномена, и некоторый недостаток работ по внешним связям

[1] Гукасян А. НКО и религиозные секты в Армении и практика законодательного регулирования их деятельности // Научное Общество Кавказоведов. 21.07.2017. Режим доступа: http://www.kavkazoved.info/news/2017/07/21/nko-i-religioznye-sekty-v-armenii-i-praktika-zakonodatelnogo-regulirovanija-ih-dejatelnosti.html (дата обращения: 09.11.2019).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-9-15

РПЦ, который в контексте усиления влияния церкви представляется неоправданным. Страноведческие работы по Армении, в особенности исследование К. С. Гаджиева [15], помогают глубже взглянуть на Армению и ее проблемный контекст. В то же самое время тема новых религиозных движений интересует узкую группу отечественных и зарубежных специалистов, ее изучение дает четкое представление о природе этих организаций, механизмы их прозелитской деятельности.

Методы и материалы. Основными методами послужили анализ и синтез, позволяющие получить комплексное представление о предмете исследования; индукция и дедукция были применены при обработке фактического материала; исторический метод позволил рассматривать явление в его развитии. При изучении современного этапа задействован сетевой подход. В качестве материалов использовались нормативно-правовые акты РФ и Армении, заявления религиозных лидеров.

РПЦ как часть общественной дипломатии России

В современном взаимозависимом мире «мягкая сила» в комплексе – это все более распространенный подход к достижению внешнеполитических целей государства. Публичная дипломатия, выросшая из пропаганды и ставшая в начале ее эвфемизмом [3, с. 15], как ресурс «мягкой силы» [6, с. 177] сегодня является инструментарием, используемым все большим количеством государств, а также их организациями. Это происходит в условиях развития транснациональных акторов, что приводит, во-первых, к масштабному увеличению количества негосударственных акторов мировой политики; во-вторых, к расширению круга этих акторов, среди которых теперь вместе с транснациональным бизнесом и неправительственными организациями (НПО) находятся СМИ, религиозные организации и террористические образования [5]. Эти организации значительно усложнили формы и механизмы своей деятельности, что отразилось на их большей вовлеченности в транснациональную деятельность. В таких условиях военная мощь и экономическая сила не всегда могут конвертироваться государством в политическое влияние. Следовательно, публичная дипломатия, используемая государством, расширяет сферу своего применения.

Формирование глобальной публичной сферы, где люди, действуя и говоря, осуществляют интеракцию [1, с. 252], позволяет гражданскому обществу более активно влиять на то, что происходит в политической системе [7, p. 363]. Глобальное гражданское общество способно эффективно разрешать проблемные контексты, затрагивающие сразу несколько государств, действуя «снизу» [2, p. 82]. Трансграничная деятельность акторов глобального гражданского общества с помощью инструментов публичной дипломатии позволяет оказывать воздействие на процессы, происходящие в обществе страны-объекта. Легитимное политическое влияние, берущее свое начало в публичной сфере, становится предметом борьбы различных групп, институтов, лидеров за среду объекта. Оно обретается соперничающими акторами в процессе публичной коммуникации и нарастает по мере роста убежденных последователей при соответствии общественным нормам. Наиболее эффективными инструментами публичной дипломатии, таким образом, становятся организации, пользующиеся устойчивой репутацией, авторитетом. К ним, несомненно, относятся религиозные организации пяти мировых религий, вовлечение которых в процесс достижения внешнеполитических приоритетов страны происходит естественным путем по мере осознания ими целей собственного участия и блага для паствы.

Российская Федерация не исключение. Она успешно развивает альтернативные классической дипломатии методы и механизмы взаимодействия с зарубежными сообществами в целях повышения эффективности достижения своих внешнеполитических целей, защиты и продвижения своих национальных интересов. Так, Концепция внешней политики РФ 2016 г. утверждает, что неотъемлемой частью современной международной политики является применение инструментов «мягкой силы» для решения внешнеполитических задач в дополнение к традиционной дипломатии: использование возможностей гражданского общества, информационно-коммуникационных, гуманитарных и других методов и технологий[2]. В ней, как и в предыдущих концепциях 2000 г.[3], 2008 г.[4], 2013 г.[5], подчеркивается необходимость вовлечения гражданского общества в борьбу с глобальными проблемами, одной из которых является международный терроризм.

Общественная дипломатия России предполагает спектр взаимодействий между структурами гражданского общества в глобальной публичной сфере для развития международного культурного и гуманитарного сотрудничества. В качестве института гражданского общества РПЦ, учитывая трансграничные сети, которыми она располагает, становится особой частью процесса общественной дипломатии РФ. Следовательно, РПЦ с опорой на свою сеть церквей способствует распространению русской культуры, ее достижений, а также духовных ценностей русского народа. Более того, РПЦ способна разрешать проблемные контексты на уровне взаимодействия организаций гражданского

[2] Концепция внешней политики РФ (утверждена Президентом РФ В. В. Путиным 30 ноября 2016 г.) // МИД РФ. 01.12.2016. Режим доступа: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICkB6BZ29/content/id/2542248 (дата обращения: 05.11.2019).

[3] Концепция внешней политики РФ от 28 июня 2000 г. // Дипломатический вестник. 2000. № 8. С. 3–11.

[4] Концепция внешней политики РФ // Президент России. 15.07.2008. Режим доступа: http://kremlin.ru/acts/news/785 (дата обращения: 05.11.2019).

[5] Концепция внешней политики РФ (12 февраля 2013 г.) // ГАРАНТ.РУ. 20.02.2013. Режим доступа: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70218094/ (дата обращения: 05.11.2019).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-9-15

общества, создавая таким образом благоприятные условия для осуществления внешней политики России.

В целом, несмотря на секулярный XX в., религиозный фактор не теряет своей значимости, особенно в контексте борьбы с международным терроризмом. В последнем случае религия становится основанием для противоборства в социально-политической жизни с его проявлениями в виде ксенофобии, политического радикализма [12, с. 10]. Естественным образом государство стремится вовлечь традиционные религии в свою деятельность, т. к. их культурные границы детерминируются сетью верующих глобального масштаба вне зависимости от политических границ [4, с. 156]. К тому же церкви, представляя собой особые институты гражданского общества, располагают и сетью храмов, и традициями их сбережения и, в отличие от некоммерческих организаций (НКО), занимаются трансграничной деятельностью на протяжении тысячелетий. Эти организации являются (или стремятся стать) центрами духовности, сохраняя при этом в своеобразии роли актуальные для меняющегося общества, скрепляющие его элементы. Их наличие в практиках различных по устройству государств позволяет рассматривать их в качестве современных особенностей религиозного фактора. Предметным его выражением может считаться борьба с прозелитизмом новых религиозных движений (НРД), приспособленных для формирования / удовлетворения псевдорелигиозных запросов верующих.

РПЦ, обширно представленная на постсоветском пространстве и обладающая потенциалом для разрешения разных трансграничных проблем своими силами, является крупнейшим религиозным объединением России[6] и фактором мира, согласия на территориях бывшего СССР. Согласно Основам социальной концепции, целью РПЦ является спасение как человека, так и мира[7], соответственно, деятельность по достижению этой цели не ограничивается национальными или религиозными рамками. В этой миссии она и становится частью общественной дипломатии РФ: в качестве религиозной организации, объединяющей и защищающей людей православного вероисповедания, а также в качестве участника межкультурного и межрелигиозного диалогов, ведущего активную внешнюю деятельность, способствующего противодействию экстремизму, терроризму, диффамации религии, ксенофобии и другим социально опасным явлениям, проявлениям нетерпимости, деятельности псевдорелигиозных структур, представляющих опасность для личности и общества, а также содействующего защите святынь и мест религиозного поклонения, поддержанию мира и согласия в обществе[8].

Подход РПЦ к ведению внешних связей значительно изменился после распада СССР. Основной концепцией ныне является концепт «русского мира» – всего множества русских людей, живущих в разных странах, но окормляемых духовной миссией РПЦ, основной задачей которой является укрепление единства православных на территории постсоветского пространства [14, с. 167]. В Армении она также присутствует, несмотря на то, что это не каноническая территория РПЦ. Но связь с ней – это и общее историческое прошлое народов, и их культурная близость, и тесное многогранное сотрудничество сегодня.

Деятельность РПЦ постепенно становится особой частью публичной дипломатии России. Сети первой дают возможность развивать связи между гражданскими обществами, т. е. там, где ресурс доверия у государства меньше, что можно наблюдать на примере деятельности РПЦ в Армении.

Деятельность РПЦ в Армении

После обретения независимости Армения, как и другие государства постсоветского пространства, стала объектом направленного воздействия внешних игроков, прежде всего США и ЕС. Оно оказывалось практически по всему срезу прежних отношений, включая российско-армянские в публичной сфере [15]. И пока РФ сосредотачивалась для воспроизводства контактов в регионе на базе формирования пояса добрососедства, в Армении с помощью НКО и различных фондов менялась конфессиональная ситуация, появлялись и закреплялись НРД [10, с. 21], использующие новые методы рекламы и маркетинга в своей прозелитской деятельности [8, с. 20]. Последние определяются как неформальные объединения, складывающиеся вокруг харизматичных лидеров, увлекающих за собою неофитов учением и притягательной силой личности [11, с. 77].

Проникновение НРД начиналось как гуманитарная помощь НКО, аффилированных с НРД после Спитакского землетрясения 1988 г. К 2016 г. количество зарегистрированных в Армении религиозных организаций, преимущественно американского происхождения, достигло 67[9] и около 200 незарегистрированных[10], а число последователей НРД измерялось 350 тыс. человек, что составило

[6] Состав и количество религиозных организаций, сведения о которых внесены в ведомственный реестр зарегистрированных в РФ некоммерческих организаций на 01.04.2018// РАРС. Режим доступа: https://religsvoboda.ru/sites/default/files/books/svedeniya_o_religioznyh_organizaciyah_na_01.04.2018.pdf (дата обращения: 06.11.2019).

[7] Основы социальной концепции Русской Православной Церкви // Официальный сайт Московской патриархата. 09.06.2008. Режим доступа: http://www.patriarchia.ru/db/text/419128.html (дата обращения: 06.11.2019).

[8] Постановления Освященного Архиерейского собора РПЦ (29 ноября – 2 декабря 2017 г.) // Православие.Ru. 02.12.2017. Режим доступа: https://pravoslavie.ru/108838.html (дата обращения: 06.11.2019).

[9] Амарян: почти все секты в Армении финансируются из-за рубежа // Sputnik. 12.03.2018. Режим доступа: https://sptnkne.ws/wNYV (дата обращения: 09.11.2019).

[10] Гукасян А. НКО и религиозные секты в Армении и практика законодательного регулирования их деятельности ...

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-9-15

12 % населения и представляло собой к 2014 г. значительную часть электората [9, с. 240]. К 2019 г. 54 из 67 зарегистрированных религиозных организаций причислили к деструктивным сектам[11]. Эти организации вели и ведут активную прозелитскую деятельность, расширяя свое миссионерское поле, вовлекая все большее количество граждан в орбиту своего влияния, истинное лицо которой может отличаться от заявленного. Здесь действуют признанная в РФ экстремистской секта Свидетелей Иеговы[12], Слово жизни, Церковь Иисуса Христа святых последних дней и др.

Закон «О свободе совести и религиозных организациях»[13] регулирует деятельность этих организаций и запрещает прозелитизм, однако не раскрывает этого понятия, оставляя толкование широким. Как следствие, НРД свободно ведут свою деятельность на территории Армении, в том числе благодаря либеральному законодательству республики, например, Закону «О свободе собраний», принятому в 2011 г. и позволяющему людям собираться стихийно, который создает благоприятные условия для массовых волнений[14], а также Закону «О массовой информации», создающему условия для прозелитской деятельности НРД[15]. Армянская апостольская церковь (ААЦ) [9, с. 239], как и РПЦ, считает НРД угрозой для своей паствы [13, с. 635], поэтому эти две традиционные церкви объединяют свои усилия для борьбы с прозелитизмом НРД.

РПЦ пребывает в Армении, не являющейся канонической территорией, прежде всего для «попечения о находящихся вдали от Родины соотечественниках»[16]. РПЦ имеет долгою историю присутствия на территории страны (с XIX в.), однако количество храмов всегда было небольшим [16, с. 10]. После вступления Армении в ЕАЭС в 2015 г. РПЦ с 2016 г. качественно усилила свое присутствие в стране. Она провела реформу управления: решением Священного Синода было сформировано Патриаршее благочиние приходов РПЦ в Армении, объединившее управление приходами, главой которого стал архиепископ Владикавказский и Аланский Леонид (Л. Д. Горбачев), чье назначение сделало регулярными визиты архиепископа на территорию Армении[17].

Можно выделить ряд причин расширения присутствия РПЦ в Армении. Во-первых, РПЦ стремится обеспечить безопасность своей паствы на территории Армении, которая становится все больше в контексте усиления интеграционных процессов между Россией и Арменией, увеличения туристического потока[18]. Во-вторых, в условиях активного количественного роста НРД и усиления их влияния в публичной сфере Армении РПЦ расширяет свое присутствие в Армении с согласия ААЦ в рамках борьбы с прозелитизмом. В-третьих, имея в виду стремление РПЦ обеспечить благо для своей паствы, РПЦ прилагает усилия для расширения и укрепления трансграничной общности «русского мира», концепт которого предполагает духовное и культурное ее единение.

В рамках расширения присутствия РПЦ в Армении можно выделить некоторые аспекты ее деятельности. В целях обеспечения безопасности своих соотечественников в Армении православные служители церкви, во-первых, духовно окормляют российских военнослужащих, находящихся на 102 российской военной базе в двух гарнизонах – Гюмри и Ереване, – вокруг которых расположены и церкви НРД. Около гарнизона в г. Ереван находятся Церковь адвентистов седьмого дня, Слово жизни, Церковь Иисуса Христа Святых последних дней, Евангелическая баптистская церковь Армении. С 2013 г. пастырское окормление российских военнослужащих осуществляется военным духовенством РПЦ[19].

Во-вторых, РПЦ направляет усилия на консолидацию «русского мира» на территории Армении, ядром которого является русская диаспора. Она составляет около 12 тыс. человек, большая часть из которых проживает в Ереване (около 5 тыс. человек), Ширакской (около 1 тыс. человек)

[11] Деструктивные секты угрожают Армении // Ярославский религиоведческий информационно-консультационный центр. 19.09.2019. Режим доступа: https://yariac.ru/2019/sentyabr/destruktivnyie-sektyi-ugrozhayut-armenii.html (дата обращения: 05.11.2019).

[12] Перечень некоммерческих организаций, в отношении которых судом принято вступившее в законную силу решение о ликвидации или запрете деятельности по основаниям, предусмотренным ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» // Министерство юстиции РФ. Режим доступа: https://minjust.ru/ru/nko/perechen_zapret (дата обращения: 09.11.2019).

[13] О свободе совести и религиозных организациях. Закон Республики Армения от 17.06.1991// Национальное Собрание Республики Армения. Режим доступа: http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=2041&lang=rus (дата обращения: 10.11.2019).

[14] О свободе собраний. Закон Республики Армения от 14.04.2011 // Национальное Собрание Республики Армения. Режим доступа: http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=4123&lang=rus (дата обращения: 10.11.2019).

[15] О массовой информации. Закон Республики Армения от 13.12.2003 // Национальное Собрание Республики Армения. Режим доступа: http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1890&lang=rus&lang=rus (дата обращения: 10.11.2019).

[16] О современной внешней миссии Русской Православной Церкви // Официальный сайт Московской патриархата. 16.07.2013. Режим доступа: http://www.patriarchia.ru/db/text/3102956.html (дата обращения: 11.11.2019).

[17] Управляющий Патриаршим благочинием приходов Русской Православной Церкви в Армении посетил Ереван // Официальный сайт Московского патриархата. 02.07.2019. Режим доступа: http://www.patriarchia.ru/db/text/5463125.html (дата обращения: 20.11.2019).

[18] Туристический поток в Армению растёт, россияне – уверенно на первом месте // EurAsia Daily. 14.11.2019. Режим доступа: https://eadaily.com/ru/news/2019/11/14/turisticheskiy-potok-v-armeniyu-rastyot-rossiyane-uverenno-na-pervom-meste (дата обращения: 29.11.2019).

[19] Положение о военном духовенстве Русской Православной Церкви в РФ // Синодальный Отдел Московского Патриархата по взаимодействию с Вооруженными Силами и правоохранительными органами. 26.12.2013. Режим доступа: http://pobeda.ru/polozhenie-o-voennom-duhovenstve-russkoy-pravoslavnoy-tserkvi-v-rossiyskoy-federatsii.html (дата обращения: 12.11.2019).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-9-15

и Лорийской (около 3 тыс. человек) областях, в последней расположены крупные русские села Лермонтово и Фиолетово[20]. РПЦ взаимодействует с верующими в рамках общины, а также с помощью православной сети «Елицы», призванной объединить представителей русской диаспоры, находящихся на территории страны. Другим инструментом консолидации русской общины является Русский народный собор в Армении. Он обеспечивает взаимодействие между РПЦ и общественными организациями соотечественников, действующими здесь. Усилия последних направлены не только на консолидацию «русского мира», но и на его оздоровление, преодоление толков религиозного экстремизма.

В-третьих, борьба с прозелитизмом НРД идет в сотрудничестве с ААЦ: церкви ведут диалог по социальным вопросам. Он подразумевает выработку общей позиции двух церквей по всему спектру актуальных проблем, включая пастырские вопросы, совместные благотворительные и социальные программы в сфере духовного воспитания молодежи. В совместной декларации Патриарха Московского и всея Руси Кирилла и Верховного Патриарха и Католикоса всех армян Гарегина II в марте 2010 г. было отмечено: «в условиях глобализации мы призываем наших священнослужителей умножить труды по распространению христианской веры и ценностей, утверждаемых на ее основании. В ответ на рост в современном мире новых религиозных течений считаем необходимым осуществлять совместные усилия, нацеленные на предотвращение вредоносной и деструктивной деятельности различных сект и псевдорелигиозных организаций»[21]. В рамках реализации декларации в 2013 г. был подписан договор о сотрудничестве между духовной академией «Геворгян» и Московской духовной академией, президент Российской ассоциации центров изучения религий и сект А. Л. Дворкин совершил визит по приглашению Гарегина II[22].

В-четвертых, в рамках взаимодействия РПЦ и ААЦ их представители выступают участниками межрелигиозного диалога, который ведется по Нагорному Карабаху. Его целью, что приносит известные плоды, является предотвращение распространения экстремистских настроений, религиозной розни и войны.

В целом перспективы развития сотрудничества РПЦ и ААЦ в контексте усиления интеграционных процессов между странами ЕАЭС благоприятные и предполагают дальнейшее углубление взаимодействия по социальным вопросам, в частности по борьбе с прозелитизмом. Таким образом, это взаимодействие представляется благотворным для развития сотрудничества институтов гражданского общества, организаций публичной дипломатии двух стран, создает условия для дальнейшей интеракции граждан.

Заключение

РПЦ, являясь значимой частью общественной дипломатии РФ в Армении, правомерно действует в публичном пространстве республики для обеспечения безопасности российских соотечественников, в том числе и от ереси прозелитизма НРД. Организации последних ведут активную пропагандистскую деятельность в публичной сфере Армении, чье историческое и геополитическое положение стало объектом воздействия внешних сил. Так, НРД американского происхождения в сотрудничестве с НКО соответствующей ориентации интенсивно работают над созданием благоприятных условий для продвижения национальных интересов США на территории Армении. Такое положение дел обуславливает стремление к адекватному присутствию РПЦ и других организаций общественной дипломатии России, чтобы нивелировать угрозы для российских соотечественников в Армении, обеспечить их безопасность в соответствии с декларируемыми республикой принципами. По нашему мнению, деятельность РПЦ на территории Армении, уменьшающая угрозы в публичной сфере, способствует созданию пояса добрососедства для России и создает благоприятные условия для дальнейшей интеграции государств ЕАЭС.

Литература

1. Арендт Х. Vita Activa, или О деятельной жизни / пер. В. В. Бибихин. М.: Ад Маргинем, 2017. 416 с.
2. Beck U. World at risk. Cambridge: Polity Press, 2009. 269 p.
3. Бернейз Э. Л. Пропаганда / пер. И. В. Ющенко. М.: Карьера Пресс, 2015. 176 с.
4. Кастельс М. Власть коммуникации / пер. Н. М. Тылевич; ред. А. И. Черных. М.: Издательский дом ВШЭ, 2016. 563 с.
5. Лебедева М. М. «Мягкая сила»: понятие и походы // Вестник МГИМО-Университета. 2017. № 3. С. 212–223. DOI: 10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223
6. Най Дж. С. Будущее власти / пер. В. Н. Верченко. М.: АСТ, 2013. 444 с.
7. Habermas J. Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy. Cambridge: MIT Press, 1996. 676 p.

[20] Таблица 5.1. Население (городское, сельское) по национальности, полу и возрасту // Статистический комитет Республики Армения. Режим доступа: https://www.armstat.am/file/doc/99484883.pdf (дата обращения: 12.11.2019).

[21] Совместная декларация Патриарха Московского и всея Руси Кирилла и Верховного Патриарха и Католикоса всех армян Гарегина // Официальный сайт Московского патриархата. 18.03.2010. Режим доступа: http://www.patriarchia.ru/db/text/1116984.html (дата обращения: 14.11.2019).

[22] Профессор А. Л. Дворкин по приглашению Эчмиадзина посетил с лекциями Армению // Русская Православная Церковь. Новосибирская митрополия. Собор во имя святого благоверного князя Александра Невского. 10.05.2010. Режим доступа: http://ansobor.ru/news.php?news_id=984&print=1 (дата обращения: 14.11.2019).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-9-15

8. Дворкин А. Л. Сектоведение. Тоталитарные секты: Опыт сист. исслед. 3-е изд., перераб. и доп. Н. Новгород: Изд-во Братства во имя Св. князя Александра Невского, 2002. 813 с.
9. Микаэлян Г. Армянская апостольская церковь и общество в современной Армении // Большой Кавказ двадцать лет спустя: ресурсы и стратегии политики идентичности / сост. Г. Ч. Гусейнов. М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 216–259.
10. Трофимчук Н. А., Свищев М. П. Экспансия. М.: Изд-во РАГС, 2000. 218 с.
11. Эгильский Е. Э., Матецкая А. В., Самыгин С. И. Новые религиозные движения: современные нетрадиционные религии и эзотерические учения. М.: КноРус, 2011. 224 с.
12. Яковлев А. И. Религиозный фактор в мировой политике в эпоху глобализации: от секуляризации к фундаментализму // Вестник Московского университета. Серия 25: Международные отношения и мировая политика. 2013. № 4. С. 4–38.
13. Ефимов А. Б. Очерки по истории миссионерства Русской Православной Церкви. М.: Изд-во ПСТГУ, 2007. 683 с.
14. Лункин Р. Н. Церковь и внешняя политика: от «Русского мира» к глобализации // Научные ведомости БелГУ. Сер. История, Политология. 2018. Т. 45. № 1. С. 165–175. DOI: 10.18413/2075-4458-2018-45-1-165-175
15. Гаджиев К. С. Кавказский узел в геополитических приоритетах России. М.: Логос, 2010. 532 с.
16. Долженко И. В. Хозяйственный и общественный быт русских крестьян Восточной Армении (конец XIX – нач. XX вв.). Ереван: Изд-во АН АрмССР, 1985. 180 с.

original article

Russian Orthodox Church in Armenia: General Points of Activity

Kseniia E. Makarova [a, @]; Mikhail A. Kazakov [a]
[a] Lobachevsky State National Research University of Nizhny Novgorod, Russia, Nizhny Novgorod
[@] nilsy@mail.ru

Received 30.11.2019. Accepted 23.12.2019.

Abstract: The present research featured the public diplomacy of Russia in Armenia. The paper focuses on the activity of the Russian Orthodox Church as an institute of civil society in the context of Russian public diplomacy. It describes mechanisms and instruments used by religious organizations in Armenia. The research objective was to analyze the presence of the Russian Orthodox Church in Armenia as a special part of Russian public diplomacy mechanism. The authors employed analysis and synthesis to get a complex presentation of the subject, as well as induction and deduction to interpret facts. The historical method was used to study the phenomenon in its development. The network approach was used to study the current state of the phenomenon. The activity of the Russian Orthodox Church in Armenia is represented as part of Russian public diplomacy, which creates favorable conditions for achieving Russian foreign diplomacy goals. The results of the research can be used for studying principles and mechanisms of Russian public diplomacy. In conclusion, the authors claim that involvement of the Russian Orthodox Church in Russian public diplomacy can decrease the tension in Armenian public sphere. The tension is caused by various pseudo-religious movements that interfere with the restructuring of the local confessional space. Therefore, there is a growing need in a closer interaction between the Russian Orthodox Church and the Armenian apostolic church.

Keywords: public diplomacy of Russia, public diplomacy, Armenian apostolic church, religious factor, proselytism, new religious movements

For citation: Makarova K. E., Kazakov M. A. Russian Orthodox Church in Armenia: General Points of Activity. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 9–15. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-9-15

References

1. Arendt H. *Vita activa oder vom tätigen leben*, tr. Bibikhin V. V. Moscow: Ad Marginem, 2017, 416. (In Russ.)
2. Beck U. *World at risk*. Cambridge: Polity Press, 2009, 269.
3. Bernayz E. L. *Propaganda*, tr. Iushchenko I. V. Moscow: Karera Press, 2015, 176. (In Russ.)

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-9-15

4. Castells M. *Communication power,* tr. Tylevich N. M.; ed. Chernykh A. I. Moscow: Izdatelskii dom VShE, 2016, 563. (In Russ.)
5. Lebedeva M. M. Soft Power: The Concept and Approaches. *Vestnik MGIMO-Universiteta*, 2017, (3): 212–223. (In Russ.) DOI: 10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223
6. Nye J. S. *The Future of Power,* tr. Verchenko V. N. Moscow: AST, 2013, 444. (In Russ.)
7. Habermas J. *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy.* Cambridge: MIT Press, 1996, 676.
8. Dvorkin A. L. *Sectology. Totalitarian sects: The experience of systematic research,* 3rd ed. Nizhny Novgorod: Izd-vo Bratstva vo imia Sv. kniazia Aleksandra Nevskogo, 2002, 813. (In Russ.)
9. Mikaelian G. The Armenian Apostolic Church and society in modern Armenia. *The Greater Caucasus twenty years later: resources and identity policy strategy*, comp. Guseinov G. Ch. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie, 2014, 216–259. (In Russ.)
10. Trofimchuk N. A., Svishchev M. P. *Expansion*. Moscow: Izd-vo RAGS, 2000, 218. (In Russ.)
11. Egilskii E. E., Matetskaia A. V., Samygin S. I. *New religious movements: modern non-traditional religions and esoteric teachings.* Moscow: KnoRus, 2011, 224. (In Russ.)
12. Yakovlev A. I. Religious factor in world politics at the age of globalization: from secularization to fundamentalism. *Moscow University Journal of World Politics*, 2013, (4): 4–38. (In Russ.)
13. Efimov A. B. *Essays on the history of the missionary work of the Russian Orthodox Church*. Moscow: Izd-vo PSTGU, 2007, 683. (In Russ.)
14. Lunkin R. N. The church and the foreign policy: from "Russian world" to the globalization. *Nauchnye vedomosti BelGU. Ser. Istorija, Politologija*, 2018, 45(1): 165–175. (In Russ.) DOI: 10.18413/2075-4458-2018-45-1-165-175
15. Gadzhiev K. S. *The Caucasian knot in Russia's geopolitical priorities.* Moscow: Logos, 2010, 532. (In Russ.)
16. Dolzhenko I. V. *Economic and social life of Russian peasants in Eastern Armenia (late XIX – early XX centuries)*. Erevan: Izd-vo AN ArmSSR, 1985, 180. (In Russ.)

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

оригинальная статья
УДК 327

Политические аспекты реализации проекта «Северный поток – 2»

Андрей В. Манойло [a]; Илья Е. Катков [a, @]
[a] Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Россия, г. Москва
[@] il.kat.2803@mail.ru

Поступила в редакцию 14.01.2020. Принята к печати 03.03.2020.

Аннотация: Статья посвящена исследованию политической роли проекта «Северный поток – 2» в реализации внешней политики РФ и в выстраивании конструктивных отношений с партнерами в Европейском союзе. Объектом исследования стали стратегия, тактика, формы и методы реализации Россией (совместно с зарубежными партнерами) трансграничного трубопроводного проекта «Северный поток – 2». Предмет – политические взаимоотношения, возникающие между РФ (в лице Министерства иностранных дел и государственных корпораций) с иностранными государствами и зарубежными транснациональными компаниями в связи с согласованием и реализацией международным консорциумом проекта «Северный поток – 2». Цель – выявить роль и место трансграничных трубопроводных проектов в реализации целей и задач внешней политики РФ на европейском направлении. Методологическую базу исследования составили системный и сравнительно-политический подходы, методы анализа, синтеза, индукции, дедукции. Методы политической компаративистики использовались для оценки возможностей оказания влияния (политического, экономического) конкурирующими сторонами на процесс согласования и реализацию «Северного потока – 2». Для рассмотрения взаимодействия государственных структур с нефтегазовыми и нефтесервисными компаниями, задействованными в организации трубопроводного проекта, был использован метод системного анализа. Основным результатом стало выявление ряда конфликтных измерений, проходящих в общем виде по линии *сторонники – противники* реализации «Северного потока – 2» и по направлению взаимоотношений РФ с США; определение особенностей использования политических механизмов и инструментов в продвижении интересов проекта в условиях острого энергетического соперничества. Выводы работы сводятся к тому, что РФ и компании Газпром в целом удалось довести трубопроводный проект «Северный поток – 2» до финальной стадии реализации. Однако без помощи европейских контрагентов, а также государств Европейского союза, заинтересованных в реализации данной российско-европейской инициативы, проект мог бы остаться крупномасштабным планом или же в лучшем случае реализовываться очень долгое время.

Ключевые слова: Российская Федерация, Европейский союз, Газпром, газ, жидкие углеводороды, политика

Для цитирования: Манойло А. В., Катков И. Е. Политические аспекты реализации проекта «Северный поток – 2» // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 16–24. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

Введение

Взаимодействие России со странами Европейского союза (ЕС) в энергетической сфере развивалось по весьма специфической модели, которая подразумевала некий баланс между научно-техническим и экологическим сотрудничеством и параллельно идущим экономическим и политическим сдерживанием сил друг друга. После украинского кризиса 2014 г. усиленный санкционный режим, инициированный во многом не столько странами ЕС, сколько США, весьма серьезно сказался на планомерно выстраивавшемся российско-европейском энергетическом сотрудничестве [1]. Поддерживая курс ЕС на выстраивание принципиально новой модели энергетической безопасности, США приветствовали возможный отказ стран Европы от российских энергоресурсов, предлагая взамен собственные топливные ресурсы сланцевого газа, цена на который в ближайшее время будет расти. Несмотря на то, что ЕС уже достаточно давно предпринимает попытки по диверсификации энергетических ресурсов [2], разрабатывая совместные проекты с государствами Северной Африки и Ближнего Востока, отказ от российского углеводородного сырья пока не представляется возможным. Украинские события, а также почти сразу возникшие обоюдные претензии и споры России и Украины, касающиеся газовых вопросов, только укрепили возникшие на западе теории и гипотезы использования Россией своих углеводородных ресурсов в качестве геополитического оружия. Так, совокупность факторов, отрицательно сказывающихся на уже ослабленных энергетических отношениях России и Европы, фактически должна свести любые углеводородные и минерально-сырьевые проекты к минимуму. Однако европейские страны вынуждены идти российской стороне на уступки, дабы удовлетворить свои индустриальные мощности

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

топливными ресурсами, а также решить вопрос с обеспечением общеевропейской энергетической безопасности, что в нынешних условиях практически невозможно без сотрудничества с Россией.

Специфика «Северного потока – 2» (СП-2) заключается в том, что существенная часть успешной реализации данного проекта лежит в геополитической плоскости. Именно поэтому трубопроводная система, призванная соединить Россию и Европу по дну Балтики, создала несколько весомых конфликтных измерений с параллельно протекающими противостояниями внутри них.

Во-первых, столкновение интересов европейских государств внутри ЕС, через территорию которых будет организован транзит российского газа при непосредственном участии крупных государственных и частных компаний (Германия – *E.ON*, *BASF*, *Wintershall*, *Uniper*; Нидерланды и Великобритания – *Shell*, *Wasco Coatings Europe BV*; Австрия – *OMV*; Франция – *Engie*; Чехия – *NET4Gas*; Финляндия – *Fortum*, *Wasco*; Швейцария – *Allseas AG*; Норвегия – *Kvaerner*) и государств, территориально расположенных в Европе, через территорию которых прокладка трубопроводных систем СП-2 не предусмотрена – Литва, Латвия, Эстония, Украина [3], Молдавия, Румыния и Польша. Более того, на стороне противников системы СП-2 стоит такой крупный политический и экономический игрок, как США [4], которые, однако, преследуют свои интересы в европейском регионе. Так, факт выступления США на стороне данного альянса делает конфронтацию сторонников и противников газового проекта практически равной.

Во-вторых, противодействие, оказываемое совместными силами США и странами, пытающимся сорвать успешную реализацию СП-2, жестко сталкивается с интересами Германии, Нидерландов, Франции, Австрии и ряда других европейских стран, находящихся в выигрышном положении согласно условиям рассматриваемого газового проекта, что по существу подводит к возрастанию градуса напряженности по линии энергетического противостояния *США – Германия, Франция, Нидерланды, Австрия*.

Однако ключевая линия соперничества вырисовывается все более явно после активного вмешательства США в энергетические отношения России и ЕС. После так называемой «сланцевой революции» в 2016 г. в США руководство данного государства поставило перед собой задачу стать энергетической сверхдержавой. Но путь к лидирующим позициям в энергетике США преграждает Россия, активно действующая на мировом рынке энергоносителей. Попытка помешать России в реализации СП-2 может положить начало крупной кампании по всестороннему вытеснению российских компаний с Европейского рынка [5]. Руководство США не раз высказывались о готовности поставлять в Европу большее количество сжиженного природного газа (СПГ), принимая во внимание весьма стабильный рост показателей добычи своего сланцевого газа (до 700 млрд м^3 в год). Однако подобные заявления представляют собой не более чем политическую провокацию, которая лишена действительного экономического подтекста, ведь добыча сланцевого газа и нефти – это весьма затратное мероприятие, которое также отличается и высокими экологическими издержками. Главная линия энергетического соперничества в Европе протекает по вектору *Россия – США* [6].

Общие выгоды проекта «Северный поток – 2»

Несмотря на довольно широкий спектр разногласий между Россией и ЕС, страны Европы по-прежнему будут оставаться ключевыми потребителями российских топливно-энергетических ресурсов [7]. На сегодняшний день, по данным Еврокомиссии, доля российского импорта на европейском рынке углеводородов составила 42 %, затем следуют Норвегия (34 %) и Алжир (10 %). Что же касается потребления российского газа, то оно неуклонно растет, поскольку ключевые производственно-индустриальные мощности европейских стран растут и развиваются, запрашивая при этом пропорциональное количество топлива. К примеру, в 2015 г., 2016 г. и 2017 г. экспорт Газпрома составил соответственно 158, 178, 192 млрд м^3, из которых около 50 % проходило по газотранспортной системе Украины, а остальные объемы – через газопроводы «Ямал – Европа» и «Северный поток – 1» (СП-1). Однако из-за сложностей в отношениях России и Украины [8] Газпром вынужден заниматься поиском новых маршрутов для большей диверсификации поставок газа и устойчивого развития компании.

Проект СП-2, будучи расширением уже успешно реализованного проекта СП-1, хоть и не представляется оригинальной трубопроводной системой, предназначенной для транзита газа в Европу, в то же время имеет весьма важные характеристики, позволяющие увеличить снабжение европейских стран большими объемами газа в совокупном выражении. Данный проект, по подсчетам Министерства Энергетики РФ, составит около 12 млрд долларов [9] и будет обладать выигрышными характеристиками, которые предпочтительны для европейских партнеров, – надежностью и бесперебойностью поставок газа в Европу, прозрачностью корпоративного управления, использованием новейших трубопроводных технологий в реализации газовой системы, а также экологической безопасностью потока.

Основные общие политические и экономические выгоды СП-2 весьма существенны и масштабны. Реальный маршрут следования трубопроводной системы СП-2 направлен прямо к непосредственному потребителю (в северо-западную часть Европы) в обход Украины, что сделало маршрут СП-2 короче почти на 2000 км [10]. Именно этот факт позволяет говорить о низких экономических и эксплуатационных издержках по сравнению с другими аналогичными проектами транзита газа.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

По подсчетам компании Газпром, отказ от проектирования газового коридора через Украину несет в себе дополнительные финансовые выгоды. Экспортный тариф Газпрома составляет 2,1 доллара за 1000 м^3 на 100 км, а аналогичный тариф через Украину составит 2,5 доллара за то же самое расстояние, более того, затраты, связанные с эксплуатацией газа в Европе, будут в полтора раза ниже, чем по украинскому маршруту. В совокупном выражении данные экономические меры позволят Газпрому выручить почти 7 млрд долларов в течение 25 лет. К общим преимуществам СП-2 можно отнести и факт отсутствия агентов между производителем и потребителями, а также высокий уровень обеспечения экологической безопасности. Так, в совокупности два ответвления СП-2 дадут Европе возможность направлять в европейский регион около 55 млрд м^3 газа в год. Этого вполне хватит для обеспечения топливом свыше 26 млн европейских инфраструктурных единиц. Общий газовый поток по проектам СП-1 и СП-2 составит примерно 110 млрд м^3. При этом потребители российского газа в Европе получат возможность экономить на энергоресурсах не менее 7,9 млрд евро в год с момента ввода в эксплуатацию газопровода. В целом проект выгоден ЕС, ведь посредством развития газотранспортной инфраструктуры между ключевыми центрами ЕС и РФ будет проходить планомерное наращивание темпов двустороннего сотрудничества в деле обеспечения энергетической безопасности [11].

Таким образом, сильными сторонами реализации проекта СП-2 являются вполне выигрышные краткосрочные и долгосрочные перспективы для развития не только газовой отрасли России и Европы, но и вообще энергетического потенциала этих крупнейших и значимых регионов мира.

Согласно ключевым принципам энергетической безопасности Европы, каналы поставок наиболее важных топливно-энергетических ресурсов должны быть подвергнуты процедуре обязательной диверсификации. Это означает, что на сегодняшний день российские компании имеют страны-конкуренты, также предоставляющие сырье для нужд Евросоюза. К наиболее значимым партнерам – поставщикам газа для Европы – относятся:

1. ***Норвегия***. На сегодняшний день крупнейшая компания, занятая в нефтегазовом секторе государства, – *Statoil* – обладает самой инновационной материально-технической базой, необходимой для проведения разведывательных и добывающих работ на шельфе. В 2014 г. Норвегия произвела около 108,8 млрд м^3 газа, большая часть этого объема экспортируется в страны ЕС, причем объем экспортируемого СПГ не превышает 5 млрд м^3.

2. ***Североафриканский регион***. В 2014 г. в Европу из Африки было поставлено около 70 млрд м^3 газа, часть которого была транспортирована в форме СПГ [12].

3. ***Страны Ближневосточного региона.*** Поставки газа из этого богатого углеводородными ресурсами региона ежегодно не превышают 50 млрд м^3.

Несмотря на существующую диверсификацию энергопотоков, главным экспортером газа в Европу остается РФ, которая использует компанию Газпром все больше и больше как инструмент, необходимый для построения не только экономических, но и геополитических отношений. По состоянию на 2015 г. Россия поставила на пространство Евросоюза более чем 146,6 млрд м^3 природного газа, при этом были использованы пропускные возможности таких крупных газопроводов, как «Ямал – Европа», по которому было поставлено 32,9 млрд м^3 газа, по СП-1 – 36,5 млрд м^3. Через газопровод «Уренгой – Помары – Ужгород» в 2015 г. было поставлено 64 млрд м^3 газа. Весьма интересный факт связан и с тем, что стратегии российской газовой компании Газпром по диверсификации маршрутов транспортировки данного вида углеводородного сырья совпадают с ключевыми принципами энергетической безопасности Европы, согласно которым энергетические потоки, идущие в страны ЕС, должны проходить по разным маршрутам, чтобы организовать бесперебойную поставку энергоносителей на европейский сырьевой рынок. При растущем спросе на природный газ и успешной реализации проекта СП-2 Европа получит еще дополнительно 110 млрд м^3, что составит 75 % российского газового экспорта в Европу при сохранении текущих объемов поставок. В перспективе СП-2 обеспечит Россию абсолютным лидерством в плане поставок газа в Европу.

Преимущества российской стороны в реализации проекта

Несмотря на общие выгоды двух стран в реализации газового проекта СП-2, большую часть преимуществ и выгод получит компания Газпром как главный игрок данного масштабного проекта. Во многом именно благодаря СП-2 компания усилит свое присутствие в стратегически важном для России регионе – Европе. Как было отмечено, реализация проекта по территориям исключительно стран Еврозоны позволит минимизировать различные виды рисков, в том числе и трансакционные, связанные с Украиной, которая, имея доступ к газопроводным ответвлениям, могла бы использовать их в политических целях. Кроме того, финансовые выгоды, которые получит РФ от реализации газового проекта в Европе, окажут стимулирующий эффект для разработки новых газоконденсатных месторождений в известных нефтегазоносных провинциях России.

Для РФ как государства и ключевого игрока мирового энергетического пространства проект СП-2 несет еще и широкий спектр политических выгод, таких как расширение присутствия крупнейших государственных нефтегазовых корпораций на территории европейских стран, усиление сотрудничества с ЕС с перспективой выстраивания союзнических отношений и отмены санкционного режима в отношении России. Безусловной выгодой станет развитие газовой индустрии в общем и газотранспортной

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

промышленности в частности, ведь для поддержания стабильно высокого спроса на российские углеводороды необходима технически развитая и весьма мобильная инфраструктура, которая должна проходить планомерную модернизацию не только на территории трубопроводных систем и газовых хабов за рубежом, но и соответствовать последним инновационным разработкам на территории РФ. Также СП-2 играет значительную роль в сдерживании военных сил стран ЕС и НАТО, дислоцирующихся преимущественно на границах РФ, что делает данный газовый проект фактически гарантом не только энергетической, но также и военно-политической безопасности и стабильности региона [13].

Проблемы реализации проекта «Северный поток – 2»

Несмотря на безусловную стратегическую важность запуска газопровода СП-2, реализация проекта сталкивается с весьма сложными препятствиями, которые по большей мере обусловлены политическими мотивами противников дополнительного маршрута поставок российского газа в Европу. Также в противовес обозначенным преимуществам ставятся технические особенности реализации поставок газа, несмотря на уже имеющиеся совместные технологии и многолетнее сотрудничество Газпрома с ведущим европейскими энергетическими компаниями.

Однако ключевые препятствия запуска проекта СП-2 связаны с политической ситуацией, сложившейся по линии *США – противники проекта в Евросоюзе – Россия*. Политическое руководство США [14], жестко критикуя проект Газпрома, с одной стороны, опиралось на тезисы единства европейского пространства и солидарность в решении вопросов энергетической безопасности [15], с другой – угрожала крупным пакетом санкций европейским государствам и компаниям, которые будут так или иначе сотрудничать с Россией в деле реализации СП-2. Такой политический субъективизм США напрямую говорит о попытке политизации совместного российско-европейского проекта. Еще в 2017 г. Конгресс США принял ряд законодательных актов, которые по своему содержанию касались дополнительных санкционных мер в отношении стран, сотрудничающих с российскими нефтегазовыми компаниями в реализации совместных энергетических проектов (закон CAATSA). По большому счету этот закон очень гармонично вписывается в общий план США по блокировке именно проектов газовых потоков, ведь на сегодняшний день газопроводные системы СП-1 и СП-2 являются наиболее крупными по объемам поставок (около 110 млрд м^3 / год), а значит, и наиболее стратегически важными энергетическими проектами России в Европе. В дальнейшем США продолжали генерировать новые законодательные акты против СП-2. К примеру, 31 июля 2019 г. Комитет по международным делам Сената США принял законопроект «О Европейской энергетической безопасности», предусматривающий дополнительные санкции в отношении СП-2. Еще одним аргументом безусловной геополитической важности газопроводного проекта является активное участие в попытках его срыва не только сенаторов американского Конгресса, но и первых лиц США – президента Д. Трампа и госсекретаря М. Помпео.

Со стороны стран европейского региона, заинтересованных не столько в провале СП-2, сколько в изменении его маршрута, наиболее активно проявила себя украинская сторона. Украина искала любые возможности заслужить право на вступление в ЕС и НАТО в максимально короткие сроки. Вероятнее всего, Украина делала большие политические ставки на прохождение СП-2 через свою территорию, что сделало бы это государство ценным участником европейского энергетического и экономического пространства. Транзит газа стал бы еще одним весомым аргументом в пользу принятия Украины в ЕС, но проектирование трубопроводной системы потока было организовано в обход Украины, что объяснялось в основном доводами экономической целесообразности большинства сторонников газового проекта [16]. В конечном счете США и страны, через которые не планировался проход газа по системе, создали некий негласный альянс, целью которого стал срыв реализации СП-2. Ключевые аргументы противников проекта сводились к тому, что, во-первых, проект станет катализатором дестабилизации политической обстановки в странах Европы, во-вторых, создаст угрозу энергобезопасности стран Восточной Европы, т. к. транзитные потоки будут миновать эти страны. Наконец, новый газопровод окажет сильное влияние на схемы транзита газа, особенно на украинском направлении. Очевидно, что подобная негативная риторика в отношении СП-2 была предана огласке и перешла в плоскость публичного пространства. Позиция восточноевропейских стран была публично поддержана главой Евросовета Д. Туском и госсекретарем США М. Помпео, который назвал влияние проекта на страны Восточной Европы «вредным» и в очередной раз обвинил Россию в использовании энергоресурсов в качестве дипломатического оружия.

Позиция государств Восточной и Центральной Европы, а также США понятна. В случае успешного строительства и запуска нового газопровода часть транзитного российского газа уйдет из Украины и Польши. Энергетическая безопасность Германии повысится, в то время как страны Восточной Европы будут вынуждены искать иные пути закупок российского газа, например через немецкие компании, что может повысить стоимость. Немаловажным является тот факт, что проекту оказывает публичную поддержку правительство Германии. США, страны Восточной Европы и Украина обвиняют федеральное правительство в несоблюдении духа санкций, который предусматривает отказ от совместных проектов с Россией и российскими государственными компаниями, такими как Газпром.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

В условиях нестабильных цен на углеводороды большие капитальные вложения в прокладку газопровода представляются довольно рискованными для всех компаний, подписавших акционерное соглашение.

Для Газпрома, подписавшего в 2012 г. соглашение с Китаем о начале работ по газопроводу «Сила Сибири», дополнительные инвестиции в СП-2 в условиях низких цен на энергоносители становятся менее выгодными. В то же время для таких компаний, как *Wintershall*, *Shell*, OM*V*, представляется рискованным осуществлять совместные проекты с российской государственной компанией в условиях санкций [17].

Более того, волатильность мировых энергетических рынков также является угрозой СП-2, т. к. в случае резкого отскока мировых цен на нефть и газ конъюнктура европейского рынка сильно изменится. Контрактные обязательства перед российской стороной о закупке определенных объемов газа могут привести к убыткам европейских энергетических компаний.

Как признают сами европейские аналитики, прогнозирующие перспективы энергетического потенциала Европы, достойной альтернативы российским углеводородам в ближайшее время найдено не будет. Даже несмотря на угрозы о третьем энергетическом пакете санкций и несоответствии деятельности Газпрома в европейском регионе, строительство по приему танкеров, поставляющих СПГ из США, требует строительства специальных пунктов приема и всесторонней модернизации соответствующей инфраструктуры [18, с. 190–210]. Увеличение поставок топливно-энергетических ресурсов из стран Персидского залива также вряд ли реализуемо по политическим причинам, поскольку на данный момент большинство арабских монархий находится под военным покровительством сил США, что автоматически сведет на нет дополнительные энергетические контакты Европы и арабского мира. Переход европейской промышленности на иные виды топливных ресурсов сделает европейскую индустрию менее конкурентной на мировом рынке.

Политические особенности продвижения интересов проекта «Северный поток – 2» в условиях энергетического соперничества

Политический истеблишмент ряда стран Европы и США еще до наступления кризисных событий на Украине [16] в 2014 г. выступал с резко негативной критикой в адрес создания дополнительных энергетических проектов, которые бы ставили европейский регион в зависимое от России положение. Среди стран, традиционно выступающих против продвижения российских интересов во внешнеполитическом пространстве – государства Восточной Европы, которые исторически имеют более тесные политические связи с Вашингтоном, чем с Брюсселем и Берлином.

Сегодня заявления об использовании Россией своих топливно-энергетических ресурсов в качестве давления на западный мир с целью уменьшения санкционного влияния в свой адрес также актуальны среди политической элиты США и некоторых стран Европы, которые объединились в коалицию против реализации СП-2. Именно поэтому для успешного и относительно беспрепятственного запуска проекта по транспортировке газа российская сторона вынуждена прибегать к альтернативным механизмам влияния и продвижения своих интересов. Так, главный действующий игрок данного проекта – российская компания Газпром – стала особым и очень важным звеном в продвижении экономических и политических выгод для России. Для продвижения проекта СП-2 российская компания не ставила перед собой задачу кардинального изменения курса государств-противников строительства дополнительного ответвления трубопроводной системы, однако избрала более подходящую тактику лоббизма через ряд организаций и ключевых фигур, непосредственно влияющих на принятие решений в государственных органах стран Европы, Европарламенте и Конгрессе США.

Для продвижения проекта СП-2 [19] в Европе компания Газпром воспользовалась помощью организации *New European Pipeline AG*, которая отвечает за ключевые операции по транспортировке газа по трубопроводной системе. В европейском регионе *New European Pipeline AG* является чуть ли не единственной организацией, способной продвигать российские интересы в сфере энергетики, поскольку польские антимонопольные службы заблокировали вход в капитал проекта СП-2 ряду крупных европейских компаний, таких как *Shell*, *Engie*, *OMV*, *E.ON* и *Wintershall*. На первоначальных этапах предполагалось, что эти корпорации будут задействованы в лоббизме беспрепятственного запуска проекта. В результате запрета европейских антимонопольных служб компания Газпром стала единственным держателем акций проекта, что автоматически вывело европейские компании лишь в ранг инвесторов.

Продвижение интересов российской энергетики посредством лоббизма Газпрома хоть и происходит через европейскую структуру *New European Pipeline AG*, оно фактически сводится к сублоббизму, который данная компания в свою очередь осуществляет уже в США. Прецедент является уникальным, ведь Газпром ранее не был задействован в организации лоббистских структур в ключевых государственных органах США. Наиболее сложная задача структур, аффилированных с Газпромом, состоит в создании благоприятного политического и экономического климата для реализации стратегического проекта СП-2 в условиях постоянно возрастающего американского санкционного давления. Согласно закона CAATSA, подписаного президентом Трампом, глава США в коалиции со странами-союзниками имеет право блокировать работу компаний, чья деятельность связана с российскими энергетическими проектами. Данный закон предусматривает введение санкций против компаний,

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

инвестирующих в развитие трубопроводных систем, добычи углеводородного сырья, а также за оказание сервисных услуг и продажу технологий, необходимых российским нефтегазовым компаниям.

В ответ на это Газпром был вынужден пойти на создание весьма разветвленной системы продвижения интересов проекта СП-2, которая была нацелена на различные уровни принятия решений американским руководством [19]. Фирма *Capitol Counsel* получила от компании Газпром 150 тыс. долларов, *Hawksbill Group* – 80 тыс. и *Roberti Global* – 650 тыс., что следует из раскрытий *Nord Stream* 2 в базе данных о лоббистской деятельности сената США. Контракт *Nord Stream* 2 с *Roberti Global* оказался вторым самым дорогим в третьем квартале после договора производителя чипов *Qualcomm* с *Covington* & *Burling*, подсчитало издание *Politico*. Компания *Roberti Global* продвигает интересы СП-2 в сенате и палате представителей США, а также наняла субподрядчика, фирму *SMW Partners*, для лоббирования от имени *Nord Stream* 2 в администрации президента США (*Executive Office of the President*).

Газпром через организацию *Nord Stream 2* располагает обширной базой лоббистов и в Евросоюзе. Как отмечается, бюджет компании на продвижение интересов в Европе составляет около 500 тыс. евро. В Европе механизмы лоббирования интересов российской энергетики следуют по вектору, отличному от США[1]. Если в Америке продвижение интересов в Конгрессе и Администрации президента проходило через компании и специальные, связанные с государством фонды, то в Европе лоббизм возможен через членов Европарламента от наиболее политически весомых европейских государств, а также через глав этих государств. К примеру, в 2018 г. были совершены попытки упрекнуть Австрию, а именно ее канцлера С. Курца в лоббизме СП-2 для удовлетворения интересов России и крупного энергетического концерна *OMV*, который на сегодняшний день является инвестором проекта. Еще большую заинтересованность в российском газовом проекте проявляет Германия, которая также искусно встраивает свои политические и энергетические интересы в проект СП-2. Канцлер Германии А. Меркель – наиболее заинтересованный игрок успешной реализации проекта [20]. Строительство дополнительных мощностей газопроводной системы из России позволит обеспечить рабочие места большому количеству граждан Германии [21], а также сможет создать крупнейший газовый хаб в Европе, который вполне сможет конкурировать с австрийским хабом в Баумгартене. Выгоды, которые получит немецкая сторона, представляются весьма внушительными, ведь несмотря на планомерное отрицание политической составляющей проекта, немецкая сторона осознает, что успешная реализация проекта по увеличению транзита газа позволит Германии не только распределять газовые потоки и торговать топливом, но и влиять на всю европейскую энергетику.

Заключение

Проект, нацеленный на значительное увеличение поставок российского газа в Европу посредством трубопроводной системы СП-2 , имеет неоспоримые преимущества для всех сторон, заинтересованных в его реализации, что говорит о непосредственной экономической и политической эффективности реализуемого энергетического проекта. Более того, возможные вмешательства в ход установки и запуска нового ответвления газового потока со стороны государств-сторонников обеспечения энергетической безопасности Европы без российских топливных ресурсов не представляют серьезных угроз. К тому же США, которые вообще планировали сорвать реализацию СП-2, смогли лишь отсрочить временные рамки начала непосредственных поставок газа из России в ЕС путем организации параллельных поставок СПГ через Атлантику.

В целом реализация проекта СП-2 связана со значительными экономическими и политическими рисками, которых не удалось полностью избежать, однако Газпром посредством всестороннего продвижения интересов прокладывания газовой магистрали через различные государственные и негосударственные структуры в регионах, традиционно относящихся к совместным российско-европейским проектам негативно, смог минимизировать все возможные явные и изначально прогнозируемые риски блокирования строительства трубопровода. Весьма оправданной стратегией Газпрома стала организация лоббирования проекта не только в странах ЕС, но и в США, которые своим давлением на Европу, особенно на Германию и Австрию, периодически создавали весьма опасные моменты [22] для сторонников прокладывания газовой сети СП-2. Подобное вмешательство извне, как очень часто замечали первые лица Евросоюза, неприемлемо для всего Европейского альянса [23]. Получив бесперебойную систему газоснабжения, Германия, которая и так является «негласным» лидером ЕС, получит в 2020 г. переходящее президентство ЕС, что наделит Берлин полномочиями в определении общеевропейской повестки. Это как раз и предоставит Германии ряд перспективных возможностей для проведения ответных действий в отношении США за наложенные Америкой санкции на немецкие компании, участвующие в реализации СП-2.

[1] Ломская Т., Базанова Е., Топорков А. Российские госкомпании тратят миллионы евро на лоббирование своих интересов в ЕС // Ведомости. 05.07.2017. Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2017/07/06/711296-goskompanii-tratyat-na-lobbirovanie (дата обращения: 08.12.2019).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

С политической точки зрения СП-2 является очень важным и действенным инструментом, который приносит РФ реальные выгоды:

- смягчение санкционного режима в отношении России и сохранение повестки частичной отмены санкций в отношении РФ в ЕС;
- блокирование расширения влияния американских нефтегазовых компаний в европейском регионе;
- укрепление российско-немецких отношений как фундамента планомерного российско-европейского сотрудничества;
- сокращение военного контингента и баз НАТО у границ России;
- продвижение интересов России в Европе;
- существенное тактическое поражение планов США по противодействию РФ в европейском регионе;
- следование стратегии энергетического развития РФ до 2030 г.

Успешное завершение прокладывания трубопроводной системы СП-2 является задачей не только газовой компании Газпром, но и политического руководства российского государства. Возможные противодействия стабильной работе газового проекта могут быть оказаны через определенное время со стороны традиционных противников российских проектов в сфере энергетики. Одним из ключевых вопросов успешных поставок российского газа по маршруту потока является также непосредственное обеспечение безопасности и бесперебойной работы системы на всей ее протяженности, чего весьма проблематично достигнуть без помощи иностранных государств-партнеров, получающих российский газ посредством маршрута СП-2.

Литература

1. Pirani S., Yafimava K. Russian gas transit across Ukraine post-2019: pipeline scenarios, gas flow consequences, and regulatory constraints. Oxford, 2016. 75 p. DOI: 10.26889/9781784670542
2. Гуляев М. М. Развитие энергетического сотрудничества России и ЕС: результаты первых двух десятилетий диалога // Economics. 2017. № 9. С. 38–42.
3. Мургаш Р. Я. Реверс газа на Украину: суть проблемы и ее влияние на международные отношения в сфере энергетики // Вестник МГИМО-Университета. 2017. № 4. С. 272–288. DOI: 10.24833/2071-8160-2017-4-55-272-288
4. Белов В. Б. Проект «Северный поток – 2» – шансы и риски реализации // Научно-аналитический Вестник ИЕ РАН. 2018. № 3. С. 74–80. DOI: 10.15211/vestnikieran320187480
5. Уразгалиев В. Ш., Титков М. В. Газовая составляющая энергетической безопасности России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2018. Т. 34. № 2. С. 176–216. DOI: 10.21638/11701/spbu05.2018.201
6. Волошин В. И. Энергетическая политика США и сотрудничество Россия-ЕС в нефтегазовом обеспечении // Российский внешнеэкономический вестник. 2018. № 9. С. 58–75.
7. Жизнин С. З., Тимохов В. М. Влияние энергетики на устойчивое развитие // Мировая экономика и международные отношения. 2017. Т. 61. № 11. С. 34–42. DOI: 10.20542/0131-2227-2017-61-11-34-42
8. Skalamera M. Energy security in the wake of the Ukraine crisis: getting the real threats right // Global Policy Essay. 2015. Режим доступа: https://www.globalpolicyjournal.com/articles/climate-change-energy-and-sustainability/energy-security-wake-ukraine-crisis-getting-real-t (дата обращения: 10.12.2019).
9. Гудков И. В. «Северный поток – 2»: к вопросу об оценке «политической целесообразности» проекта // Вся Европа. 2017. № 3. Режим доступа: http://alleuropalux.org/?p=14379 (дата обращения: 08.12.2019).
10. Grigas A. The new geopolitics of natural gas. Harvard University Press, 2017. 416 p.
11. Ергин Д. В поисках энергии: ресурсные войны, новые технологии и будущее энергетики / пер. И. Евстигнеевой, О. Мацак. М.: Альпина Паблишер, 2017. 718 с.
12. Земури М., Харун Т., Сафа А. Подходы России и Алжира к поставкам сжиженного природного газа на европейские рынки // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2013. № S5. С. 223–233.
13. Гиниятов Ф. М. Расширение НАТО на восток и позиция России // Вестник экономики, права и социологии. 2012. № 1. С. 176–178.
14. Митрова Т., Собко А., Сергеева З. Трансформирующийся глобальный рынок СПГ: как России не упустить окно возможностей? М.: Энергетический центр Московской школы управления СКОЛКОВО, 2018. 59 с.
15. Жизнин С. З., Тимохов В. М. Технологические аспекты энергетической дипломатии России // Вестник МГИМО-Университета. 2016. № 3. С. 43–53.
16. Конопляник А. А., Орлова Е. С., Ларионова М. С. Эволюция системы ценообразования на мировом энергетическом рынке: экономические последствия для России. М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017, 428 с.
17. Асмакова А. Т. Новый уровень российско-китайского энергетического сотрудничества (на примере «Силы Сибири») // Актуальные проблемы современных международных отношений. 2015. № 6. С. 149–153.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

18. Иванов Н. А. Сланцевая Америка: энергетическая политика США и освоение нетрадиционных нефтегазовых ресурсов. М.: Магистр, 2014. 302 с.
19. Селезнев П. С., Шапошников А. И. Лоббизм в нефтегазовом комплексе современной России // Власть. 2017. Т. 25. № 5. С.122–129.
20. Симония Н. А. Энергетическое измерение мировой политики // Современная политическая наука: методология / под ред. О. В. Гаман-Голутвиной, А. И. Никитина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2019. С. 614–628.
21. Мотяшов В. П. Газ и геополитика: шанс России. М.: URSS, 2017. 352 с.
22. Koziel S., Hobohm J., Falkenberg H., Mellahn S. Current status and perspectives of the European gas balance: analysis of EU 28 and Switzerland. Berlin, 2017. 94 p.
23. Гамзалов С. Д. Российско-германские отношения: специфика и перспективы развития // Власть. 2010. № 6. С. 156–159.

original article

The Political Dimension of the Nord Stream – 2 Project

Andrey V. Manoilo [a]; Ilya E. Katkov [a, @]
[a] Lomonosov Moscow State University, Russia, Moscow
[@] il.kat.2803@mail.ru

Received 14.01.2020. Accepted 03.03.2020.

Abstract: The research featured the political role of the Nord Stream 2 project in Russian foreign policy and in building constructive relations with Russia's partners in the European Union. The paper describes the strategy, tactics, forms, and methods involved in the cross-border pipeline project implemented by Russia and its foreign partners. The focus is on the political relations between the Russian Ministry of Foreign Affairs, Russian state-owned corporations, foreign governments, and foreign multinational corporations, i.e. the negotiations within the international consortium. The research objective was to identify the role of cross-border pipeline projects in Russian foreign policy in Europe. The methodological basis included system and comparative-political approaches, as well as the methods of analysis, synthesis, induction, and deduction. The methods of political comparativistics revealed how the competing parties were able to affect the negotiations and implementation of Nord Stream 2. The method of system analysis made it possible to examine the interactions between the state structures and the oil and gas companies. The authors identified the conflict directions between the supporters and the opponents of the project, as well as between the Russian Federation and the United States of America. The paper describes the political tools that promote the interests of the project in conditions of acute rivalry in the energy area. The Russian Federation and Gazprom managed to bring the project to its final stage. However, the success would have been impossible without the help of their European partners.

Keywords: Russian Federation, European Union, Gazprom, gas, liquid hydrocarbons, politics

For citation: Manoilo A. V., Katkov I. E. The Political Dimension of the Nord Stream – 2 Project. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 16–24. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

References

1. Pirani S., Yafimava K. *Russian gas transit across Ukraine past-2019: pipeline scenarios, gas flow consequences and regulatory restrictions*. Oxford, 2016, 75. DOI: 10.26889/9781784670542
2. Gulyaev M. M. Development of energy cooperation of Russia and the EU: results of the first two decades of dialogue. *Economics*, 2017, (9): 38–42. (In Russ.)
3. Belov V. B. The Nord Stream-2 project – chances and risks of implementation. *Nauchno-analiticheskiy vestnik IE RAN,* 2018, (3): 74–80. (In Russ.) DOI: 10.15211/vestnikieran320187480
4. Murgas R. Ia. Reverse gas to Ukraine: the essence of the problem and its impact on international relations in the energy sector. *Vestnik MGIMO-Universiteta*, 2017, (4): 272–288. (In Russ.) DOI: 10.24833/2071-8160-2017-4-55-272-288
5. Urazgaliev V. Sh., Titkov M. V. A gas component of energy security of Russia. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika*, 2018, 34(2): 176–216. (In Russ.) DOI: 10.21638/11701/spbu05.2018.201

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-16-24

6. Voloshin V. I. US energy policy and Russia-EU cooperation in oil and gas supply. *Rossijskij vneshneekonomicheskij vestnik*, 2018, (9): 58–75. (In Russ.)
7. Zhiznin S. Z., Timokhov V. M. Energy impact on sustainable development. *Mirovaia ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniia,* 2017, 61(11): 34–42. DOI: 10.20542/0131-2227-2017-61-11-34-42
8. Skalamera M. Energy security in the wake of the Ukraine crisis: getting the real threats right. *Global Policy Essay*, 2015. Available at: https://www.globalpolicyjournal.com/articles/climate-change-energy-and-sustainability/energy-security-wake-ukraine-crisis-getting-real-t (accessed 10.12.2019).
9. Gudkov I. V. Nord Stream – 2: revisiting the "political expediency" of the project. *Vsia evropa*, 2017, (3). Available at: http://alleuropalux.org/?p=14379 (accessed 08.12.2019).
10. Grigas A. *The new geopolitics of natural gas*. Harvard University Press, 2017, 416.
11. Yergin D. *The quest*, ed. Evstigneeva I., Matsak O. Moscow: Alpina pablisher, 2017, 718. (In Russ.)
12. Zemuri M., Haroun T., Safa A. The approaches of Russia and Algeria to deliveries of the liquefied natural gas to European markets. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Ekonomika*, 2013, (S5): 223–232. (In Russ.)
13. Giniyatov F. M. Expansion of NATO in the East and the position of Russia. *Vestnik ekonomiki prava i sotsiologii*, 2012, (1): 176–178. (In Russ.)
14. Mitrova T., Sobko A., Sergeeva Z. *Transforming the global LNG market: the window of opportunities is closing for Russia.* Moscow: Energeticheskii tsentr Moskovskoi shkoly upravleniia SKOLKOVO, 2018, 59. (In Russ.)
15. Zhiznin S. Z., Timokhov V. M. Technological aspects of Russian energy diplomacy. *Vestnik MGIMO-Universiteta*, 2016, (3): 43–53. (In Russ.)
16. Konoplianik A. A., Orlova E. S., Larionova M. S. *Evolution of the pricing system in the world energy market: economic consequences for Russia*. Moscow: Ekonomicheskii fakultet MGU imeni M. V. Lomonosova, 2017, 428. (In Russ.)
17. Asmakova A. T. New level of Russian-Chinese cooperation in energy (the case of "Power of Siberia"). *Aktualnye problemy sovremennykh mezhdunarodnykh otnoshenii*, 2015, (6): 149–153. (In Russ.)
18. Ivanov N. A. *The Shale America: US energy policy and development of unconventional oil and gas resources*. Moscow: Magistr, 2014, 302. (In Russ.)
19. Seleznev P. S., Shaposhnikov A. I. Lobbying in the oil and gas sector of modern Russia. *Vlast*, 2017, 25(5): 122–129. (In Russ.)
20. Simoniia N. A. Energy dimension of world politics. *Modern political science: methodology.* 2nd ed., eds. Gaman-Golutvina O. V., Nikitin A. I.; 2nd ed. Moscow: Aspekt Press, 2019, 614–628. (In Russ.)
21. Motyashov V. P. *Gaz and geopolitics: the chance for Russia.* Moscow: URSS, 2017, 352. (In Russ.)
22. Koziel S., Hobohm J., Falkenberg H., Mellahn S. *Current status and perspectives of the European gas balance: analysis of EU 28 and Switzerland*. Berlin, 2017, 94.
23. Gamzalov S. D. Russian-German relations: specifics and prospects for development. *Vlast*, 2010, (6): 156–159. (In Russ.)

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-25-32

оригинальная статья
УДК 323.2

Современные тенденции институционализации гражданского общества в Кемеровской области – Кузбассе (на материалах регионального исследования)

Елена В. Матвеева [a, @]; Александр А. Митин [a]
[a] Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
[@] mev.matveeva@yandex.ru

Поступила в редакцию 30.01.2020. Принята к печати 06.03.2020.

Аннотация: В статье уделено внимание вопросу институционализации гражданского общества в России на современном этапе. Цель – рассмотрение отдельных аспектов взаимодействия государства и гражданского общества в России и в отдельном ее субъекте, Кемеровской области – Кузбассе. В методологии исследования нашли применение метод социологического опроса населения и экспертные оценки представителей некоммерческого сектора, которые позволили оценить динамику развития институтов гражданского общества в России и Кемеровской области. Наряду с этим применялись системный и институциональный подходы при рассмотрении динамики изменений определения понятия *гражданское общество*, а также для выявления результатов работы органов власти и общественных институтов через призму общественных настроений населения. Выявлено, что, несмотря на значительное количество определений понятия *гражданское общество*, отсутствует единство в понимании данного института среди органов власти, общественных организаций и населения. В результате проведенного исследования были выделены особенности развития гражданского общества и проблемы, затормаживающие процесс развития гражданских инициатив в региональной политике. В числе оцениваемых критериев – уровень общественно-политической активности населения, доверие населения и представителей некоммерческих организаций к институтам гражданского общества и органам власти, информационная доступность в СМИ, отношение населения к вопросам самоуправления. В результате исследования было отмечено, что основное место в развитии региональных институтов гражданского общества занимает общественная активность, которая напрямую связана с потенциалом гражданской активности среди населения и особенно среди молодежи.

Ключевые слова: государство, власть, некоммерческая организация, экспертное сообщество, региональные процессы, региональная политика, общественное мнение, общественно-политическая активность

Для цитирования: Матвеева Е. В., Митин А. А. Современные тенденции институционализации гражданского общества в Кемеровской области – Кузбассе (на материалах регионального исследования) // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 25–32. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-25-32

Введение

В российском политическом дискурсе с новой силой актуализируются вопросы, отражающие общественное сознание и настроения в отношении происходящих в РФ демократических изменений, выходящих на плоскость оценки сформированности гражданского общества и его институтов [1]. При этом за время, прошедшее с начала процесса демократизации в нашей стране, так и не удалось поставить точку в вопросе определения уровня институционализации гражданского общества. Вплоть до настоящего времени ни представители публичной власти, ни общество не пришли к единству в определении понятия *гражданское общество* и его качественных составляющих, т. н. критериев отнесения общественно-политических структур к институтам гражданского общества [2; 3]. В частности, С. С. Меркулов отмечает, что «для научного сообщества остается открытым вопрос о структуре, параметрах и эффективности институтов гражданского общества в его теоретическом и практическом измерениях» [4, с. 23]. В результате этого следует утверждать о развитии двух противоречивых процессов в российской политике и общественной жизни на фоне увеличения функциональной значимости Общественной палаты РФ и особенно ее региональных структур – Общественных палат субъектов РФ, – а также государственной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций (НКО) [5, с. 191]. Со стороны населения наблюдается непонимание сущности институтов гражданского общества, необходимости их дальнейшего развития, что находит свое выражение прежде всего в нежелании принимать непосредственное участие в общественной деятельности.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-25-32

По мнению президента РФ В. В. Путина, «демократическое государство должно стать эффективным инструментом самоорганизации гражданского общества»[1]. Однако большинство российских ученых (М. К. Горшков, Ю. И. Исакова, Т. И. Заславская, А. Хлопин и др.) отмечают формирование «попечительского типа власти», что означает зависимость гражданского общества от государственных структур, особенно от региональных и местных властей [6, с. 52]. В то же самое время, как справедливо отмечает М. К. Горшков, «в последние десятилетия заметно активизировалась гражданская деятельность в стране, что проявилось в стремлении властей создать формальные структуры, необходимые для ее осуществления: созыв Гражданского форума (2001 г.); создание Общественной палаты (2005 г.); учреждение Совета по содействию развитию институтов гражданского общества и правам человека (2004 г.); созыв Экологического форума (2005 г.)» [7, с. 251].

Несмотря на данную противоречивость, по мнению авторов статьи, под гражданским обществом следует рассматривать традиционные общественно-политические институты в лице политических партий и общественных объединений и относительно новые субъекты политики – экспертное сообщество и региональные НКО (преимущественно социально-ориентированной направленности). В рамках статьи ставилась цель рассмотреть степень доверия населения и представителей НКО к институтам гражданского общества и органам власти, а также оценить возможные перспективы развития гражданского общества как в целом в России, так и в отдельном субъекте – Кемеровской области – Кузбассе.

Методы и материалы. В исследовании получили применение методы социологического опроса и экспертных оценок, позволившие оценить общественные настроения населения в отношении деятельности общественно-политических организаций, в частности НКО и институтов публичной власти в Кемеровской области. Наряду с этим были использованы системный подход (Д. Истон, Т. Парсонс) и институциональный подход, представленный в работах Д. Брюса, В. Вильсона, Г. Картера, Т. Коула, Д. Марча, Д. Норта, И. Ольсена. Эти подходы позволили оценить современное состояние деятельности институтов гражданского общества со стороны экспертного сообщества и населения.

Результаты

Основным способом получения обратной связи между властью и гражданским обществом сегодня выступает оценка населением работы руководителей органов муниципальных образований на региональном уровне, которая проводится в рамках реализации Постановления Правительства РФ[2]. Деятельность руководителей муниципальных образований оценивается по трем критериям удовлетворенности населения: организация транспортного обслуживания, качество автомобильных дорог и жилищно-коммунальные услуги [8]. Все большее развитие получает практика проведения на сайтах администраций интернет-опросов.

Однако ограничиваться оценкой общественных настроений исключительно данными официальных структур не представляется правильным. Серьезной проблемой выступает отсутствие комплексного подхода к сбору, анализу и информированию органов власти и населения о работе муниципалитетов. Информация носит разрозненный характер, т. к. представлена на разных информационных ресурсах: сайтах региональных администраций и администраций муниципалитетов, в СМИ, социальных сетях. В этой связи объективным источником информации выступают созданные в последние годы экспертно-аналитические структуры, в том числе занимающиеся составлением рейтингов муниципальных образований. В качестве примера можно привести Межрегиональный фонд «Сибирская политика», осуществляющий свою деятельность в Сибирском федеральном округе. Эксперты фонда оценивают работу органов местного самоуправления исходя из открытых данных о деятельности руководителей муниципальных образований, размещенных на сайтах администраций районов, а также из материалов районных и областных средств массовой информации и пабликов в социальных сетях [9]. Кроме того, заметный вклад в изучение экспертно-аналитических организаций в вопросах внутренней и внешней политики внесли российские ученые, в числе которых Н. И. Бубнова [10], Д. В. Ефременко [11], Ж. А. Кеворкова [12], О. Ю. Малинова [13; 14] и др. В настоящее время появляются отдельные публикации, направленные на изучение современных процессов в развитии гражданского общества и его институтов в рамках проводимых региональных социологических опросов среди населения (чаще всего молодежи и студенчества) [15; 16], либо делающих попытку охватить всю общероссийскую специфику (например, исследования Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора на базе Лаборатории исследования некоммерческого сектора НИУ ВШЭ)[3].

Наряду с этим следует выделить несколько наиболее востребованных в научных исследованиях проблем, затрагивающих различные аспекты развития гражданского общества в региональном масштабе:

[1] Жить по-человечески // Российская газета. 09.02.2008. Режим доступа: https://rg.ru/2008/02/09/putin.html (дата обращения: 29.01.2020).

[2] О мерах по реализации Указа Президента РФ от 28.04.2008 № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов». Постановление Правительства РФ от 17.12.2012 № 1317 (в ред. от 26.12.2014). Режим доступа: https://base.garant.ru/70286210/ (дата обращения: 29.01.2020).

[3] Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ВШЭ. Проект «Мониторинг состояния гражданского общества». Режим доступа: https://www.hse.ru/monitoring/mcs/ (дата обращения: 29.01.2020).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-25-32

1) исследования современных молодежных движений и волонтерства. В последние несколько лет деятельность волонтерских организаций рассматривается как ключевая составляющая молодежного движения в современной России. В числе работ по данной тематике следует отметить исследования, рассматривающие феномен волонтерства как явление современности [17; 18] и изучающие отдельные его грани, например нравственные основания волонтерских организаций [19], волонтерство как средство по формированию активности граждан [20] и социализации молодежи [21];

2) публикации, направленные на выявление современного состояния и роли региональных общественных палат и общественных советов при органах власти и силовых структурах в обеспечении функции общественного контроля (работы Е. И. Белоусова, Л. А. Беспалой, Н. Н. Бойко, Т. Н. Михеевой, Е. А. Огневой и др.) [22–24];

3) публикации, изучающие с позиции права, политики, экономики и социологии формы работы и уровень институционализации общественных и некоммерческих организаций. В этом направлении все больше появляется исследований, посвященных анализу социально ориентированных НКО, получающих в последние годы развитие в России в силу пристального внимания и поддержки со стороны государства [25; 26].

Анализ научной литературы показывает векторы развития институтов гражданского общества и одновременно демонстрирует важность дальнейшего анализа специфики и происходящих изменений в региональном пространстве. В этом отношении авторами исследования в 2019 г. были проведены социологический опрос населения, представителей НКО и экспертные интервью с представителями власти и научного сообщества. Выборка социологического опроса составила 800 человек и охватила основные группы населения (работники государственных предприятий, работники негосударственных предприятий, студенты, пенсионеры, неработающие граждане). В интервью приняли участие 20 экспертов – сотрудников органов исполнительной и законодательной власти Кемеровской области – Кузбасса, а также представители научного сообщества. Полученные результаты отражают современные тенденции развития гражданского общества в регионе и в целом демонстрируют вектор развития гражданских инициатив в РФ.

Одним из важнейших показателей уровня развития гражданского общества выступает оценка респондентами общественно-политической активности населения России и Кемеровской области. Лишь 8 % и 10 % населения оценивают общественно-политическую активность в Кемеровской области как высокую и скорее высокую (по России – 6 % и 5 % соответственно). Далее оценки распределились следующим образом: 25 % – скорее низкая (в России – 25 %); 32 % – низкая (в России – 38 %); 25 % (в России – 26 %) затруднились ответить. В ответах представителей НКО также преобладают отрицательные оценки: 6 % считают высокой активность населения в Кемеровской области и в России, скорее высокой – 20 % (в России – 28 %), скорее низкой – 50 % в Кемеровской области и России, низкой – 24 % (в России – 10 %), затруднись ответить по ситуации в России – 6 %.

Мнения экспертов во многом совпадают с оценками населения. Эксперты утверждают о слабо выраженной общественно-политической активности населения в России и Кемеровской области, хотя с каждый годом становятся более популярными такие формы молодежных объединений, как добровольчество и волонтерство. Необходимо разграничивать общественную и политическую активность. Общественная активность чаще всего выражается, например, в принятии участия в акции «Бессмертный полк», в массовых спортивных мероприятиях (бег, лыжи, коньки на валенках и т. п.). Политическая активность в России и регионах проявляется исключительно в периоды избирательных кампаний при реальном отсутствии оппозиции, как считают эксперты.

Темпы развития гражданского общества определяются по такому критерию, как уровень доверия населения к институтам гражданского общества. Безусловно, формирование доверия – это очень длительный процесс, и порой ожидать результатов в краткосрочной перспективе не приходится. Не случайно последние два десятилетия пока не принесли молниеносных результатов в деле строительства гражданского общества в России, хотя нельзя недооценивать роль действующих НКО, Общественной палаты РФ и региональных палат в деле утверждения принципов гласности, демократии, развития прав и свобод граждан и т. д.

Данный вопрос рассматривался через призму изучения доверия населения и представителей НКО к институтам гражданского общества и органам власти. Полученные результаты свидетельствуют, что население в большей степени возлагает свои надежды в решении социально-экономических проблем на работу органов власти. Представители же НКО считают, что вопросы «нечестных выборов», низкого уровня политической культуры, соблюдения гражданских прав, коррупции являются результатом деятельности не только органов власти (хотя их значение ни в коем случае не ставится под сомнение), но во многом и НКО. Наиболее популярные ответы респондентов среди населения относительно острых проблем, требующих решения со стороны государственных структур – проблема коррупции (81 %), уровень материального благополучия граждан (80 %), высокий уровень преступности (72 %), соблюдение гражданских прав и свобод (65 %), «нечестные выборы» (65 %). Роль общественных структур крайне незначительна и находится в диапазоне 11,5–20 %.

Ответы представителей НКО в отношении деятельности государственных структур распределились следующим образом: уровень материального благополучия

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-25-32

граждан (84 %), высокий уровень преступности (68 %), экологические проблемы (60 %), проблемы алкоголизма и наркомании (56 %), проблемы соблюдения гражданских прав и свобод (48 %). В плане деятельности общественных структур представители НКО отмечают проблемы коррупции и «нечестные выборы» (по 56 %), низкий уровень политической культуры общества (52 %), проблемы соблюдения гражданских прав и свобод (48 %), проблемы алкоголизма и наркомании (40 %).

По мнению населения, построению гражданского общества и развитию неправительственных организаций способствуют следующие институты – президент РФ (47 %), НКО (42 %) и губернатор Кузбасса (41 %). Мнение представителей НКО выглядит более разноаспектным. Практически все политические и общественные институты (исключение составляют профсоюзы, судебная система и силовые структуры) оказывают воздействие на данный процесс: президент РФ (84 %), Общественная палата РФ и Общественная палата Кемеровской области (72 %), Государственная Дума, губернатор Кузбасса, НКО (56 %), российские центральные и региональные СМИ (52 %) и т. д.[4]

Полученные ответы во многом являются результатом преобладающего мнения среди населения, что основная роль в формировании гражданского общества по-прежнему принадлежит не только общественным институтам (НКО), но и государству через систему органов законодательной и исполнительной власти.

Аналогичные вопросы, связанные с выявлением институтов, способствующих построению гражданского общества и развитию НКО, были заданы экспертам. По мнению экспертного сообщества, построению гражданского общества способствуют Общественные палаты, общественные советы, НКО. Одними из самых важных являются Общественная палата РФ и Совет по развитию гражданского общества при Президенте РФ. Подобные организации стали хорошей площадкой для обсуждения наиболее острых вопросов, связанных с общественными процессами.

Отдельное внимание в рамках социологического опроса было уделено изучению общественных настроений в отношении деятельности самих НКО. С одной стороны, интенсивность их развития определяется запросами общества, спецификой социально-демографических и экономических особенностей развития региона. С другой, оказывают влияние федеральные и региональные формы поддержки социально ориентированных НКО.

Полученные данные относительно востребованности неправительственных организаций в Кемеровской области показывают, что наиболее распространены среди населения молодежные (38 %), ветеранские (34 %), правозащитные (32 %), студенческие (30 %) и экологические (30 %) организации. Отметим, что ответы респондентов затрагивают наиболее острые проблемы, имеющие отношение к молодежи, пенсионерам и другим социальным группам Кузбасса, которые, как правило, требуют к себе перманентного внимания.

Эксперты сошлись во мнении, что наиболее востребованными организациями в Кемеровской области являются экологические и правозащитные организации, что определяется особенностями промышленного производства и политического режима региона. Наиболее проблемной является тема экологии. Отсюда вопросы, связанные с экологией, выходят на первый план. При этом экологические организации носят локальный характер и имеют слабую организационную структуру. Сами организации имеют стихийный характер, появляются и исчезают вместе с проблемой. Руководители экологических организаций порою пытаются следовать только своим собственным интересам, не прислушиваясь к обществу, что тоже не делает их основной движущей силой в развитии гражданского общества.

Одним из важнейших аспектов деятельности НКО и, как следствие этой деятельности, доверия со стороны населения и власти выступают количественные и качественные показатели информационной доступности об их работе в различных СМИ. В рамках исследования были получены данные, согласно которым информационная доступность о работе НКО в оценках населения и представителей НКО по Кемеровской области совпадают. На первых трех позициях расположились следующие источники информации: Интернет (56 % в ответах населения и 72 % в ответах представителей НКО), социальные сети (46 % и 56 % соответственно), информация от коллег по работе, родственников (34 % и 36 %).

Согласно оценкам населения и представителей НКО относительно информационной доступности, количество информационных ресурсов в российских СМИ несколько представительнее. Первые две позиции занимают Интернет (56 % в ответах населения и 72 % в ответах представителей НКО) и социальные сети (40 % и 56 % соответственно). По мнению населения, третью позицию занимает информация от коллег по работе, родственников (31 %), с небольшим отрывом от следующего источника информации – передач центрального телевидения (30 %). По мнению представителей НКО на третьей позиции – передачи центрального телевидения (36 %).

Среди сфер деятельности, где НКО могут приносить максимальную пользу, респондентами были отмечены борьба с асоциальными явлениями (55 %), благотворительность (42 %), социальная поддержка и оказание социальных услуг (41 %). Более заметна разница в полученных результатах среди самих НКО. Со значительным отрывом лидируют две позиции – социальная поддержка и оказание социальных услуг (88 %) и благотворительность (72 %). Далее идут патриотическое и духовно-нравственное воспитание (60 %), физкультура и спорт, организация здорового образа жизни (58 %).

[4] Аналитический обзор «О тенденциях развития некоммерческого сектора в кемеровской области». Кемерово, 2018. 45 с.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-25-32

Развитие гражданского общества в целом и института НКО в частности необходимо связывать с развитием принципов самоуправления среди населения, а также с готовностью самого населения вносить свой вклад в различные формы гражданского участия. Данный вопрос рассматривался путем анализа отношения респондентов к идее самоуправления и личной готовности к содействию.

При оценке вопроса о более активном привлечении населения к процессам самоуправления в решении проблем местного значения было выявлено, что более половины респондентов положительно относятся к данному процессу: очень положительно – 25 %, скорее положительно – 37 %, идея скорее отрицательная – 12 %, крайне отрицательная – 8 %, затруднились ответить 18 % опрошенных. Результаты демонстрируют имеющийся потенциал населения в вопросах гражданского участия на муниципальном уровне, однако ограничиваться только этим явно недостаточно. Необходимо более активно привлекать к совместной работе заинтересованные стороны: органы региональной и муниципальной власти, НКО, экспертов и общественников.

Заключение

Изучение общественных настроений в Кемеровской области показало, что не всегда органы власти и НКО вызывают высокий уровень поддержки среди населения. Так, с вопросами коррупции, соблюдением прав и свобод, повышением уровня материального благополучия в силу имеющихся финансовых, человеческих, информационных и других ресурсов лучше справляются органы власти, а некоммерческий сектор более эффективен при оказании поддержки и социальных услуг населению, благотворительной деятельности, борьбе с асоциальными явлениями.

На фоне слабо выраженной политической активности как в РФ, так и в регионах все большее развитие, особенно в молодежной среде, получают различные формы общественной активности – добровольчество, волонтерство, участие в работе молодежных организаций. Данная тенденция усиливается благодаря достаточно высокому потенциалу гражданской активности населения, готового не только быть пассивным участником происходящих в Кузбассе изменений, но и принимать в них участие. В то же время весьма заметную роль в развитии гражданского общества как в стране, так и в Кемеровской области играют такие институты, как президент РФ, губернатор Кемеровской области – Кузбасса, Общественная палата РФ и Общественная палата Кемеровской области. Именно на площадке Общественной палаты Кемеровской области и отдельных общественных организаций (например, Ресурсного центра поддержки общественных инициатив) проходят совместные форумы, конференции, общественные слушания и другие формы работы, позволяющие обмениваться разными подходами к решению региональных вопросов представителям органов власти и общественникам. Следует полагать, что появление в Кемеровской области новых экспертных площадок, в частности Общественного экологического совета при Губернаторе Кемеровской области – Кузбасса (председатель совета Н. Ю. Вашлаева), поставит на более высокий уровень взаимодействие общественников и органов власти и придаст новый импульс развитию гражданского общества в регионе.

Литература

1. Бакланов И. С., Бакланова О. А., Бичахчян М. К. Политические процессы в современном мире: новые вызовы. Новосибирск: Центр развития научного сотрудничества, 2016. 158 с.
2. Кислицын С. А., Ревягина Н. Г., Кумов Г. К. Формы и методы взаимодействия власти, бизнеса и гражданского общества в современных условиях // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2016. № 4. С. 64–68.
3. Мотрошилова Н. В. О современном понятии гражданского общества // Вопросы философии. 2009. № 6. С. 12–32.
4. Меркулов С. С. Взаимодействие субъектов гражданского общества с органами государственной власти Российской Федерации: проблемные аспекты // Вестник государственного и муниципального управления. 2015. № 4. С. 22–27. DOI: 10.12737/17870
5. Матвеева Е. В., Митин А. А., Алагоз А. В. Институт общественного контроля в региональном политическом пространстве: современное состояние и перспективы развития // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2018. № 43. С. 191–202. DOI: 10.17223/1998863X/43/18
6. Исакова Ю. И. Формирование гражданского контроля в контексте взаимодействия общества и власти в России // Гуманитарий Юга России. 2015. № 4. С. 51–57.
7. Горшков М. К. Российское общество как оно есть (опыт социологической диагностики). М.: Новый хронограф, 2011. 671 с.
8. Фельдман М. А. Повышение эффективности взаимодействия органов исполнительной власти и институтов гражданского общества в регионе: институциональные аспекты // Социум и власть. 2016. № 4. С. 37–42.
9. Матвеева Е. В., Украинцев И. С., Украинцева Д. А. Механизмы осуществления общественного контроля органов местного самоуправления // XXII Международные научные чтения (Б. Ф. Галеркина): сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 01 марта 2018 г.) М., 2018. С. 87–91.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-25-32

10. Бубнова Н. И. «Мозговые центры» как актор современной политики // Сравнительная политика. 2017. Т. 8. № 3. С. 8–19. DOI: 10.18611/2221-3279-2017-8-3-8-19
11. Ефременко Д. В. Российская внешняя политика и экспертно-аналитические организации // Россия и современный мир. 2014. № 1. С. 37–54.
12. Кеворкова Ж. А. Организационные аспекты экспертно-аналитической деятельности в организациях государственного сектора // Бухгалтерский учет и налогообложение в бюджетных организациях. 2018. № 10. С. 54–59.
13. Малинова О. Ю. Экспертно-аналитические организации и формирование общественной повестки дня: анализ идеологических практик в современной России // Политическая наука. 2013. № 4. С. 192–210.
14. Малинова О. Ю. Экспертно-аналитические организации и идеологическая конкуренция в современной России // Роль экспертно-аналитических сообществ в формировании общественной повестки дня в современной России / отв. ред. Малинова О. Ю. М.: ИНИОН РАН, 2017. С. 50–70.
15. Денисова Г. С., Лубский А. В., Войтенко В. П. Гражданское образование как форма конструирования гражданственности в российском обществе // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2017. № 5. С. 77–88.
16. Савченко Ю. Ю., Голева О. Г., Корчагина И. А. Исследование электоральной активности среди молодежи и методы ее повышения (на примере Алтайского края) // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2018. Т. 9. № 2. Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_35310984_12129647.pdf (дата обращения: 29.01.2020).
17. Горлова Н. И. Современные тенденции развития института волонтерства в России // Вестник Костромского государственного университета. 2017. Т. 23. № 3. С. 77–80.
18. Абакумова М. М., Абакумов Р. Г. Волонтерское движение в контексте развития социума // Образование и проблемы развития общества. 2018. № 1. С. 73–78.
19. Борисова Т. П., Николаева Т. В. Социально-психологические аспекты нравственных оснований волонтерского движения в современном российском обществе // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 25–27 апреля 2016 г.) М., 2016. С. 91–96.
20. Быстрова Н. В., Цыплакова С. А., Чумакова Л. А. Волонтерское движение как фактор развития социальной активности молодежи // Карельский научный журнал. 2018. Т. 7. № 1. С. 73–76.
21. Вигель Н. Л., Крамская С. В. Волонтерство как эффективный механизм социализации молодежи // Научные исследования в области педагогики и психологии: сб. науч. тр. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. (Саратов, 25 апреля 2017 г.) Саратов, 2017. С. 40–44.
22. Кузнецова Е. В. Общественный контроль в России: долгосрочная перспектива, реальность или иллюзия? // Вестник Науки и Творчества. 2016. № 1. С. 76–84.
23. Бойко Н. Н. Место и роль общественных палат в системе общественного контроля на примере Республики Башкортостан // Право и государство: история и современность, перспективы развития: сб. мат-лов I Всерос. науч.-практ. конф. (Стерлитамак, 28 сентября 2017). Стерлитамак, 2017. С. 89–92.
24. Беспалая Л. А. Проблема институционализации общественных советов при федеральных органах исполнительной власти РФ как механизм общественного контроля // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2015. № 5. С. 180–189. DOI: 10.12731/2218-7405-2015-5-15
25. Халын В. Г. Социально-ориентированные некоммерческие организации: опыт развития и перспективы // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2013. № 2. С. 35–41.
26. Бычкова А. В. Поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций: вопросы теории и практики // Современные проблемы взаимодействия российского государства и общества / отв. ред. В. Л. Чепляев. Саратов: Поволжский институт управления им. П. А. Столыпина, 2016. С. 122–124.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-25-32

original article

Modern Trends in the Institutionalization of Civil Society in Kemerovo Region (Kuzbass): a Regional Study

Elena V. Matveeva [a, @]; Alexander A. Mitin [a]
[a] Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
[@] mev.matveeva@yandex.ru

Received 30.01.2020. Accepted 06.03.2020.

Abstract: The article deals with the institutionalization of civil society in Russia at the current stage. The aim of the study was to consider certain aspects of the interaction of the state and civil society in Russia in general and in Kemerovo Region (Kuzbass) in particular. The authors employed the method of sociological survey of the population and the expert assessment of non-profit sector representatives, which made it possible to assess the dynamics of the development of civil society institutions in Russia and in Kemerovo region. The authors used systemic and institutional approaches to identify the changes in the understanding of civil society, as well as to evaluate the work of authorities and public institutions through the prism of public attitude. All the numerous definitions of civil society appeared to provide no common understanding in government bodies and society. The paper focuses on some features of the development of civil society and challenges that inhibit the process of development of civil initiatives in regional politics. The assessed criteria included the level of social and political activity of the population, the trust of the population and non-profit organizations in the civil society institutions and authorities, the information accessibility in the media, and the attitude of the population to the issues of self-government. Social activity, which depends on the level of civic engagement, proved crucial for the development of regional civil institutions. This is especially important in the aspect of young citizen activism.

Keywords: state, government, non-profit organization, expert community, regional processes, regional policies, public opinion, socio-political activity

For citation: Matveeva E. V., Mitin A. A. Modern Trends in the Institutionalization of Civil Society in Kemerovo Region (Kuzbass): a Regional Study. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 25–32. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-25-32

References

1. Baklanov I. S., Baklanova O. A., Bichakhchian M. K. *Political processes in the modern world: new challenges.* Novosibirsk: Tsentr razvitiia nauchnogo sotrudnichestva, 2016, 158. (In Russ.)
2. Kislitsyn S. A., Reviagina N. G., Kumov G. K. Forms and methods of interaction between government, business, and civil society in modern conditions. *Nauka i obrazovanie: khoziaistvo i ekonomika; predprinimatelstvo; pravo i upravlenie*, 2016, (4): 64–68. (In Russ.)
3. Motroshilova N. V. About modern concept of the civil society. *Voprosy filosofii,* 2009, (6): 12–32. (In Russ.)
4. Merkulov S. S. The interaction of civil society with the state bodies of the Russian Federation: problem aspects. *Vestnik gosudarstvennogo i municipal'nogo upravleniya,* 2015, (4): 22–27. (In Russ.) DOI: 10.12737/17870
5. Matveeva E. V., Mitin A. A., Alagoz A. V. Institution of public control in the regional political landscape: current state and prospects for development. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya*, 2018, (43): 191–202. (In Russ.) DOI: 10.17223/1998863X/43/18
6. Isakova Y. I. The formation of civil control in the context of interaction between the society and the authorities in Russia. *Gumanitariy Yuga Rossii,* 2015, (4): 51–57. (In Russ.)
7. Gorshkov M. K. *Russian society as it is.* Moscow: Novyi khronograf, 2011, 671. (In Russ.)
8. Feldman M. A. Improvement of the effectiveness of interrelations between executive branch authorities and institutions of civil society in a region: institutional aspects. *Socium i vlast',* 2016, (4): 37–42. (In Russ.)
9. Matveeva E. V., Ukraintsev I. S., Ukraintseva D. A. Mechanisms for the implementation of public control of local governments. *XXII International scientific readings (B. F. Galerkin)*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Moscow, March 01, 2018. Moscow, 2018, 87–91. (In Russ.)
10. Bubnova N. I. Think tanks as an actor of contemporary politics. *Comparative Politics Russia*, 2017, 8(3): 8–19. (In Russ.) DOI: 10.18611/2221-3279-2017-8-3-8-19
11. Yefremenko D. V. Russian foreign policy and expert analysis institutions. *Rossija i sovremennyj mir,* 2014, (1): 37–54. (In Russ.)

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-25-32

12. Kevorkova J. A. Organizational aspects of expert-analytical activity in public sector organizations. *Bukhgalterskii uchet i nalogooblozhenie v biudzhetnykh organizatsiiakh*, 2018, (10): 54–59. (In Russ.)
13. Malinova O. Yu. Think tanks and making of the public agenda: the analysis of ideological practices in contemporary Russia. *Political science (RU)*, 2013, (4): 192–210. (In Russ.)
14. Malinova O. Yu. Expert analytical organizations and ideological competition in modern Russia. *The role of expert analytical communities in shaping the public agenda in modern Russia*, ed. Malinova O. Yu. Moscow: INION RAN, 2017, 50–70. (In Russ.)
15. Denisova G. S., Lubsky A. V., Voytenko V. P. Civic education as a form of constructing citizenship in Russian society. *SEARCH: Politics. Social studies. Art. Sociology. Culture,* 2017, (5): 77–88. (In Russ.)
16. Savchenko Yu. Yu., Goleva O. G., Korchagina I. A. Research of electoral activity among young people and methods of its increase (by the example of Altai Krai). *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 2018, 9(2). Available at: https://elibrary.ru/download/elibrary_35310984_12129647.pdf (accessed 29.01.2020). (In Russ.)
17. Gorlova N. I. Modern trends of the institute of volunteerism in Russia. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta,* 2017, 23(3): 77–80. (In Russ.)
18. Abakumova M. M., Abakumov R. G. Theoretical and methodological aspects of risk management of enterprises of the construction complex. *Obrazovanie i problemy razvitiia obshchestva*, 2018, (1): 73–78. (In Russ.)
19. Borisova T. P., Nikolaeva T. V. Socio-psychological aspects of the moral foundations of the volunteer movement in the modern Russian society. *Humanitarian foundations of social progress: Russia and the Present*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Moscow, April 25–27, 2016. Moscow, 2016, 91–96. (In Russ.)
20. Bystrova N. V., Tsyplakova S. A., Chumakova L. A. Volunteer movement as the factor of development of social activity of youth. *Karelskii nauchnyi zhurnal,* 2018, 7(1): 73–76. (In Russ.)
21. Wiegel N. L., Kramskaya S. V. Volunteering as an effective mechanism for the socialization of youth. *Scientific research in the field of pedagogy and psychology:* Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Saratov, April 25, 2017. Saratov, 2017, 40–44. (In Russ.)
22. Kuznetsova E. V. Public control in Russia: long-term perspective, reality, or illusion? *Vestnik Nauki i Tvorchestva,* 2016, (1): 76–84. (In Russ.)
23. Boyko N. N. The place and role of public chambers in the system of public control on the example of the Republic of Bashkortostan. *Law and state: history and modernity, development prospects*: Proc. I All-Russian Sci.-Prac. Conf., Sterlitamak, September 28, 2017. Sterlitamak, 2017. 89–92. (In Russ.)
24. Bespalaya L. A. The main problems in the process of establishment of public councils at the federal executive bodies of the Russian Federation as a mechanism of public control. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem*, 2015, (5): 180–189. (In Russ.) DOI: 10.12731/2218-7405-2015-5-15
25. Khalyn V. G. Socially orientated non-commercial organizations: experience of development and prospects. *Gosudarstvennoe i munitsipalnoe upravlenie. Uchenye zapiski SKAGS*, 2013, (2): 35–41. (In Russ.)
26. Bychkova A. V. Support for socially oriented non-profit organizations: theory and practice. *Modern problems of interaction between the Russian state and society*, ed. Chepliaev V. L. Saratov: Povolzhskii institut upravleniia im. P. A. Stolypina, 2016, 122–124. (In Russ.)

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

оригинальная статья
УДК 325.1

Регулирование внешних миграционных процессов молодежи в странах Центральной Азии (Казахстан, Кыргызстан, Узбекистан, Таджикистан)

Жасулан С. Толеуов [a, @]
[a] Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева, Казахстан, г. Нур-Султан
[@] toleuov0@gmail.com

Поступила в редакцию 07.02.2020. Принята к печати 27.02.2020.

Аннотация: Анализируется регулирование молодежной миграции в странах Центральной Азии, поскольку молодежь составляет значительную долю всех мигрантов в современном мире. Выявлено, какими органами власти регулируется миграция молодежи в странах Центральной Азии. Рассматриваются способы регулирования, причины и следствия молодежной миграции. Актуальность статьи заключается в том, что в настоящее время внешняя миграция стала значительной проблемой как для принимающих, так и для посылающих стран. В связи с этим имеется необходимость изучения и разработки новых эффективных методов регулирования внешних миграционных процессов. Цель – оценить регулирование миграции среди молодежи в странах Центральной Азии, выявить мотивы и драйверы, определяющие молодежную миграцию из данных стран, в том числе невозвратную. На данный момент миграция в странах Центральной Азии достаточно хорошо изучена. В работе использовались количественные и теоретические методы исследования. Проведен сравнительно-сопоставительный анализ нормативно-правовых документов в сфере миграции и молодежной политики, способов и органов регулирования миграционных процессов в странах Центральной Азии. Описываются темпы роста миграции, ее позитивные и негативные последствия. В основу построения выводов были взяты правовые (формально-логический) и социологические (статистические данные и мнения экспертов) методы. Задача – выявить отрицательное и положительное влияние молодежной миграции на социально-демографическое, экономическое и политическое развитие стран Центральной Азии, а также на человеческий капитал в данных странах. Статья призвана внести вклад в эффективное выявление недостатков и потребностей в процессе разработки и совершенствования нормативно-правовой и концептуально-доктриальной базы, регулирующей миграционную и молодежную политику стран региона.

Ключевые слова: миграция, миграция в Центральной Азии, молодежная миграция, молодежная политика, обучение за рубежом, трудящиеся-мигранты

Для цитирования: Толеуов Ж. С. Регулирование внешних миграционных процессов молодежи в странах Центральной Азии (Казахстан, Кыргызстан, Узбекистан, Таджикистан) // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. С. 33–43. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-33-43

Введение

Динамика миграции молодых людей, ее объемы, а также мотивы, драйверы и факторы, влияющие на граждан стран Центральной Азии, зависят во многом от эффективности молодежной политики, проводимой в странах региона: есть ли она вообще и связана ли с механизмами регулирования миграции и институтами, осуществляющими ее. В современном мире фокусными странами изучения миграционных процессов являются принимающие страны, но понятно, что и на посылающие страны миграционные процессы оказывают свое воздействие. Несмотря на это, глубинный системный анализ воздействия на такие страны остается ограниченным. Нами предполагается изучение способов регулирования молодежной миграции в странах Центральной Азии, сравнение их эффективности. Были созданы законопроекты названных стран в области миграции и молодежной политики, ежегодные отчеты о миграции населения, новостные и информационные интернет-ресурсы.

В странах Центральной Азии регулирование миграционных процессов ведется преимущественно на национальном уровне. Исключением являются редкие двусторонние соглашения с принимающими странами, как правило, с Россией. В Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане наблюдается преобладание миграции молодых мужчин. Одновременно в Кыргызстане фиксируется тренд на феминизацию процесса.

В исследуемых странах применяются два подхода к определению понятия *молодежь*. В Казахстане и Кыргызстане на законодательном уровне под молодежью понимаются лица в возрасте от 14 до 28 лет включительно. Аналогичное понимание фиксируется и в статистической отчетности этих стран. Так, ежегодник «Молодежь Казахстана» охватывает лица в возрасте 14–28 лет [1].

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

В Таджикистане и Узбекистане в законах возраст молодежи определен от 14 до 30 лет включительно. Эти же рамки зафиксированы в социологическом исследовании «Молодежь Узбекистана: стремления, потребности и риски», проведенном общенациональным движением Юксалиш совместно с ЮНИСЕФ [2]. Вместе с тем статистическая отчетность в Узбекистане оперирует несколько иными категориями. При оценке занятости молодежи Государственный комитет по статистике Республики Узбекистан часто указывает возрастную группу 16–24 года, а в исследованиях Министерства занятости и трудовых отношений используются категории «молодежь до 30 лет», «молодежь в возрасте 15–25 лет» и «молодежь в возрасте 16–25 лет» [3].

В отдельных социально-экономических сферах стран Центральной Азии понятие *молодежь* имеет расширенное толкование. Например, в области науки в Казахстане, в соответствии со ст. 15 Закона «О науке», к молодым ученым могут быть отнесены лица в возрасте до 35 лет включительно[1]. В Кыргызстане законодательно понятие *молодой ученый* не фиксируется, однако косвенно, на основании других нормативных актов, к молодым ученым относятся лица до 35 лет. Предельный возраст для творческой молодежи также составляет 35 лет. Возраст т. н. политической молодежи в Кыргызстане ограничен 35 годами. В Таджикистане в Законе «О молодежи и государственной молодежной политике» указывается, что «с учетом характера творческой деятельности» предельный возраст молодого человека (30 лет) увеличивается на 5 лет[2]. Использование различных возрастных критериев серьезно затрудняет понимание и анализ ситуации, связанной с трудовой и образовательной миграцией молодежи. Сложности связаны и с тем, что в официальных документах термины *образовательные мигранты* и *молодые профессионалы-мигранты* не используются [4].

В начале 1990-х гг. на постсоветском пространстве доминировала вынужденная миграция, связанная с распадом Советского Союза и суверенизацией новых государств, в том числе на основе концепции титульной нации, что приводило к мощному давлению на представителей нетитульных этносов, прежде всего с точки зрения формирования для них социетальных (идентификационных) вызовов и рисков. Одним из основных итогов миграционных процессов 1990-х гг. стала масштабная потеря посылающими странами человеческого капитала, что нашло отражение в экономике и социальной сфере: резко снизилось число высококвалифицированных кадров, способных развивать инновационные и технологичные отрасли экономики [5]. К началу 2000-х гг. значение социетальных факторов существенно снизилось и на передний план вышли факторы экономические. Страны в рамках Евразийской миграционной системы приобретают привлекательность уже не столько благодаря наличию культурно-исторических особенностей, сколько за счет уровня экономического развития или уровня заработной платы. Соответственно, с 1990–2000-х гг. доминирующим вектором международной миграции в Евразийской миграционной системе становится трудовая миграция. При этом логика структурирования экономической миграции в значительной степени определяется результатами вынужденной миграции 1990-х гг.[3]

Казахстан

За 25 лет суверенитета международная миграция в Республике Казахстан прошла этап бурного и стихийного развития и в последние годы вступила в период относительно регулируемых передвижений. На протяжении этого периода существенно менялись направления миграции, формировались новые виды, разрабатывалась и реформировалась миграционная политика, законодательство, институты управления. Причинно-следственные связи в миграциях сложны и коррелируют с рыночными и политическими преобразованиями внутри страны и включением в региональную и глобальную экономические системы [6].

В Казахстане объемы внешней миграции молодежи (как иммиграции, так и эмиграции) в первой половине 2010-х гг. имели тенденцию к стабильному снижению. Начиная с 2014 г. при сокращении объемов иммиграции поток эмиграции начал расти, что привело к тому, что впервые за все предыдущие годы было зафиксировано отрицательное сальдо внешней миграции молодежи, которое не только удерживается, но и увеличивается до настоящего времени[4]. Наибольшей группой, покидающей Казахстан, является молодежь. Почти половина выехавших в 2015 г. – люди до 30 лет. Также активно уезжают граждане 30–40 лет [7]. Молодежь более мобильна. Часто школьники и абитуриенты ориентированы на получение высшего образования в России и нацелены остаться там работать после этого. Особенно сильна такая тенденция в северных регионах Казахстана. Уровень миграции напрямую зависит от уровня благосостояния экономики. В период активного экономического роста сальдо внешней миграции оставалось положительным. Но как только проявил себя кризис, сальдо миграции переместилось

[1] О науке. Закон Республики Казахстан от 18.02.2011 № 407-IV (с изм. и доп. на 28.10.2019). Режим доступа: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=30938581&show_di=1#pos=240;78 (дата обращения: 12.01.2020).

[2] О молодежи и государственной молодежной политике. Закон Республики Таджикистан от 15.07.2004 № 52. Режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=8261 (дата обращения: 12.01.2020).

[3] Движение рабочей силы и использование календарного фонда времени наемными работниками в Республике Казахстан: 2018 год. Астана: Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, 2019. 142 с.

[4] Демографический ежегодник Казахстана, 2016. Астана: Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, 2017. 357 с.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

в отрицательную зону. Продолжительный текущий кризис мультипликативно влияет на миграционные настроения. Чем дольше будут проявляться кризисные явления в Казахстане, тем активнее будут уезжать из страны. По мнению экспертов, текущая тенденция является проблемой, т. к. уезжать стараются, прежде всего, конкурентоспособные специалисты. Замещают их люди с более низким уровнем квалификации, без профессионального образования (в основном из стран Средней Азии).

Согласно закону «О государственной молодежной политике»[5] и Концепции государственной молодежной политики Республики Казахстан до 2020 г. «Казахстан 2020: путь в будущее»[6] в реализацию молодежной политики вовлечены:

- Совет по молодежной политике при президенте Республики Казахстан, советы по делам молодежи при акиматах и Координационный совет по развитию молодежных организаций (консультативно-совещательные органы);
- Комитет по делам молодежи и семьи Министерства информации и коммуникаций;
- управления по вопросам молодежной политики областных акиматов городов республиканского значения.

На уровне гражданского общества и некоторых квазигосударственных структур:

- молодежное крыло «Жас Отан» при партии «Нур Отан»;
- Конгресс Молодежи Казахстана;
- общественное объединение «Альянс студентов Казахстана»;
- Ассоциация молодых депутатов Казахстана;
- научно-исследовательский центр «Молодежь» (научное обеспечение реализации государственной молодежной политики).

В соответствии с законом «О государственной молодежной политике» (ст. 20), диалог и взаимодействие между центральными государственными органами и молодежью, молодежными организациями, обсуждение вопросов реализации государственной молодежной политики обеспечивают республиканский и региональный форум молодежи[7]. С целью оказания услуг по поддержке и развитию молодежи и молодежных организаций формируются молодежные ресурсные центры, которые осуществляют информационно-методическое и консультационное сопровождение, поддержку инициатив, мониторинг и анализ ситуации в молодежной среде.

По Закону «О миграции населения»[8] государственная система управления миграционными процессами включает:

- Правительство Республики Казахстан;
- органы внутренних дел;
- Министерство иностранных дел и заграничные учреждения Республики Казахстан;
- уполномоченный орган по вопросам миграции населения;
- уполномоченный орган в области здравоохранения;
- уполномоченный орган в области образования;
- орган национальной безопасности;
- местные исполнительные органы.

Нормативно-правовую базу регулирования миграционных процессов в Казахстане составляют закон «О миграции населения», а также Концепция миграционной политики Республики Казахстан на 2017–2021 гг. В соответствии с законом «О миграции населения», граждане Казахстана, выезжающие за пределы страны, делятся на две категории: выезжающие в другое государство для временного проживания и для постоянного проживания (на ПМЖ). Согласно ст. 55 данного закона, оформление документов на выезд осуществляется гражданами Казахстана, выезжающими из страны на постоянное место жительства. В остальных случаях граждане могут выезжать из страны беспрепятственно.

Текущая политика не акцентирует вопрос эмиграции (в том числе эмиграции молодежи), хотя в дальнейшем в Концепции отмечается отсутствие механизма удержания в стране т. н. «талантов». В Концепции государственной молодежной политики Республики Казахстан до 2020 г. термин *миграция* используется один раз – в связи с указанием ценностей, на которых планируется основывать социализацию молодежи и ее вовлечение в общественно-политическую жизнь[9]. В качестве одной из таких ценностей выделяется трудолюбие, отмечается, что «большую экономическую ценность представляет высокая мобильность молодежи». Вместе с тем Концепция фиксирует ряд направлений реализации молодежной политики, работа по которым может оказывать как прямое, так и косвенное влияние на миграционный потенциал молодежи [8, с. 57]. Среди них:

- обеспечение доступного и качественного образования;
- создание условий для трудоустройства молодежи;
- развитие системы доступного жилья для молодежи.

[5] О государственной молодежной политике. Закон Республики Казахстан от 09.02.2015 № 285-V (с изм. на 06.05.2019). Режим доступа: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31661446#pos=0;0 (дата обращения: 12.01.2020).

[6] О концепции государственной молодежной политики Республики Казахстан до 2020 года «Казахстан 2020: путь в будущее». Постановление Правительства Республики Казахстан от 27.02.2013 № 191 (с изм. на 08.06.2017). Режим доступа: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31348880 (дата обращения: 12.01.2020).

[7] О государственной молодежной политике...

[8] О миграции населения. Закон Республики Казахстан от 22.07. 2011 № 477-IV (с изм. и доп. на 27.12.2019). Режим доступа: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31038298#pos=0;0 (дата обращения: 12.01.2020).

[9] О концепции государственной молодежной политики Республики Казахстан до 2020 года...

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

Данные пункты коррелируют со ст. 4 закона «О государственной молодежной политике», в которой в качестве основных направлений государственной молодежной политики выделяются:

- обеспечение доступного и качественного образования, развитие научно-технического потенциала;
- сохранение и укрепление здоровья, формирование здорового образа жизни;
- создание условий для трудоустройства и занятости;
- создание условий для развития предпринимательской деятельности среди молодежи;
- развитие системы доступного жилья для молодых семей и работающей молодежи;
- содействие развитию талантливой молодежи;
- обеспечение условий для культурного досуга и отдыха.

Кыргызстан

В Кыргызской Республике уровень миграционной мобильности является довольно высоким. Это результат социально-экономических и общественно-политических преобразований в условиях жизни молодого поколения страны.

При Советском Союзе государство гарантировало всем своим гражданам трудоустройство, социальные льготы и услуги. Однако после распада советской системы в стране произошли значительные изменения во всех сферах жизнедеятельности общества. Переход на новую экономическую систему, общественно-государственную структуру, общественное сознание, реформирование социально-правовой системы привели к появлению свободного движения населения, развитию рыночных отношений [9, с. 36].

Кыргызстан относится к тем странам, где быстрыми темпами растет количество молодых людей. По данным Министерства труда, миграции и молодежи Кыргызской Республики, на 1 апреля 2015 г. 30 % населения Кыргызстана составляли лица в возрасте 14–28 лет (1,68 млн человек). Самая весомая категория безработных – граждане в возрасте 20–29 лет. Ежегодно в трудоспособный возраст вступают более 70 тыс. молодых людей, что отражается на численности активного трудоспособного населения. В условиях, когда население Кыргызстана не в состоянии обеспечить экономически активную часть населения, работающие на местах оказывают социальную поддержку. Это приводит сокращению численности трудоспособного населения. В стране, особенно в южных регионах, остаются люди пенсионного возраста, дети, школьники и студенты, т. е. те, кто активно не занимается трудовой деятельностью. На заседании парламента 23 апреля 2014 г. премьер-министр Кыргызстана Дж. Оторбаев в отчете о результатах работы за 2014 г. отметил: «ежегодно на рынок труда в Кыргызстане выходят 100 тыс. новых граждан. Это выпускники школ, вузов. Но, к сожалению, пока мы не можем всех обеспечить трудовыми местами. Поэтому мы сегодня видим миграцию»[10]. Рост численности населения в трудоспособном возрасте превысил рост занятости в два раза. В 2013 г. количество официально безработной молодежи составило 42,5 %. Сложившаяся ситуация на рынке труда показывает избыток рабочей силы в стране в целом и в сельской местности в частности. Молодежь не имеет постоянной работы, полного доступа к образованию и не может найти работу в крупных городах, где она всегда есть. В 2014 г. 10702 человека обратились в молодежные биржи труда в г. Бишкек и области [10].

Безработица, неудовлетворенность социальными результатами приводят к поиску более благоприятных мест для проживания, заставляют искать новые средства существования. По данным социологических исследований, проведенных в 2010 г., 47 % всех трудовых внешних мигрантов составляли молодые кыргызстанцы в возрасте 14–29 лет. В последние годы количество детей в возрасте до 17 лет увеличилось на 16 % от общего числа мигрантов. По различным данным, в Великобритании трудовой деятельностью занимаются около 8 тыс. молодых людей из Кыргызстана, которые в основном работают в сфере услуг, строительства или на дому [11].

Сложившаяся на рынке труда Кыргызстана ситуация приводит к оттоку молодых людей в экономически более развитые государства. Во внешнем миграционном процессе участвует молодежь в возрасте от 14 до 28 лет. По данным статистического комитета, в 2010 г. количество выезжающих из страны было равно 25487 человек, прибывших – 1567, миграционный отток составил 23920 человек. В 2011 г. прибыло 2539 человек, выбыло – 19916, миграционный отток – 17377 человек. В 2012 г. прибыло 2420 человек, выбыло – 5127, миграционный отток – 2707 человек. В 2013 г. прибыло 1650 человек, выбыло – 4478, миграционный отток – 2828 человек [12].

В Кыргызстане, как и в Казахстане, фиксируется отрицательное сальдо миграции. С 2014 г. по 2018 г. из страны уехало 19273 человека в возрасте 15–34 лет (48 % от общего числа эмигрантов), а иммигрировали только 7546 молодых людей (54 % от общего числа иммигрантов). Сальдо составило –11727 человек. По оценкам экспертов, доля молодежи среди трудящихся мигрантов равна 47 % от общего числа [13]. Кроме того, как и в Казахстане, наблюдается тенденция к уменьшению доли молодежи в населении страны[11].

В Кыргызстане уполномоченным органом в области трудовой миграции из страны является Государственная

[10] Кыргызстан имеет влияние на экономическое и демографическое развитие // InoZpress. 15.12.2015. Режим доступа: http://inozpress.kg/news/view/id/47799 (дата обращения: 12.01.2020).

[11] Единый доклад по миграции – 2015 // Государственная служба миграции при правительстве Кыргызской Республики. Режим доступа: http://ssm.gov.kg/ полезная-информация/единый-доклад-по-миграции-2014/ (дата обращения: 20.01.2020).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

служба миграции при Правительстве Кыргызской Республики и ее заграничное представительство в России[12]. Поле ответственности службы включает 30 функций, которые подразделяются на функции отраслевой политики, функции поддержки, функции координации и мониторинга и функции предоставления услуг. Также уполномоченными органами являются:

- Правительство Кыргызской Республики;
- Министерство иностранных дел и заграничные учреждения Кыргызской Республики;
- Координационный совет по вопросам миграции при Правительстве Кыргызской Республики под председательством вице-премьер-министра по социальным вопросам.

Вопросами информирования мигрантов о возможностях трудоустройства за границей занимаются частные агентства занятости. Также они ведут поиск зарубежных работодателей и оформляют трудовые договоры между работниками и работодателями.

Законодательство Кыргызской Республики в сфере внешней трудовой миграции и молодежной политики состоит из следующих основных нормативно-правовых актов, государственных программ и концепций:

- Закон «О внешней миграции»;
- Закон «О внешней трудовой миграции»;
- Закон «Об основах государственной политики по поддержке соотечественников за рубежом»;
- Программа содействия занятости населения и регулирования внутренней и внешней трудовой миграции до 2020 г.;
- Программа Правительства Кыргызской Республики «Единство. Доверие. Созидание»;
- Программа Правительства Кыргызской Республики «Развитие молодежной политики на 2017–2020 годы».

В последний раз Концепция государственной миграционной политики была принята в 2004 г. и действовала до 2010 г. [14]. В связи с окончанием срока действия Концепции заинтересованные министерства и ведомства Кыргызстана поднимали вопрос о необходимости разработать новую миграционную политику. Некоторые эксперты даже рекомендовали создать миграционный кодекс, чтобы свести в одном документе многочисленные нормативные правовые акты в области миграции, упорядочить функциональные обязанности различных ведомств в области управления миграцией и повысить эффективность государственной миграционной политики [15]. На сегодняшний день проект Концепции миграционной политики до 2040 г. разработан, но не утвержден, его статус остается неясным[13].

Таджикистан

С давних времен народ, проживающий на территории Таджикистана, был мобильным. Основными целями миграции были торговля, отходничество горцев, переселение кочевников, образовательная миграция в Бухару (самое крупное медресе исламского мира), паломничество в Мекку и другие культовые места. Значительное влияние на миграцию оказывали войны. В настоящее время традиции таджикской трудовой миграции остаются на тех же самых территориях и почти в тех же сферах занятости [16].

В период 2009–2018 гг. объем миграции в целом сократился на 30 %, при этом доля молодых мигрантов остается стабильной, колеблясь в пределах 38–40 % от общего числа [17].

Государственное регулирование молодежной миграции в Таджикистане возложено на Министерство труда, миграции и занятости населения и Комитет по делам молодежи и спорта. Показательно, что с 2013 г. вопросы регулирования миграции в Таджикистане были переданы от силовых структур (Миграционная служба при Правительстве Республики Таджикистан) гражданским – Миграционной службе Министерства труда, миграции и занятости населения[14].

Миграционная служба Министерства труда, миграции и занятости населения как уполномоченный государственный орган, согласно ст. 7 закона Таджикистана «О миграции»[15], координирует и регулирует вопросы, связанные с миграцией граждан Таджикистана за рубеж и иностранных граждан в Таджикистан [18]. При Министерстве труда, миграции и занятости населения функционирует Агентство по обеспечению работой за рубежом, деятельность которого направлена на трудоустройство граждан Таджикистана, в том числе молодежи, за рубежом.

Государственную молодежную политику и иную деятельность, связанную с молодежью, как уполномоченный государственный орган по делам молодежи осуществляет и координирует Комитет по делам молодежи и спорта при правительстве Республики Таджикистан (ст. 9 закона «О молодежи и государственной молодежной политике»[16]). При Комитете функционирует Биржа труда молодежи, которая помогает в поиске работы молодым людям как внутри страны, так и за рубежом. Молодежная

[12] Разработка комплексной долгосрочной миграционной политики для Кыргызской Республики. Бишкек: ООН в Кыргызской Республике; Университет Центральной Азии, 2019. 6 с.

[13] Там же..

[14] О совершенствовании структуры исполнительных органов государственной власти Республики Таджикистан. Указ Президента Республики Таджикистан от 19.11.2013 № 12. Режим доступа: http://www.adlia.tj/show_doc.fwx?rgn=120572 (дата обращения: 12.01.2020).

[15] О миграции. Закон Республики Таджикистан от 11.12.1999 № 881. Режим доступа: http://www.adlia.tj/show_doc.fwx?rgn=541 (дата обращения: 12.01.2020).

[16] О молодежи и государственной молодежной политике...

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

образовательная миграция регулируется Министерством образования и науки Таджикистана через Государственное учреждение «Центр международных программ». Министерство регулирует выдачу международной стипендии Президента Республики Таджикистан «Дурахшандагон» для обучения и защиты научных диссертаций в зарубежных учебных заведениях и научных учреждениях.

Законодательство Таджикистана в сфере миграции и молодежной политики состоит из следующих нормативно-правовых актов:

1. Закон Республики Таджикистан «О миграции», в котором определено государственное регулирование миграции. В законе молодежная миграция как отдельный компонент не рассматривается.

2. Закон Республики Таджикистан «О молодежи и государственной молодежной политике». В ст. 9 определяются полномочия государственного органа по молодежной политике. Отмечено, что Комитет по делам молодежи и спорта «содействует деятельности молодежной Биржи труда по части заключения договоров с иностранными организациями, оказывает трудящимся-мигрантам юридические услуги, обеспечивает их нормативными правовыми, информационными и методическими материалами», а также совместно с другими уполномоченными государственными органами содействует «созданию дополнительных рабочих мест, в том числе профессиональной подготовке и обучению языкам для деятельности за пределами страны»[17]. В ст. 12 о полномочии местных органов по делам молодежи отмечено, что они «проводят встречи и беседы, научно-практические конференции, методические семинары и другие образовательно-просветительские мероприятия по вопросам обучения, трудовой деятельности, трудовой миграции и т. д.»[18].

3. Национальная концепция молодежной политики в Республике Таджикистан[19]. В данном документе относительно молодежной миграции отмечено следующее:

- трудовая миграция молодежи в зависимости от требований регионального рынка труда имеет тенденцию к росту, все больше молодежи трудоустраивается за рубежом;
- подчеркивается необходимость эффективного использования трудовых ресурсов страны (молодежи) внутри страны;
- в сфере занятости населения для улучшения экономического положения, повышения уровня доходов молодежи и молодых семей отмечается важность развития молодежного предпринимательства, в частности за счет средств молодежи, находящейся в трудовой миграции;
- актуальной проблемой в сфере молодежной трудовой миграции является низкий уровень квалификации, правового знания, гражданского образования, незнание иностранного языка и недостаточная осведомленность о требованиях рынка труда в странах, нуждающихся в рабочей силе. Отмечена целесообразность проведения разъяснительных мероприятий в этом направлении, в том числе относительно регулирования трудовой миграции, обучения иностранным языкам, особенно русскому, защищенности от вовлечения в экстремистские движения, как внутри страны, так и за рубежом, профилактики болезней, передающихся половым путем, наркомании, наркоторговли и правонарушений.

4. Стратегия государственной молодежной политики в Республике Таджикистан до 2020 года. В данном документе отмечено:

- в условиях глобализации и вынужденной миграции молодежь призвана выступить проводником идеологии толерантности, развития таджикской культуры и укрепления возрастных и межнациональных отношений;
- мигранты отмечены в числе молодых людей, которые испытывают проблемы с интеграцией в обществе, вовлечением в полноценную жизнь.

Существенным недостатком является то, что в данных документах проблему молодежной миграции рассматривают декларативно, без фиксации практических механизмов ее решения. Образовательная миграция не рассматривается как отдельное направление государственной молодежной политики.

Узбекистан

Уровень трудовой миграции из Узбекистана существенно выше уровня эмиграции (выезда на ПМЖ). Рост трудовой миграции обусловлен, прежде всего, социально-демографическими и экономическими особенностями страны: неравномерностью расселения населения, неодинаковым уровнем индустриального развития различных районов. Трудовая миграция населения Узбекистана отнюдь не является феноменом, присущим только последнему десятилетию: жители Узбекистана уезжали на заработки и двадцать, и тридцать лет тому назад. Причиной тому был высокий уровень рождаемости, особенно ощутимый со второй половины 1950-х гг. Государство пыталось регулировать процесс трудовой миграции, направлять его в русло, отвечающее интересам социально-экономического развития страны. Например, осуществлялось переселение жителей из регионов с большой плотностью населения и высоким уровнем трудовых ресурсов в неосвоенные регионы. Тысячи людей с семьями с конца 1940-х гг. были переселены

[17] Там же.

[18] Там же.

[19] Об утверждении Национальной концепции молодежной политики в Республике Таджикистан. Постановление Правительства Республики Таджикистан от 03.06.2006 № 228. Режим доступа: http://www.adlia.tj/show_doc.fwx?Rgn=7373 (дата обращения: 12.01.2020).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

из Ферганской долины в степные районы Сырдарьинской и Джизакской областей. В последующие годы целенаправленное перемещение трудовых ресурсов со стороны государства еще более усилилось, что выразилось как в расширении географии перемещения рабочей силы и кадров, так и в росте разнообразных видов и форм вовлечения людей в этот процесс [19].

В Узбекистане, по оценкам экспертов, доля молодежи среди мигрантов составляет от 20 % до 70 %. По некоторым данным, из 1,5 млн рабочих-мигрантов из Узбекистана в России в 2017 г. 60 % составляла молодежь в возрасте до 30 лет [20].

Работу по регулированию внешней трудовой миграции выполняет Агентство по внешней трудовой миграции при Министерстве занятости и трудовых отношений Республики Узбекистан[20]. Агентство выполняет задачи по содействию гражданам Узбекистана в реализации прав на трудовую деятельность за границей путем эффективного управления и контроля за процессами организованного набора, подготовки, проведения адаптационных мероприятий и трудоустройства за границей. Также Агентство производит анализ внешней трудовой миграции, разрабатывая на этой основе предложения по совершенствованию нормативно-правовой базы, принимает участие в создании и реализации проектов международного сотрудничества в области трудовой миграции, взаимодействует с компетентными органами иностранных государств по вопросам регулирования трудоустройства граждан Узбекистана за рубежом и обеспечения их трудовых прав.

Осуществлением молодежной политики в Узбекистане занимается некоммерческая организация «Союз молодежи Узбекистана». Целью этой организации является активное вовлечение молодежи в процесс углубления демократических, политических и экономических реформ, обеспечение защиты прав, свобод и законных интересов молодежи, повышение морального и профессионального уровня молодого поколения, а также содействие в раскрытии его интеллектуального и творческого потенциала.

По мнению ряда узбекских юристов, имевшаяся правовая база недостаточно эффективно обеспечивала решение проблем, возникавших в сфере внешней трудовой миграции [21]. В первую очередь, не в полной мере реализовывалось предусмотренное Конституцией право граждан на труд и достойный заработок. Это порождало растущую трудовую миграцию, главным образом внешнюю. Однако, принимая во внимание крайне низкие объемы организованного экспорта рабочей силы в развитые страны, стали отмечаться высокий рост недокументированной трудовой миграции населения за пределы республики и активизация нелегальной деятельности негосударственных служб по трудоустройству за рубежом. Недокументированная трудовая миграция начала создавать угрозу национальной безопасности как для Узбекистана, так и для стран, принимающих трудящихся-мигрантов, что способствовало нарушению прав узбекских трудящихся-мигрантов и сокрытию получаемых ими доходов. Решение проблемы нерегулярной трудовой миграции и ее упорядочивания наталкивалось на недостаточное количество двусторонних и многосторонних договоров с иностранными государствами о трудовой миграции [22].

До начала реформ в области упорядочивания трудовой миграции, проводимых президентом Республики Узбекистан Ш. Мирзиеевым, основными нормативно-правовыми актами в области трудовой миграции были следующие документы:

- Трудовой кодекс;
- Закон «О занятости населения»;
- Постановление Кабинета министров «О трудовой деятельности граждан Республики Узбекистан за рубежом и иностранных граждан в Республике»;
- Постановление Кабинета министров «О мерах по совершенствованию трудовой деятельности граждан Республики Узбекистан за рубежом»;
- Закон «О присоединении Республики Узбекистан к соглашению о сотрудничестве государств-участников СНГ в борьбе с незаконной миграцией»;
- Постановление Президента Узбекистана «О мерах по дальнейшему расширению сотрудничества в области трудовой миграции с Республикой Корея»;
- Соглашение между правительством Республики Узбекистан и правительством Российской Федерации о трудовой деятельности и защите прав трудящихся-мигрантов, являющихся гражданами Республики Узбекистан, в Российской Федерации и трудящихся-мигрантов, являющихся гражданами Российской Федерации, в Республике Узбекистан.

В период с 2017 г. по 2019 г. Узбекистан достиг большого прогресса по совершенствованию законодательства в области трудовой миграции и дальнейшему развитию правовых основ сотрудничества с иностранными государствами в области защиты прав трудящихся-мигрантов.

В Узбекистане нет действующей Концепции государственной миграционной политики. Проект Концепции был разработан в 2013 г., но его судьба неизвестна. В законодательстве Узбекистана в области трудовой миграции вопрос о миграции среди молодежи не выделяется. В настоящее время разработан проект «Молодежная концепция – 2030», который находится на стадии обсуждения [23].

[20] Положение об Агентстве по внешней трудовой миграции при Министерстве занятости и трудовых отношений Республики Узбекистан. Приложение № 4 к Постановлению КМ РУз от 12.09.2018 № 725. Режим доступа: https://nrm.uz/contentf?doc=556916_polojenie_ob_agentstve_po_vneshney_trudovoy_migracii_pri_ministerstve_zanyatosti_i_trudovyh_otnosheniy_respubliki_uzbekistan_(prilojenie_n_4_k_postanovleniyu_km_ruz_ot_12_09_2018_g_n_725) (дата обращения: 12.01.2020).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

Результаты

Молодежная миграция из стран Центральной Азии осуществляется преимущественно в рамках Евразийской миграционной системы. Число студентов из этих стран и рабочих мигрантов стабильно увеличивается. Во всех этих странах наблюдается увеличение отрицательного сальдо во внешней миграции среди молодежи. Значительное влияние на это оказывают внешние факторы, например миграционная политика, проводимая рядом стран, прежде всего Российской Федерацией. При анализе статистических данных о внешней миграции в странах Центральной Азии необходимо иметь в виду, что принятая в них система регулирования и контроля миграции не дает возможности точно фиксировать не только направления и цели временной миграции, но и эмиграцию, если выезжающие не оформили выезд на постоянное место жительства. Например, в Узбекистане, где каждый, выезжая из страны, должен декларировать направление и цель выезда, государственные структуры не могут проверить полученные данные.

Множество молодых людей получают образование за рубежом [24]. Точные данные по образовательной миграции из стран Центральной Азии отсутствуют. Ответственные министерства и ведомства, как правило, фиксируют объемы и направления миграции молодежи, обучающейся за рубежом за счет средств национального бюджета. Но значительная часть молодых людей обучаются за границей за счет собственных средств, либо являются обладателями международных стипендий, что не отображается в национальной статистике. Таким образом, для определения приблизительного числа граждан, обучающихся за рубежом, эффективнее будет использовать совокупные данные министерств, ведомств, а также стран, в которых объемы образовательной миграции из стран Центральной Азии являются наиболее значимыми. Основным направлением образовательной миграции из этих стран является Российская Федерация. Кроме того, наблюдается рост числа граждан, выезжающих в Россию с целью получить образование. По данным Федеральной службы государственной статистики России, число граждан из Центральной Азии, обучающихся по программам высшего образования в очной форме, на 2018–2019 учебный год составило около 75 тыс. человек.

Основным направлением миграции из стран Центральной Азии является Россия [25]. Для всех стран региона наблюдается рост числа людей, выезжающих с рабочими целями. Исключением является Кыргызстан, где число мигрантов в Россию в 2016–2018 гг. стабилизировалось на уровне 352–377 тыс. человек. В статистических данных Казахстана трудовая миграция не выделяется как отдельный вид. В стране сохраняется установка, что для казахстанцев трудовая миграция не характерна. Статистический учет трудящихся-мигрантов в Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане налажен более серьезно и системно, чем в Казахстане.

В ходе работы были отмечены наиболее значимые факторы, стимулирующие внешнюю миграцию. К ним можно отнести наличие рабочих мест и их разнообразие, более высокий заработок, наличие механизмов, упрощающих регистрацию и трудоустройство в рамках ЕАЭС [26]. Мигранты, получающие образование вне родины, отмечают более высокий уровень социально- экономического развития за рубежом и высокие стандарты жизни, высокий уровень обустроенности и быта, социальной защищенности, оплаты труда, справедливую конкуренцию и возможности для развития собственного бизнеса.

Заключение

В концептуально-доктринальных документах стран Центральной Азии точечно фиксируется вопрос внешней миграции квалифицированной и высококвалифицированной молодежи, но он не получает систематического и комплексного осмысления. Это приводит к тому, что в них декларируются меры, которые могут формировать условия, ограничивающие отток молодежи или повышающие привлекательность родных стран. Однако эти меры не превращаются в реальные механизмы, способные удержать талантливую молодежь в Центральной Азии. Внешняя молодежная миграция из стран Центральной Азии значительно влияет на общую ситуацию в этих странах. Наиболее серьезное влияние – это отток специалистов в зарубежные страны, «утечка мозгов», когда часть молодежи для реализации себя предпочитает уехать из страны. По этой причине необходимо совершенствовать систему регулирования молодежной миграции, а также создавать лучшие условия реализации возможностей для молодого поколения. Главным обоснованием необходимости принятия мер по регулированию миграции является уверенность, что грамотно регулируемая миграция может в значительной мере способствовать развитию в странах происхождения, транзита и назначения. Это означает, что миграция влияет на развитие и, наоборот, развитие влияет на миграцию. В обоих случаях существуют возможности и проблемы, зачастую взаимосвязанные.

Литература

1. Садовская Е. Ю. Международная трудовая миграция в Центральной Азии в начале XXI века. М.: Восточная книга, 2013. 570 с.
2. Ивахнюк И. В. Две миграционные системы в Европе: тенденции развития и перспективы взаимодействия // Русский архипелаг. 2003. Режим доступа: http://www.archipelag.ru/agenda/povestka/povestka-migration/strategii/dve_sistemi/ (дата обращения: 12.01.2020).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

3. Садовская Е. Ю. Казахстан в Центральноазиатской миграционной субсистеме // Постсоветские трансформации: отражение в миграциях / под ред. Ж. А. Зайончковской, Г. С. Витковской. М.: АдамантЪ, 2009. С. 279–321.
4. Черных И. А. Экономический пояс Шелкового пути и его влияние на миграционные процессы в Центральной Азии // Экономический пояс Шелкового пути в контексте региональной безопасности: сб. мат-лов круглого стола. (Алматы, 15 марта 2017 г.) Алматы, 2017. С. 117–126.
5. Льюис А. Р., Роуленд Н. Р. Движение населения в СССР и его влияние на общество, 1897–1977 гг. // Демографические процессы в СССР, 20–80 гг., отв. ред. В. З. Дробижев. М.: ИНИОН, 1991. С. 18–32.
6. Садовская Е. Ю. Международная миграция в Казахстане в период суверенитета // Казахстан Спектр. 2016. № 1. С. 7–42.
7. Кушербаев К. Е. Динамика этнической структуры населения Казахстана // Евразийское сообщество: экономика, политика, безопасность. 1996. № 4. С. 107–126.
8. Алексеенко А. Н. Этнодемографические процессы и эмиграция из суверенного Казахстана: причины и перспективы // Современные этнополитические процессы и миграционная ситуация в Центральной Азии: мат-лы конф. (Алма-Ата, 3–4 ноября 1997 г.) М.: Б. и.; Вашингтон: Carnegie Endowment for International Peace, 1998. С. 96–112.
9. Арутюнян Ю. В., Дробижева Л. М., Сусоколов А. А. Этносоциология. М.: Аспект Пресс, 1999. 270 с.
10. Laitinen A. Kyrgyzstan in the Eurasian Economic Union: challenges and opportunities. University of Tampere, 2018. 69 p.
11. Vinokurov E., Pereboyev V. Labour migration and human capital in Kyrgyzstan and Tajikistan: impact of accession to the SES // Eurasian Integration Yearbook. Almaty, 2013. P. 68–89.
12. Sagynbekova L. International labour migration in the context of the Eurasian Economic Union: issues and challenges of Kyrgyz migrants in Russia. University of Central Asia, 2017. № 39. 29 p. DOI: 10.2139/ssrn.3023259
13. Kroeger A., Anderson K. H. Remittances and children's capabilities: new evidence from Kyrgyzstan, 2005–2008. Bonn: IZA, 2012. 49 p.
14. Бейшеналы Н. Э. Последствия вступления Кыргызстана в Таможенный союз и ЕЭП для рынка труда и человеческого капитала страны. СПб.: Евразийский Банк Развития, 2013. 117 с.
15. Абулхаев Р. А. Проблемы беженцев и вынужденных переселенцев в Таджикистане в конце XX в. // Безопасность в Центральноазиатском регионе: опыт и практика в решении этнополитических конфликтов. Душанбе, 2005. С. 136–147.
16. Абулхаев Р. А. Решение проблемы беженцев и вынужденных переселенцев Таджикистана 90-х гг. XX в. // Вестник РТСУ. 2002. № 3. С. 16–43.
17. Рязанцев С. В., Хорие Н. Моделирование потоков трудовой миграции из стран Центральной Азии в Россию. М.: Научный мир, 2011. 191 с.
18. Бабаджанов Р. М. Миграционная политика Таджикистана и механизм ее реализации в рамках стратегии сокращения бедности // Мухочир. 2007. № 3. С. 8–11.
19. Гузеватый Я. Н. Демографическая ситуация и проблемы использования трудовых ресурсов в развивающихся странах Азии. М., 1990. 392 с.
20. Максакова Л. П. Узбекистан в системе международных миграций // Постсоветские трансформации: отражение в миграциях / под ред. Ж. А. Зайончковской, Г. С. Витковской. М.: АдамантЪ, 2009. С. 323–349.
21. Гончаров В. С., Иванов С. Ю. Анализ территориальной мобильности трудовых ресурсов. М.: АТИСО, 2010. 130 с.
22. Максакова Л. П. Экспорт рабочей силы из Узбекистана // Трудовая миграция в СНГ: социальные и экономические эффекты / отв. ред. Ж. А. Зайончковская. М.: Центр изучения проблем вынужден. миграции в СНГ, 2003. С. 146–158.
23. Асроров Ф. Потенциальная внешняя трудовая миграция молодежи Узбекистана // Миграция в зеркале стран СНГ (молодежный ракурс) / под ред. И. Молодиковой. М.: Центр миграционных исследований, 2006. С. 84–91.
24. Выхованец О. Д. Управление миграционными процессами: инженерно-технологический подход // Миграция и развитие (Пятые Валентеевские чтения): мат-лы Междунар. конф. (Москва, 13–15 сентября 2007 г.) М., 2007. С. 26–46.
25. Ивахнюк И. В., Дауров Р. Д. Незаконная миграция и безопасность России: угрозы, вызовы, риски // Миграция и национальная безопасность / гл. ред. В. А. Ионцев. М.: МАКС-Пресс, 2003. Вып. 11. С. 30–51.
26. Ивахнюк И. В. Евразийская миграционная система: теория и политика. М.: МАКС Пресс, 2008. 191 с.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

original article

Youth Migration Control in Central Asia (Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, and Tajikistan)

Zhasulan S. Toleuov [a, @]
[a] L. N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakhstan, Nur Sultan
[@] toleuov0@gmail.com

Received 07.02.2020. Accepted 27.02.2020.

Abstract: Young people make up a significant share of migrants in the modern world. The research featured the problems of migration control regarding the young population of Central Asia. The paper focuses on the causes and effects of this type of migration, as well as the means used by the authorities of Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, and Tajikistan to control it. External migration has become a significant problem for both host countries and sending states. Therefore, new effective regulation methods have to be developed. The research objective was to assess the youth migration control in Central Asia, as well as to identify the motives behind this process, including the phenomenon of one-way migration. The problem of migration in the countries of Central Asia proved to be a highly-researched issue. The author used the methods of quantitative and theoretical research, as well as legal methods (formally logical) and sociological methods (statistical data and expert opinions). The work is based on a comparative analysis of regulatory documents in the field of migration and youth policy, as well as the methods and institutions that control migration processes in Central Asia. The article describes the growth rate of migration, the positive and negative consequences of youth migration, and the impact of youth migration on the socio-demographic, economic, and political development of Central Asia, as well as on the human resources in the related countries. This research contributes to the development of a more effective conceptual and doctrinal framework of migration control and youth policy in Central Asia as it helps to identify the shortcomings of the existing legal system.

Keywords: migration, migration in Central Asia, youth migration, youth policy, study abroad, migrant workers

For citation: Toleuov Zh. S. Youth Migration Control in Central Asia (Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, and Tajikistan). *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 33–43. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-33-43

References

1. Sadovskaya E. Iu. *International labor migration in Central Asia in the early XXI century.* Moscow: Vostochnaia kniga, 2013, 570. (In Russ.)
2. Ivakhniuk I. V. Two migration systems in Europe: development trends and prospects for interaction. *Russkii arkhipelag*, 2003. Available at: http://www.archipelag.ru/agenda/povestka/povestka-migration/strategii/dve_sistemi/ (accessed 12.01.2020).
3. Sadovskaya E. Iu. Kazakhstan in the Central Asian migration subsystem. *Post-Soviet transformations: reflection in migration,* eds. Zaionchkovskaia Zh. A., Vitkovskaia G. S. Moscow: Adamant, 2009, 279–321. (In Russ.)
4. Chernykh I. A. The Silk Road economic belt and its impact on migration processes in Central Asia. *The Silk Road Economic Belt in the Context of Regional Security*: Proc. Round table, Almaty, March 15, 2017. Almaty, 2017, 117–126. (In Russ.)
5. Lewis A. R., Rowland N. R. The movement of the population in the USSR and its influence on society, 1897–1977. *Demographic processes in the USS in 1920–1980,* ed. Drobizhev V. Z. Moscow: INION, 1991, 18–32. (In Russ.)
6. Sadovskaya E. Iu. International migration to Kazakhstan in the period of sovereign development. *Kazakhstan Spektr*, 2016, (1): 7–42. (In Russ.)
7. Kusherbaev K. E. Dynamics of the ethnic structure of the population of Kazakhstan. *Evraziiskoe soobshchestvo: ekonomika, politika, bezopasnost,* 1996, (4): 107–126. (In Russ.)
8. Alekseenko A. N. Ethnodemographic processes and emigration from sovereign Kazakhstan: causes and prospects. *Modern ethnopolitical processes and the migration situation in Central Asia*: Proc. Conf., Alma-Ata, November 3–4, 1997. Moscow: B. i.; Washington: Carnegie Endowment for International Peace, 1998, 96–112. (In Russ.)
9. Arutiunian Iu. V., Drobizheva L. M., Susokolov A. A. *Ethnosociology.* Moscow: Aspekt Press, 1999, 270 c.
10. Laitinen A. Kyrgyzstan in the Eurasian Economic Union: challenges and opportunities. *University of Tampere*, 2018, 69.
11. Vinokurov E., Pereboyev V. Labour migration and human capital in Kyrgyzstan and Tajikistan: impact of accession to the SES. *Eurasian Integration Yearbook*. Almaty, 2013, 68–89.

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 2500-3372-2020-5-1-33-43

12. Sagynbekova L. International labour migration in the context of the Eurasian Economic Union: issues and challenges of Kyrgyz migrants in Russia. *University of Central Asia*, 2017, (39): 29. DOI: 10.2139/ssrn.3023259
13. Kroeger A., Anderson K. H. *Remittances and children's capabilities: new evidence from Kyrgyzstan, 2005–2008*. Bonn: IZA, 2012, 49.
14. Beishenaly N. E. *The consequences of Kyrgyzstan joining the Customs Union and the Common Economic Space for the country's labor market and human capital*. St. Petersburg: Evraziiskii Bank Razvitiia, 2013, 117. (In Russ.)
15. Abulkhaev R. A. Problems of refugees and internally displaced persons in Tajikistan in the late XX century. *Security in the Central Asian region: experience and practice in resolving ethno-political conflicts.* Dushanbe, 2005, 136–147. (In Russ.)
16. Abulkhaev R. A. The solution of the problem of refugees and forced migrants from Tajikistan in 1990s. *Vestnik RTSU*, 2002, (3): 16–43. (In Russ.)
17. Ryazantsev S. V., Horie N. *Modelling of flows of labour migration from the countries of the Central Asia to Russia*. Moscow: Nauchnyi mir, 2011, 191. (In Russ.)
18. Babadzhanov R. M. Tajikistan's migration policy and mechanism for its implementation as part of the poverty reduction strategy. *Mukhochir*, 2007, (3): 8–11. (In Russ.)
19. Guzevatyi Ia. N. *Demographic situation and labor use problems in the developing countries of Asia*. Moscow, 1990, 392 c.
20. Maksakova L. P. Uzbekistan in the system of international migration. *Post-Soviet transformations: reflection in migration,* eds. Zaionchkovskaia Zh. A., Vitkovskaia G. S. Moscow: Adamant, 2009, 323–349. (In Russ.)
21. Goncharov V. S., Ivanov S. Iu. *Analysis of territorial labor mobility*. Moscow: ATISO, 2010, 130. (In Russ.)
22. Maksakova L. P. Export of labor from Uzbekistan. *Labor migration in the CIS: social and economic effects*, ed. Zaionchkovskaia Zh. A. Moscow: Tsentr izucheniia problem vynuzhden. migratsii v SNG, 2003, 146–158. (In Russ.)
23. Asrorov F. Potential outward labor migration of youth from Uzbekistan. *Migration in the mirror of the CIS countries (youth perspective)*, ed. Molodikova I. Moscow: Tsentr migratsionnykh issledovanii, 2006, 84–91. (In Russ.)
24. Vykhovanets O. D. Migration management: engineering and technology approach. *Migration and Development (Valenteev Conference V):* Proc. International Conf., Moscow, September 13–15, 2007. Moscow, 2007, 26–46. (In Russ.)
25. Ivakhniouk I. V., Daurov R. D. Irregular migration and security in Russia: threats, challenges, risks. *Migration and National Security*, ed. Iontsev V. A. Moscow: MAKS-Press, 2003, iss. 11, 30–51. (In Russ.)
26. Ivakhniouk I. V. *Eurasian migration system: theory and politics.* Moscow: MAKS Press, 2008, 191. (In Russ.)

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

оригинальная статья
УДК 316.35

Статус лидера в молодежных организациях и движениях (на примере этнокультурных объединений Кемеровской области)

Анна Л. Бурмакина [a, @, ID]
[a] Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
[@] anna-sidjakina@rambler.ru
[ID] http://orcid.org/0000-0003-3087-4393

Поступила в редакцию 02.12.2019. Принята к печати 07.04.2020.

Аннотация: Цель – охарактеризовать статус лидера в рамках деятельности молодежных организаций и движений на примере этнокультурных объединений Кемеровской области. Актуальность подчеркивается влиянием фигуры лидера, его качеств, опыта и умений на собственное продвижение в молодежной организации и за ее пределами, а также на укрепление самой организации в структуре социально-политического взаимодействия. В качестве особенностей позиции лидера выделяются специфическая природа власти, основанная на авторитете, и обладание различными видами капитала. Опираясь на концепции М. Вебера, П. Бурдье и Л. Стаута, мы подчеркиваем зыбкость и неустойчивость молодежного авторитета, сопровождающегося необходимостью прикладывать постоянные усилия для закрепления своей позиции. Характеристики молодежного лидера аккумулируются в различных видах капитала, грамотное распоряжение которыми способствует дальнейшему продвижению лидера и возможности оказывать влияние на группу. Молодежные организации и движения выступают платформой для капитализации качеств лидера и откладывают отпечаток на видовую специфику лидера. В зависимости от направления деятельности молодежной организации формируется разный потенциал лидера, что, в свою очередь, способствует и разнообразию позиции лидеров в этих организациях. Рассматривая в качестве примера молодежные этнокультурные организации, мы отмечаем, что лидер в таких организациях становится проводником и выразителем молодежных интересов и потребностей, попутно достигая и собственных целей.

Ключевые слова: молодежь, молодежный лидер, социальная активность, социальный капитал, регион, авторитет

Для цитирования: Бурмакина А. Л. Статус лидера в молодежных организациях и движениях (на примере этнокультурных объединений Кемеровской области) // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 2. С. 44–52. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

Введение

В современных российских условиях сформировался широкий круг формальных возможностей для реализации молодежью своей гражданской активности, одной из которых является участие в молодежных организациях и движениях.

В трансформационных условиях российского общества молодежные организации постепенно институционализируются, складываются в единую структуру со специфическими правилами и механизмами функционирования. Данный процесс сопровождается некоторыми проблемами и противоречиями. Становление молодежных объединений характеризуется неустойчивостью, быстрыми темпами изменений. Членам молодежных организаций, в первую очередь ее лидерам, приходится выстраивать свою деятельность в обществе, опираясь на новые ориентиры, искать иные, более эффективные формы взаимодействия с политической властью, СМИ, коммерческими организациями и друг с другом [1]. Успешность этих мероприятий зависит в том числе от лидера молодежной организации, его качеств, опыта и умений, а также позиции, которую он занимает в данной организации и за ее пределами. В связи с этим актуальным становится изучение процесса формирования лидера, его личностных качеств и стремлений, способствующих его собственному продвижению и укреплению молодежной организации, которую он представляет.

Цель данной статьи – охарактеризовать статус лидера в молодежных организациях на примере этнокультурных объединений Кемеровской области.

С социологической точки зрения лидера можно определить как человека, обладающего определенным набором основных качеств, привлекающих внимание людей и способствующих сплочению вокруг него значительного круга сторонников, что дает возможность повести за собой массу. Изучению лидерства посвящены работы зарубежных и отечественных ученых, таких как Г. Тард [2], Г. Лебон [3], Г. Лассуэлл [4], Ж. Блондель [5], Ж. Бодрийяр [6], П. Бурдье [7], Г. К. Ашин [8], Е. Б. Шестопал [9], Е. В. Кудряшова [10], О. Н. Гундарь [11] и др. Раскрытию роли, статуса и потенциала молодежи в современном

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

российском обществе посвящены работы В. А. Лукова [12], Б. А. Ручкина [13], В. В. Гаврилюк [14], М. Ф. Черныша [15] и др. Различные аспекты молодежного лидерства рассмотрены в работах Ю. А. Зубок и В. И. Чупрова [16], С. А. Бурцева [17], Р. Р. Хозинова [18] и др. Авторы рассматривают вопросы, касающиеся роли молодежи в общественно-политической жизни, управленческие механизмы лидерства, схемы самореализации и самоутверждения.

Участие молодежи в деятельности молодежных организаций и движений

На сегодняшний день молодежные организации и движения существуют в рамках различных идеологических платформ. Они открывают для молодежи возможности самореализации в разных сферах и областях общественной жизни, становятся каналом для реализации молодежных интересов, решения проблем, приобретения необходимого опыта и знаний.

И. М. Ильинский определяет молодежную организацию как социальную систему, которая порождается в соответствии с определенной идеологией, общей целью и частными задачами на базе самовозникающих сил (на основе интересов и запросов объединяющихся людей) [19].

П. А. Меркулов и др. [20], анализируя трактовки молодежных организаций и объединений, в качестве их основных институциональных признаков отмечают:

- коллективный и целенаправленный характер действия;
- единство ценностных ориентаций и идеологии участников;
- групповую идентичность;
- социально-психологическую оппозицию;
- организационное оформление.

Разнонаправленность деятельности современных молодежных организаций и движений, широкий спектр их идейно-политической, социально-ценностной составляющей, разность правового статуса объединений порождают большое количество оснований для их классификации и тем самым сложность унификации.

Таким образом, типологизировать молодежные организации можно по различным критериям.

Так, К. Е. Медведев разделяет общественные объединения на основе субъективных представлений их поля деятельности на пять паттернов:

1) общественные объединения, созданные сообществом граждан, затронутых одной проблемой, например общество трезвости;

2) сообщество граждан на основе общих досуговых интересов (хобби, музыка и т. п.);

3) общественные организации, созданные в юридических целях для получения государственного финансирования;

4) организации, официально созданные государственными ведомствами для решения своих задач;

5) организации, созданные сверху для исполнения политических целей, эти структуры создаются более мощными, уже немолодежными структурами для прямого или косвенного решения своих задач [21].

По территориальному признаку молодежные организации можно разделить на федеральные, региональные и городские. При этом городские и региональные объединения будут выступать первой ступенью в системе консолидации и интеграции молодежных сил для отстаивания специфических групповых и индивидуальных интересов.

В Кемеровской области зарегистрированные молодежные общественные организации и объединения могут быть сгруппированы по направлениям деятельности следующим образом: спортивные и военно-патриотические организации, благотворительные фонды, студенческие организации, организации, направленные на развитие и поддержку инициатив молодежи, политические организации, религиозные организации, этнокультурные организации.

Среди общих характеристик современного молодежного движения П. А. Меркулов и др. отмечают его низкую организованность, отсутствие сплоченности для достижения поставленных целей, конкретных программ деятельности, идеологии, политических ориентиров и даже пренебрежение ими, аморфность организационных структур, популизм провозглашаемых лозунгов [20].

В современных исследованиях отмечается довольно невысокий уровень участия молодежи в деятельности различных организаций, движений и объединений [22].

Так, в марте 2017 г. Фондом «Общественное мнение» был проведен тематический телефонный опрос, в котором приняли участие 4000 молодых жителей РФ от 17 до 34 лет включительно (4 группы по 1000 человек: студенты 17–23 лет, не студенты 17–23 лет, 24–28-летние и 29–34-летние)[1]. Один из блоков опроса был посвящен социальной и политической активности молодежи. По результатам исследования за последние 1–2 года участвовали в деятельности волонтерских организаций, объединений, занимались благотворительностью: часто – 6 %, редко – 29 %; участвовали в массовых мероприятиях, флэшмобах: часто – 6 %, редко – 20 %; подписывали петиции, коллективные письма: часто – 5 %, редко – 30 %. Сообщили, что когда-либо участвовали в митингах, акциях протеста 16 % респондентов. А допускают, что примут участие в протестах, 36 % молодых россиян. Таким образом, эти данные показывают, что уровень социальной и политической активности молодежи является невысоким.

При всей обширности вовлечения современной молодежи в интернет-пространство уровень готовности российской молодежи к реализации гражданской и политической онлайн-активности также невысок (рис.). Е. В. Бродовская и др. в рамках всероссийского массового опроса российской молодежи в возрасте 15–24 лет, посвященного воздействию цифровых технологий на формирование

[1] Социальная и политическая активность молодежи // ФОМ. Режим доступа: https://fom.ru/TSennosti/13286 (дата обращения: 20.10.2019).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

профессиональной культуры, выявили, что почти каждые двое из трех респондентов равнодушны и безразличны к возможности развития политических онлайн-объединений. Лишь 1/5 часть молодежи оценивает такую возможность политической активности позитивно. Вместе с тем каждый пятый опрошенный заявляет о негативном отношении к политическим онлайн-организациям (партиям и движениям) [23].

Рис. Отношение молодежи к различным типам гражданской и политической активности, % (всероссийский массовый онлайн-опрос, n=1500)

Fig. Young respondents' attitude to various types of civic and political activity, % (all-Russian mass online survey, n=1500)

Данные тенденции подтверждаются и региональными исследованиями «Кузбасс-политика» (КП-2017, n=393 человек), «Мобилизация инициатив населения в решении социальных проблем территории» (апрель-июнь 2017 г., n=604 человек, возраст – до 30 лет), проведенных коллективом кафедры социологических наук КемГУ. По результатам опросов высокий уровень потенциального намерения осуществлять те или иные политические действия на местном уровне соотносится с низким уровнем реализации данных намерений в реальном поведении молодежи.

По итогам сравнительных исследований представители российской студенческой молодежи показывают более низкий уровень политической активности и общественного доверия. Результаты опросов столичных студентов трех стран (России – 1000 респондентов, Чехии – 400 респондентов, Казахстана – 500 респондентов), проведенных сотрудниками кафедры социологии Российского университета дружбы народов в 2015–2017 гг., показали меньшую заинтересованность политическими вопросами нашей молодежью [24].

Ю. А. Зубок и В. И. Чупров отмечают процессный характер социальной интеграции молодежи в современном обществе, отличиями которого являются нестабильность и неопределенность. Особенностью интеграции молодежи в общество является ее вынужденный характер, вытекающий из разрыва между включением в социальные структуры и идентификацией с ними. Быстро меняющиеся реалии современного мира вызывают и быструю смену молодежных идентичностей, их гибкость и текучесть, проявляющуюся в различных формах саморегуляции и самоорганизации. В условиях сужения идентификационных оснований процесс включения молодежи реализуется через отдельные молодежные сообщества, в рамках которых происходит поддержание групповой идентичности [16].

Дезорганизующие процессы современного общества, соотнесенные с фактически низким уровнем вовлеченности молодежи в политическую и общественную жизнь, в частности и в деятельность молодежных организаций, актуализируют роль и положение лидера в них. Лидер становится связующим звеном между молодежной группой и обществом, проводником специфических интересов. От того, насколько развит потенциал лидера, его способности мобилизовать молодежь и повести за собой для участия в каких-либо инициативных проектах, организациях и движениях [26], зависит не только успех группы в целом, но и формирование и отстаивание собственных позиций.

Роль и позиция лидера в молодежных организациях и движениях

Специфика положения молодежного лидера заключается, в первую очередь, в природе его власти, которая не может быть основана на принуждении. Молодежный лидер способен влиять на людей, опираясь только на свой авторитет, что, по теории М. Вебера [27], означает добровольное согласие индивидов следовать за идеями лидера.

П. Бурдье в работе «Практический смысл» пишет о большой ресурсной затратности лидерства для самих лидеров. Анализируя способы господства, французский социолог отмечает, что авторитет (характеризуя его как мягкое господство) всегда воспринимается как личная собственность, т. к. требует от осуществляющего его расплачиваться собой. Таким образом, мягкое господство очень дорого обходится тому, кто его осуществляет, прежде всего, в экономическом плане. Опираясь в своих рассуждениях на докапиталистическую экономику, П. Бурдье приводит пример должности «ответственного» или «поручителя», представлявшего свою группу на собраниях и вообще во всех торжественных обстоятельствах. Эта должность зачастую не была желанной для самых влиятельных и сильных в группе, т. к. представительские и посреднические обязанности, возлагавшиеся на них, отнимали много времени и сил [7, с. 110].

Кроме того, те, кого группа наделяет почтительным именем «мудрого» или «великого» (даже не наделяя его официальной властью, а просто делегируя ее), обязаны перед собой (речь идет именно об обязанности по отношению к себе самому, вытекающей из высокой самооценки) постоянно направлять группу к официально признаваемым ею ценностям – как своим образцовым поведением, так и прямыми выступлениями.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

Таким образом, личный авторитет, по мнению П. Бурдье, не является официально закрепленным и делегированным свыше. Он может только постоянно поддерживаться поступками, которые практически подтверждают его своим соответствием признанным группой ценностям. Так, «великие» менее кого-либо другого могут позволить себе вольно обращаться с официальными нормами и должны оплачивать свою повышенную ценность повышенным соответствием ценностям группы. Они должны лично и каждодневно трудиться для производства и воспроизводства предпосылок своего господства, которые все время неустойчивы [7, с. 111–112]. Данный вывод, на наш взгляд, применим в некоторой степени и к молодежному лидеру, т. к. молодежный авторитет наиболее зыбок и неустойчив, а для того, чтобы закрепить и не потерять свои позиции, лидеру необходимо прикладывать усилия постоянно.

Профессор Стокгольмской школы экономики в Риге, доктор психологии Л. Стаут предлагает междисциплинарную модель лидерства, основанную на восприятии лидерства с философских, психологических и социологических позиций, динамическое взаимодействие которых становится базой для создания функции лидерства [28].

Л. Стаут представляет лидерство в виде пирамиды, вершиной которой является лидерское философское мировоззрение, далее идет лидерская психология, а основание – социологические предпосылки, которые дают лидеру возможность повести за собой окружающих. Мировоззрение лидера и лидерская психология образуют лидерский капитал, а третья, позволяющая практическое применение лидерских качеств, называется условиями лидерства [28, с. 68–70].

К лидерскому капиталу он относит шесть элементов – основных качеств лидера: видение перспективы, мудрость, смелость, способность вызывать доверие, умение эффективно общаться и систему ценностей.

К социологическим предпосылкам, или условиям лидерства, Л. Стаут относит людей (последователей лидера), место приложения сил (поле деятельности лидера), положение в обществе (полномочия лидера) и период времени (правильный момент для осуществления лидерских функций). Если лидерский капитал можно развивать и совершенствовать, то условия лидерства являются внешними и не поддаются влиянию [28, с. 74–88].

На формирование позиции молодежного лидера влияет обладание им определенного рода капитала. Выделяя элементы лидерского капитала, по Л. Стауту, у молодежного лидера, нельзя сказать, что все необходимые качества будут должным образом сформированы. В силу молодого возраста, лидер вряд ли будет обладать достаточным уровнем жизненной мудрости, способностью спрогнозировать последствия принимаемых решений. Эти компетенции ему предстоит только получить, в том числе при помощи его деятельности в рамках молодежной организации. То, чего у молодежного лидера не отнять, так это смелости пробовать новое, участвовать в различных инициативах и проектах, вдохновлять и привлекать на свою сторону сверстников, отчасти в связи с умением вызывать доверие, т. к. молодежный лидер – это всегда первый среди равных.

Следуя концепции П. Бурдье о видах капитала, которыми обладает личность, можно увидеть траектории для развития необходимых качеств у молодежного лидера, способствующих продвижению последнего. В своей работе «Формы капитала» [29] французский социолог указывает, что капитал, функционируя в определенной области и претерпевая некоторые трансформации, способствующие его эффективному действию в данной области, может существовать в виде экономического, культурного и социального капиталов. Применительно к молодежному лидеру экономический капитал может выражаться в фандрайзинге, т. е. способности находить и привлекать источники финансирования, например для нужд своей организации; уровень личных доходов и семейного благополучия; предпринимательская активность. Социальный капитал находит отражение в членстве в молодежных общественных организациях, налаженной системе связей и отношений внутри и за пределами молодежных организаций и движений, социальных и информационных сетях и т. д. Культурный же капитал заключается в условиях социализации, уровне образования, жизненном опыте, степени эрудиции и т. д. [30].

Обладание тем или иным капиталом еще не гарантирует успеха, важно то, как им распоряжается лидер. Содействовать капитализации лидерских качеств могут различные организации. Например, молодежная организация может способствовать развитию и укреплению социальных связей, таким образом, накапливается и капитализируется социальный капитал. Опыт предпринимательской деятельности способствует развитию экономического капитала и т. д. Направленность организации, в свою очередь, может накладывать отпечаток как на характер капитала, который лидер может сформировать, так и на специфику самого лидера. Так, появляются разные виды лидеров: политический, экономический, общественный и т. д. Интересным примером, на наш взгляд, может стать рассмотрение молодежных этнокультурных организаций как одного из видов молодежных организаций в силу специфичности реализуемых интересов и роли лидера.

Статус лидера в молодежных этнокультурных организациях и объединениях Кузбасса

На территории Кузбасса проживают народы, внесенные в единый перечень[2] коренных малочисленных народов РФ – шорцы и телеуты. По итогам переписи населения 2010 г. численность данных народов составляет 10672 и 2520 человек соответственно. Наблюдающаяся

[2] О Едином перечне коренных малочисленных народов РФ. Постановление Правительства РФ от 24.03.2000 № 255 // СЗ РФ. 03.04.2000. № 14. Ст. 1493.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

в последнее время тенденция снижения общей численности коренных народов на территории Кузбасса, в частности и молодежи, делает актуальным сохранение и передачу традиций этих немногочисленных групп [31]. Немаловажную роль в этом процессе играют этнокультурные общественные организации и объединения, в том числе молодежные [32].

Для сохранения этнокультурного разнообразия и развития форм самоорганизации на территории нашей области действуют 14 этнокультурных общественных объединений, ассоциаций шорцев и телеутов. К их числу относятся Общественная организация шорского народа Таштагольского района «Таглыг Шор» (Горная Шория), Кемеровская региональная общественная организация «Ассоциация шорского народа "Шория"», Кемеровская областная общественная организация «Ассоциация телеутского народа "Эне-Байат"», Общественное движение «Междуреченское общество коренного населения «Алтын-Шор» (Золотая Шория) и др. Молодежный состав этих организаций невелик, и лишь некоторые из них имеют отдельные молодежные структуры [32].

Основные функции этнокультурных организаций заключаются в приобщении к родной культуре, удовлетворении национально-культурных потребностей. Для молодежи это актуально, т. к. такие организации способствуют формированию этнической идентичности, способствуют выражению и удовлетворению специфических национальных и молодежных интересов и запросов на различных уровнях общества.

В июне 2019 г. в г. Междуреченск в рамках I Кузбасской практико-ориентированной школы коренных малочисленных народов Сибири «Золотые стрелы Шории» нами был проведен анкетный опрос молодых лидеров этой группы (всего 35 человек в возрасте 18–35 лет). Данный проект носит социально-образовательный характер, направленный на обучение активных представителей молодежи из числа коренных малочисленных народов Сибири, желающих проявить себя в социально-культурной жизни региона, интересующихся наукой и инновациями, общественным движением, гражданскими инициативами, вопросами сохранения и стабильности этноса, языка и культуры [32]. Таким образом, выборка в данном исследовании является целевой. Представители данной молодежной группы являются носителями специфических норм и ценностей, а изучение практики их участия в общественной жизни через организации может обогатить исследовательский материал.

По результатам опроса пятая часть опрошенных ответили, что входят в состав Ассоциации шорского народа и Молодежного Совета при ней. Восемь респондентов, ответивших на данный вопрос, отметили только направленность организаций, в которых они принимают участие: волонтерские, спортивные. Однако больше половины принявших участие в исследовании не являются членами никаких общественных организаций и объединений [32].

Отмеченная тенденция подтверждает низкую вовлеченность молодежи, в том числе и малых народов, в общественную жизнь, в то время как участие в молодежных организациях является возможностью приобщиться молодому поколению к культуре и традициям своего народа. Примечательно, что это подтверждается ответами молодых людей относительно причин их вступления в молодежные организации: «культура шорского народа должна продвигаться и развиваться»; «Нужно развивать, привлекать молодежь к общественной деятельности для сохранения культуры, обычаев коренных малочисленных народов», «я люблю заниматься общественной деятельностью и поддерживать культуру, язык моего народа» и др. [32].

Среди основных качеств, которыми должен обладать молодежный лидер, опрошенные отмечают способность вести за собой, убеждать; способность принимать решения и нести за них ответственность; объективность (табл.). Менее всего для лидера, по мнению респондентов, характерны инновационный подход к решению проблем и яркость, стремление выделиться среди остальных.

Табл. Распределение ответов на вопрос «Какие качества, на ваш взгляд, должны быть у молодежного лидера?» (возможны несколько вариантов ответа, n=35)
Tab. Responds to the question "What qualities should a youth leader possess?" (several answers are possible, n=35)

Качества молодежного лидера	Количество ответов	%
Способность вести за собой, убеждать	53	18,2
Способность принимать решения и нести за них ответственность	49	16,8
Объективность	40	13,7
Компетентность	26	8,9
Способность к компромиссу	26	8,9
Трезвый взгляд на вещи, понимание реальной ситуации	24	8,2
Умение всегда добиваться своих целей	19	6,5
Требовательность к себе и другим	19	6,5
Большая амбициозность и жизненная энергия	14	4,8
Умение признавать свои ошибки	11	3,8
Инновационный подход к решению проблем	9	3,1
Яркость, стремление выделиться среди остальных	2	0,7

Оценивая свою роль в деятельности молодежной организации, респонденты отмечают работу по привлечению новых членов в организацию (8 человек), осуществление информационной поддержки деятельности организации (7 человек), участие в разработке проектов и инициатив

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

(6 человек). Участию в поиске и привлечению финансовых средств для реализации проектов организации, налаживанию связей с другими молодежными организациями опрошенные уделяют меньше внимания (3 и 2 человека соответственно). Участники исследования больший акцент делают на социальный капитал, а вот в области экономического капитала есть потенциал для развития. Возможно, это связано с отсутствием необходимых для этого компетенций, опыта и связей в силу молодого возраста.

Пользу от участия в молодежных организациях молодые лидеры видят прежде всего в получении новых знаний, навыков (15 человек). Это подчеркивает образовательную роль молодежных организаций для молодых лидеров, возможность формировать и наращивать свой потенциал и компетенции, развивать свой культурный капитал. Респонденты отмечают возможность принять участие в обсуждении проблем молодежи, повлиять на их решение (9 человек). При этом респонденты слабо оценивают роль молодежных организаций в продвижении молодежи, что может быть связано с неустойчивостью положения самих организаций, в частности их молодежного направления.

Таким образом, молодежные лидеры коренных малочисленных народов видят преимущества от участия в деятельности молодежных организаций в основном в получении новых знаний, накоплении своего культурного капитала, а для укрепления своей позиции не видят других возможностей данных организаций. Немногочисленность и пока неустойчивость, а также некоторая замкнутость молодежных организаций данной группы может объяснять эту тенденцию. Вместе с тем молодежные этнокультурные организации способствуют интеграции молодежи в общество, сохранению родного языка, национальной культуры, передачи традиций и обычаев этих народов. Позиция лидера в таких организациях актуализируется, ведь в ее основе авторитет выражен сильнее в силу национальной специфики. Лидер становится проводником и выразителем собственных молодежных интересов и потребностей, связанных с этнокультурными особенностями.

Заключение

Процесс социального развития молодежи на сегодняшний день характеризуется исчезновением закономерности, устойчивости, и все больше приобретает нелинейность, многовариантность. Ю. А. Зубок и В. И. Чупров отмечают, что реализуются эти тенденции в процессе множества жизненных выборов, совершаемых автономными индивидуализированными акторами на основе конструируемых ими смыслов и значений. В основе поведения молодежи лежит ориентация на самореализацию, удовольствия и впечатления, которая задает параметры смысложизненных целей и средств их достижения [16]. Государство и общество, хотя и задают некие ориентиры для молодежи, но все-таки конечный выбор остается за самими молодыми людьми. В связи с этим исследователи постепенно отходят от трактовки молодежи как потенциала, в том смысле, что молодежь – это будущее и ее время еще не пришло. Наоборот, все чаще говорят о молодом поколении как о самостоятельном участнике социально-политического взаимодействия, обладающем собственными целями, интересами и идеями.

В современных исследованиях молодежи переосмысляется ее роль и положение в обществе. Молодежь из пассивного объекта управленческих стратегий превращается в активного самоорганизующегося полисубъектного актора. Развитие социологической теории молодежи в таком ключе позволило отразить нелинейность и диверсификацию внутри молодежи и общества, исследовать новые противоречия в их взаимодействии, раскрыть многообразие социальных практик [16].

При отмечающемся снижении социальной и политической активности молодежи в обществе требования к статусу и роли ее наиболее активной и динамичной части – лидерам – растут. Но позиция лидера при этом все еще не стабильна. У молодежного лидера в арсенале не так много инструментов для развития и укрепления своих позиций. Опорой для него становятся специфические личные качества, багаж знаний, накопленный опыт участия в общественных инициативах. Все это может получить развитие в рамках молодежных организаций. Участие в деятельности таких организаций и объединений, с одной стороны, способствует интеграции молодежи в общественные структуры, а с другой – удовлетворяет личные интересы лидеров в продвижении, наращивании своего капитала.

Литература

1. Шабунова А. А., Леонидова Г. В., Антонова М. А., Дементьева И. Н., Каминский В. С., Калачикова О. Н., Кожина Т. П., Кондакова Н. А., Морев М. В., Панов А. М., Устинова К. А. Молодежь современной России – ключевой ресурс модернизации. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. 148 с.
2. Тард Г. Мнение и толпа // Психология толп. М.: ИП РАН; КСП, 1998. С. 257–408.
3. Лебон Г. Психология народов и масс. М.: Директ-Медиа, 2007. 512 с.
4. Лассуэлл Г. Психопатология и политика. М.: РАГС, 2005. 352 с.
5. Блондель Ж. Политическое лидерство: путь к всеобъемлющему анализу. М.: Российская академия управления, 1992. 135 с.
6. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1995. 168 с.
7. Бурдье П. Практический смысл. СПб.: Алетейя, 2001. 562 с.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

8. Ашин Г. К. Политическое лидерство: оптимальный стиль // Общественные науки и современность. 1993. № 2. С. 115–126.
9. Шестопал Е. Б. Политическое лидерство в новых условиях: смена парадигмы восприятия // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2013. № 3. С. 82–90.
10. Кудряшова Е. В. Лидер и лидерство. Исследование лидерства в современной западной общественно-политической мысли. Архангельск: Изд-во Поморского международного педагогического университета, 1996. 254 с.
11. Гундарь О. Н. Политическое лидерство: социально-философские проблемы. Ставрополь: Изд-во Ставроп. гос. ун-та, 2001. 171 с.
12. Луков В. А. Теории молодежи: Междисциплинарный анализ. М.: Канон+, 2012. 528 с.
13. Ручкин Б. А. Молодежь и общество: двадцать лет спустя (демографическая ситуация) // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 2. С. 83–91.
14. Гаврилюк В. В. Провинциальная молодежь эпохи перемен. Тюмень: Изд-во Тюмен. гос. ун-та, 2005. 129 с.
15. Черныш М. Ф. Студенческая молодежь и проблема справедливости в современном российском обществе // Россия реформирующаяся. Вып. 15 / отв. ред. М. К. Горшков. М.: Новый Хронограф, 2017. С. 341–368.
16. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Современная социология молодежи: изменяющаяся реальность и новые теоретические подходы // Россия реформирующаяся. Вып. 15 / отв. ред. М. К. Горшков. М.: Новый Хронограф, 2017. С. 12–48.
17. Бурцев С. А. Лидерство в российской молодежной среде: концептуальное осмысление // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 11. С. 143–153.
18. Хозинов Р. Р. Молодежное лидерство в управленческих отношениях: концептуальный анализ // Вестник ВЭГУ. 2016. № 1. С. 146–151.
19. Ильинский И. М. Молодежь и молодежная политика. Философия. История. Теория. М.: Голос, 2001. 696 с.
20. Меркулов П. А., Малик Е. Н., Бударина К. А. Институционализация молодежных организаций и ассоциаций современной России: проблемы и перспективы // Власть. 2015. № 4. С. 140–145.
21. Медведев К. Е. Молодежные общественные объединения: барьер стереотипа // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2013. Т. 1. № 1. С. 249–255.
22. Pruitt L. Youth, politics, and participation in a changing world // Journal of sociology. 2017. Vol. 53. № 2. P. 507–513. DOI: 10.1177/1440783317705733
23. Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Пырма Р. В., Азаров А. А. Готовность современной российской молодежи к реализации гражданской и политической активности в цифровой среде // Власть. 2019. Т. 27. № 1. С. 91–95. DOI: 10.31171/vlast.v27i1.6233
24. Нарбут Н. П., Троцук И. В. Социальное самочувствие молодежи постсоциалистических стран (на примере России, Казахстана и Чехии): сравнительный анализ ценностных ориентаций (Часть 1) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2018. Т. 18. № 1. С. 131–155. DOI: 10.22363/2313-2272-2018-18-1-131-155
25. Кочина Е. А. Гражданская идентичность и политическая активность современной молодежи в региональном измерении на примере Южной Сибири // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2018. № 4. С. 62–67.
26. Социальная и политическая мобилизация: микросоциологический анализ / отв. ред. Л. Л. Шпак. 2-е изд., испр. и доп. Кемерово: КемГУ, 2015. 368 с.
27. Вебер М. Политика как призвание и профессия. М.-Берлин: Директ-Медиа, 2014. 84 с.
28. Стаут Л. Лидерство: от загадок к практике. М.: Добрая книга, 2002. 320 с.
29. Бурдье П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–74.
30. Бурмакина А. Л. Мобилизационный потенциал современного молодежного лидера в условиях модернизации // Интеллигенция и проблемы социокультурной модернизации современного общества: мат-лы XII Междунар. науч. конф. «Байкальская встреча», посв. 85-летию д-ра филос. наук, проф. И. И. Осинского. (Улан-Удэ, 12–16 сентября 2018 г.). Улан-Удэ: БГУ, С. 157–162.
31. Маженина Е. А., Поддубиков В. В. Национально-культурные объединения в регионе: роль в профилактике и регулировании межнациональных конфликтов (по материалам экспертного опроса EAWARN в Кемеровской области) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 1-4. С. 142–148.
32. Бурмакина А. Л. Молодежные организации и объединения коренных малочисленных народов (на примере Кемеровской области) // Молодежь XXI века: образ будущего: мат-лы Всерос. науч. конф. С междунар. участием / отв. ред. Н. Г. Скворцов, Ю. В. Асочаков. (Санкт-Петербург, 14–16 ноября 2019 г.) СПб.: Скифия-принт, 2019. С. 147–149.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

original article

Leader Status in Youth Organizations and Movements: the Case of Ethnocultural Associations of the Kemerovo Region

Anna L. Burmakina [a, @, ID]
[a] Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
[@] anna-sidjakina@rambler.ru
[ID] http://orcid.org/0000-0003-3087-4393

Received 02.12.2019. Accepted 07.04.2020.

Abstract: The research objective was to characterize the phenomenon of the leader status based on the case of various ethnocultural youth associations of the Kemerovo region. At first, leaders use their experience and skills to get promoted within and outside youth organizations. After that, the personality of the leader strengthens the organization in socio-political interaction. Power rests on authority and various types of capital. According to M. Weber, P. Bourdieu, and L. Stout, youth authority is unstable and requires constant conscious efforts. Youth leaders transfer their characteristics into various types of capital: by managing this capital, they climb the social ladder and exercise their power on the group. Youth organizations and movements act as a training platform for young leaders: they accumulate the required qualities and develop a certain specialization. As a result, they develop potentials that depend on the activity of the youth organization, which, in turn, diversifies the leader's position in the organization. In general, youth organization leaders herald the interests and needs of their group, while pursuing their own goals.

Keywords: youth, youth leader, social activity, social capital, region, authority

For citation: Burmakina A. L. Leader Status in Youth Organizations and Movements: the Case of Ethnocultural Associations of the Kemerovo Region. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(2): 44–52. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

References

1. Shabunova A. A., Leonidova G. V., Antonova M. A., Dement'eva I. N., Kaminskiy V. S., Kalachikova O. N., Kozhina T. P., Kondakova N. A., Morev M. V., Panov A. M., Ustinova K. A. *The youth of modern Russia – a key resource for modernization*. Vologda: ISERT RAN, 2013, 148. (In Russ).
2. Tarde G. Opinion and crowd. *Psychology of crowds*. Moscow: IP RAN, KSP+, 1998, 257–408. (In Russ).
3. Le Bon G. *The crowd: a study of the popular mind.* Moscow: Direkt-Media, 2007, 512. (In Russ).
4. Lasswell H. *Psychopathology and politics*. Moscow: RAGS, 2005, 352. (In Russ).
5. Blondel J. *Political leadership: towards a general analysis.* Moscow: Rossiiskaia akademiia upravleniia, 1992, 135. (In Russ).
6. Baudrillard J. The system of objects. Moscow: Rudomino, 1995, 168. (In Russ).
7. Bourdieu P. *Practical reason.* St. Petersburg: Aleteiia, 2001, 562. (In Russ).
8. Ashin G. K. Political leadership: optimal style. *Obshchestvennye nauki i sovremennost',* 1993, (2): 115–126. (In Russ).
9. Shestopal E. B. Political leadership in new circumstances: change of the perception paradigm. Monitoring of Public Opinion: *Economic and Social Changes*, 2013, (3): 82–90. (In Russ).
10. Kudriashova E. V. *Leader and leadership. A study of leadership in modern Western socio-political thought.* Arkhangelsk: Izd-vo Pomorskogo mezhdunarodnogo pedagogicheskogo universiteta, 1996, 254. (In Russ).
11. Gundar O. N. *Political leadership: socio-philosophical problems.* Stavropol: Izd-vo Stavrop. gos. un-ta, 2001, 171. (In Russ).
12. Lukov V. A. *Youth theories: an interdisciplinary analysis*. Moscow: Kanon+, 2012, 528. (In Russ).
13. Ruchkin B. A. Youth and society: twenty years after (the demographic situation). *Znanie. Ponimanie. Umenie*, 2012, (2): 83–91. (In Russ).
14. Gavriliuk V. V. *Provincial youth in an age of change*. Tyumen: Izd-vo Tiumen. gos. un-ta, 2005, 129. (In Russ).
15. Chernysh M. F. Student's perception of social justice in contemporary Russian society. *Russia is reforming*, iss. 15, ed. Gorshkov M. K. Moscow: Novyi Khronograf, 2017, 341–368. (In Russ).
16. Zubok Yu. A., Chuprov V. I. Modern sociology of youth: changing reality and theoretical approaches. *Russia is reforming*, iss. 15, ed. Gorshkov M. K. Moscow: Novyi Khronograf, 2017, 12–48. (In Russ).
17. Burtsev S. A. Leadership in the Russian youth environment: conceptual understanding. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniia,* 2018, (11): 143–153. (In Russ).

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52

18. Khozinov R. R. Youth leadership in management relationship: conceptual analysis. *Vestnik VEGU*, 2016, (1): 146–151. (In Russ).
19. Ilyinsky I. M. Youth and youth policy. *Philosophy. History. Theory*. Moscow: Golos, 2001, 696. (In Russ).
20. Merkulov P. A., Malik E. N., Budarina K. A. Institutionalization of the youth organizations and associations in modern Russia: problems and prospects. *Vlast*, 2015, (4): 140–145. (In Russ).
21. Medvedev K. E. Non-governmental organization of the youth: stereotype barriers. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*, 2013, 1(1): 249–255. (In Russ).
22. Pruitt L. Youth, politics, and participation in a changing world. *Journal of sociology*, 2017, 53(2): 507–513. DOI: 10.1177/1440783317705733
23. Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Yu., Pyrma R. V., Azarov A. A. The readiness of modern Russian youth to implementation of civic and political activity in the digital environment. *Vlast*, 2019, 27(1): 91–95. (In Russ). DOI: 10.31171/vlast.v27i1.6233
24. Narbut N. P., Trotsuk I. V. The social well-being of the post-socialist countries' youth (on the example of Russia, Kazakhstan and Czech Republic): comparative analysis of value orientations (part 1). *RUDN Journal of Sociology*, 2018, 18(1): 131–155. (In Russ). DOI: 10.22363/2313-2272-2018-18-1-131-155
25. Kochina E. A. Civic identity and political activism of today's youth in the regional dimension on the South Siberia. *SEARCH: Politics. Social studies. Art. Sociology. Culture*, 2018, (4): 62–67. (In Russ).
26. *Social and political mobilization: a microsociological analysis*, 2nd ed., ed. Shpak L. L. Kemerovo: KemGU, 2015, 368. (In Russ).
27. Weber M. *Politics as a vocation and profession*. Moscow-Berlin: Direkt-Media, 2014, 84. (In Russ).
28. Stout L. *Leadership: from puzzles to practice*. Moscow: Dobraia kniga, 2002, 320. (In Russ).
29. Bourdieu P. Forms of capital. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 2002, 3(5): 60–74. (In Russ).
30. Burmakina A. L. Modern youth leader as a participant of modernization. *The intelligentsia and problems of the sociocultural modernization of modern society*: Proc. XII Intern. Sci. Conf. "Baikal meeting", Ulan-Ude, September 12–16, 2018. Ulan-Ude: BGU, 157–162. (In Russ).
31. Mazhenina E. A., Poddubikov V. V. National cultural associations in the region: their role in prevention and management of interethnic conflicts (based on expert survey EAWARN in Kemerovo region). *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2015, (1-4): 142–148. (In Russ.)
32. Burmakina A. L. Youth organizations and associations of indigenous peoples: the case of the Kemerovo region). *XXI Century Youth: An Image of the Future*: Proc. All-Russian Sci. Conf., St. Petersburg, November 14–16, 2019. St. Petersburg: Skifiia-print, 147–149. (In Russ.)

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

оригинальная статья
УДК 316.42; 332.05

Показатели социальной значимости предпринимательства по мнению людей в различных странах

Юлия С. Пиньковецкая [a, @]
[a] Ульяновский государственный университет, Россия, г. Ульяновск
[@] judy54@yandex.ru

Поступила в редакцию 17.01.2020. Принята к печати 17.02.2020.

Аннотация: Социальная значимость предпринимательства, сложившаяся в различных странах, во многом определяется тем, как ее воспринимает население, насколько благоприятна для начала своего собственного бизнеса сложившаяся внешняя среда и стимулирует ли она предпринимательскую активность. Цель исследования – оценка показателей, характеризующих социальную значимость предпринимательства, сложившихся в различных странах, по мнению взрослых людей. При этом на основе результатов социологического обследования оценивался уровень согласия людей со следующими четырьмя утверждениями: предпринимательство является хорошим вариантом карьеры, успешные предприниматели обладают высоким общественным статусом, СМИ положительно оценивают предпринимательство, в стране легко создать собственный бизнес. В исследовании использовалась информация Глобального мониторинга предпринимательства, проведенного в 2018 г. по 48 странам. Тестировались три гипотезы с использованием математических моделей, представляющих собой функции плотности нормального распределения. По четырем показателям, характеризующим социальную значимость предпринимательства, были определены их средние значения по рассматриваемым странам. Выявлены страны с высокими и низкими значениями показателей. Проведен сравнительный анализ значений этих показателей по России и другим странам. Исследование показало, что значения каждого из четырех показателей социальной значимости предпринимательства существенно дифференцированы по 48 рассматриваемым странам. Подтверждено отсутствие связей значений каждого из показателей предпринимательского потенциала с уровнем доходов населения в конкретных странах и их территориальным расположением.

Ключевые слова: предпринимательская карьера, статус успешных предпринимателей, начало бизнеса, СМИ, Глобальный мониторинг

Для цитирования: Пиньковецкая Ю. С. Показатели социальной значимости предпринимательства по мнению людей в различных странах // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 53–61. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

Введение

Развитие предпринимательства в современных условиях направлено на решение различных социально-экономических проблем, таких как повышение конкурентоспособности, экономический рост, снижение безработицы, эффективность использования ресурсов, освоение новых рынков, улучшение благосостояния населения [1–3].

Анализ социальной значимости предпринимательства, сложившейся в различных странах в соответствии с подходом, предложенным в международном проекте Глобального мониторинга предпринимательства[1], может основываться на выявлении индивидуального восприятия взрослыми людьми следующих положений: предпринимательство является хорошим выбором карьеры, успешные предприниматели имеют высокий социальный статус, средства массовой информации (СМИ) положительно представляют роль предпринимателей в экономике, насколько легко начать бизнес в конкретной стране.

Показатели социальной значимости предпринимательства рассмотрены в исследованиях зарубежных и отечественных ученых. Остановимся на наиболее интересных зарубежных научных публикациях. В статье A. R. Anderson и C. J. Miller [4] указывется, что предпринимательство опирается на сложившуюся в обществе социальную среду, поскольку предприниматели являются ее продуктом и воспринимают возможности для ведения бизнеса под влиянием соответствующего социального фона. Как пишеет S. Downing [5], предпринимательство, как и вся остальная экономическая жизнь, является совместным социальным достижением. Связи между социальной значимостью и предпринимательскими намерениями, а также влияние общественных предпринимательских установок на намерения создать новые фирмы рассматрены в статье T. Rantanen и T. Toikko [6]. Социальные предпосылки создания людьми собственного бизнеса связаны с наличием в конкретной стране соответствующего предпринимательского

[1] Global Entrepreneurship Monitor 2018–2019. Global Entrepreneurship Research Association (GERA). 2019. 151 p.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

климата, облегчающего эти процессы, как указывается в работе J. Eckhardt и S. A. Shane [7].

В статье L. Padovez-Cualheta и др. [8] сделан вывод, что работа занимает центральное место в жизни людей, учитывая количество времени и энергии, вложенных в нее. Работа, безусловно, важна для формирования позитивных социальных отношений, вызывающих уважение в обществе. В этой статье доказывается, что предприниматели имеют более высокие показатели удовлетворенности работой, чем наемные работники, такой же вывод сделан в исследовании M. Binder и A. Coad [9]. Поэтому в стремлении к улучшению качества жизни можно считать предпринимательство хорошим выбором карьеры. Аналогичный вывод сделан в работе D. Summers [10], в которой показана связь занятия предпринимательством с увеличением семейного дохода. Как следует из работы M. D. Burton и др. [11] особенно одобряют выбор такого варианта карьеры те, чьи родители и родственники были предпринимателями. В статье P. van der Zwan и др. [12] указывается, что карьерный переход человека из наемного работника в предприниматели напрямую обусловлен удовлетворенностью самостоятельной работой, т. е. люди делают крутой поворот в своей карьере, чтобы повысить свой общественный статус.

В работе M. Barazandeh и др. [13] рассматривается влияние положительного освещения предпринимательской деятельности в СМИ на оценку населением целесообразности развития предпринимательства в их стране. В статье S. Korsgaard и A. R. Anderson [14] рассмотрены вопросы популяризации предпринимательства в СМИ. В работе Л. И. Подгайской и В. А. Игнатова [15] опубликованы итоги контент-анализа информации, приведенной в 2018 г. в белорусских СМИ. Анализировались частота и характер опубликованных материалов по вопросам предпринимательства. Изучение проблемы показало, что в СМИ с наибольшим охватом аудитории предпринимательство представлено в целом положительно или сбалансировано. В исследовании показано, что за счет повышения общественного статуса предпринимателей увеличивается количество желающих создать свой бизнес.

Рассмотрм некоторые работы отечественных исследований по рассматриваемой проблеме. По мнению Ю. Э. Клейменовой [16], существуют два варианта оценки успешности карьеры предпринимателя: экономический, связанный с прибыльностью, рентабельностью; связанный с другими экономическими показателями и степенью реализации предпринимателем его личных профессиональных возможностей, т. е. накопленных компетенций. Предпринимательская карьера формируется, как указано в статье А. Н. Демина и др. [17], под воздействием окружающей среды и достаточно большого числа социальных факторов, например, неудовлетворенность предыдущей работой или перемена места жительства. Социальные аспекты роли предпринимателей и смысла предпринимательской активности рассматриваются в работе О. Б. Пономарева [18]. В ней обращено внимание на значение такого явления, как предпринимательство в социальном развитии современного общества. О. Б. Пономарев делает вывод, что предприниматели всегда стараются войти в социальную элиту, используя свои возможности для повышения общественного статуса.

В статье Н. С. Жукова и др. [19] отмечается, что широкое освещение проблем малого и среднего бизнеса в СМИ способствует объединению сообщества предпринимателей, отражает накопленный положительный опыт, помогает установить диалог между этими сообществами и органами власти. Вместе с тем в этой статье сделан вывод, что федеральные СМИ проблемам малых и средних предприятий уделяют недостаточное внимание. Они сосредотачивают свое внимание на деятельности крупного бизнеса и финансовых организаций.

Классификация основных административных барьеров, которые необходимо преодолеть в начале предпринимательской деятельности в России, приведена в статье О. А. Ситникова [20]. В работе Н. В. Медведевой и К. О. Куцовой [21] приведены итоги обследования предпринимательских возможностей людей на примере Москвы. Показано, что развитие предпринимательства тормозится в связи с высокими налогами, коррупцией, административными барьерами.

Анализ проведенных ранее исследований позволил предположить, что высокий уровень каждого из рассмотренных выше показателей, характеризующих социальную значимость предпринимательства, оказывает положительное влияние на появление новых предпринимателей.

В целом проблема оценки взрослыми людьми показателей социальной значимости предпринимательства представляется актуальной. Однако оценка соответствующих показателей до настоящего времени не проводилась. Целью нашего исследования являлась оценка сложившихся в 2018 г. показателей, характеризующих социальную значимость предпринимательства в различных странах. В качестве оцениваемых показателей были рассмотрены мнения населения по следующим вопросам: предпринимательство как хороший вариант карьеры, высокий статус успешных предпринимателей, положительное отношение к предпринимательству в СМИ, легкое начало нового бизнеса.

Методы и данные

Значительную роль в изучении современного предпринимательства в различных странах играют социально-экономические исследования, проводимые в соответствии с проектом Глобального мониторинга предпринимательства (*Global Entrepreneurship Monitor*). Эти обследования включают большое количество показателей, описывающих деятельность людей, являющихся создателями своего бизнеса. В число показателей, информация по которым собиралась в процессе мониторинга, входили данные,

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

непосредственно связанные с оценкой показателей социальной значимости предпринимательства.

В нашем исследовании использовалась информация соответствующего проекта за 2018 г.[2] В этом проекте представлены данные по 48 странам, т. е. почти четверти от общего числа независимых стран. Эти страны распределены по регионам следующим образом: Европа – 20 стран, Латинская Америка – 9, Азия и Океания – 12, Африка – 5, Северная Америка – 2. Они относятся к одной из трех основных групп по уровню доходов населения: 30 стран характеризуются высокими доходами, в 11 странах наблюдались в 2018 г. доходы на среднем уровне, в 7 странах доходы населения были низкие. По каждой из стран в процессе обследования опрашивались не менее 2000 случайно выбранных представителей взрослого населения (возраст 18–64 лет).

В процессе исследования оценивались сложившиеся в 2018 г. в рассматриваемых странах значения следующих четырех показателей:

1) предпринимательство как хороший вариант карьеры: показатель описывает долю взрослых людей, которые считают, что в их стране карьера предпринимателей складывается, как правило, более успешно, чем у наемных работников;

2) высокий статус успешных предпринимателей: показатель характеризует долю взрослых людей в стране, которые считают, что успешные предприниматели имеют высокий общественный статус в социуме;

3) положительное отношение к предпринимательству в СМИ: показатель описывает долю взрослых людей, которые полагают, что в СМИ большое внимание (положительное) уделяется деятельности предпринимателей;

4) легкое начало нового бизнеса: показатель характеризует долю взрослых людей в стране, которые считают, что начало предпринимательской деятельности в их стране не связано с какими-либо трудностями.

В процессе нашего исследования тестировались три гипотезы:

1) в настоящее время сложились существенные различия в значениях каждого из указанных выше четырех показателей в различных странах;

2) значения каждого из четырех показателей не зависят от уровня экономического развития стран;

3) значения каждого из четырех показателей не определяются территориальным расположением стран.

Проверка этих гипотез основывалась на моделировании эмпирических данных с использованием функций плотности нормального распределения. Разработка указанных функций, как показывают выполненные нами ранее работы, позволяет получить несмещенные характеристики распределения изучаемых показателей. Методология использования функций плотности нормального распределения для оценки удельных показателей приведена в статьях [22; 23]. Полученные функции позволяют установить средние по рассматриваемым странам значения каждого из четырех показателей, интервалы их изменения, характерные для большинства (68 %) стран, а также перечни стран, в которых указанные показатели имеют значения более высокие, чем верхняя, и меньшие, чем нижняя границы интервалов. При разработке функций плотности нормального распределения нами использовались эмпирические данные по 48 странам, приведенные в таблице проекта Глобального мониторинга предпринимательства[3].

Результаты

В настоящей статье приведены разработанные автором модели. Разработка этих моделей основывалась на информации, собранной в процессе обследования населения различных стран по проекту Глобального мониторинга предпринимательства за 2018 г. В качестве моделей нами были разработаны зависимости, характеризующие распределение четырех исследуемых показателей по 48 рассматриваемым странам. Такие функции (y), описывающие распределение каждого из показателей (x, %), приведены далее:

– по хорошему варианту карьеры:

$$y_1(x_1) = \frac{558,12}{14,83 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_1-62,41)^2}{2\times 14,83\times 14,83}} \quad (1)$$

– по высокому статусу успешных предпринимателей:

$$y_2(x_2) = \frac{323,13}{10,82 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_2-69,53)^2}{2\times 10,82\times 10,82}} \quad (2)$$

– по отношению к предпринимательству в СМИ:

$$y_3(x_3) = \frac{430,83}{11,17 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_3-60,87)^2}{2\times 11,17\times 11,17}} \quad (3)$$

– по легкому началу бизнеса:

$$y_4(x_4) = \frac{744,17}{21,29 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_4-41,92)^2}{2\times 21,29\times 21,29}} \quad (4)$$

Для проверки качества разработанных моделей использовались три теста. Соответствующие расчеты показали, что вычисленные величины статистик по тесту Колмогорова-Смирнова расположены в интервале от 0,051 до 0,069. Эти значения меньше, чем табличная величина, составляющая 0,152 (уровень значимости 0,05). Расчетные значения по тесту Пирсона составляют от 0,938 до 3,676, что меньше табличной величины (9,49). Вычисленные величины статистик по тесту Шапиро-Вилка превышают табличное значение 0,93

[2] Там же.

[3] Там же.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

(при уровне значимости 0,01). Эконометрический анализ по указанным трем тестам показал высокое качество каждой из функций (1)–(4).

С использованием функций плотности нормального распределения (1)–(4) были получены оценки, показывающие достигнутые в 2018 г. значения показателей, характеризующих социальную значимость предпринимательства в различных странах (табл.). Средние значения приведены в столбце 2, а в столбце 3 этой таблицы приведены интервалы изменения значений показателей по большинству (68 %) стран.

Табл. Значения показателей, характеризующих социальную значимость предпринимательства в 2018 г., %
Tab. Values of indicators that characterize the social significance of entrepreneurship in 2018, %

Показатель	Среднее значение	Значения, характерные для большинства стран
Предпринимательство как хороший вариант карьеры	62,41	47,58–77,27
Высокий статус успешных предпринимателей	69,53	58,71–80,35
Положительное отношение к предпринимательству в СМИ	60,87	49,70–72,04
Легкое начало бизнеса	41,92	20,63–63,21

Среднее по странам значение доли взрослых людей, воспринимающих предпринимательство как хороший вариант карьеры составляло в 2018 г. 62,41 %. То есть почти две трети опрошенных в 48 странах людей видели в предпринимательстве хорошую альтернативу наемному труду. Уровень указанного показателя больше, чем верхняя граница интервала (от 79 % до 95 %), отмечался в таких странах, как Судан, Таиланд, Турция, Нидерланды, Польша, Мадагаскар и Гватемала. В этих странах почти четыре пятых населения положительно воспринимают карьеру предпринимателей. Эти страны расположены в Африке (Судан, Мадагаскар), Азии (Таиланд, Турция), Европе (Нидерланды, Польша) и Латинской Америке (Гватемала). В них отмечались высокие (Нидерланды, Польша), средние (Турция, Гватемала, Таиланд) и низкие (Судан, Мадагаскар) доходы населения. Здесь и далее данные по доходам населения в 2018 г. принимались по информации, приведенной в проекте Глобального мониторинга предпринимательства. Значения показателя доли взрослых людей, воспринимающих предпринимательство как хороший вариант карьеры, меньше, чем нижняя граница интервала, имели место в Пуэрто-Рико, Японии, Иране, Панаме, Швейцарии и Словакии. Следовательно, в этих странах перспективы карьеры предпринимателя оцениваются населением достаточно пессимистично. Эти страны расположены в Латинской Америке (Пуэрто-Рико, Панама), Азии (Япония, Иран) и Европе (Швейцария, Словакия). В них имели место высокие (Швейцария, Словакия, Япония, Панама) и средние (Иран, Пуэрто-Рико) доходы населения.

Средняя по рассматриваемым странам доля людей, считающих, что успешные предприниматели имеют высокий общественный статус, составила 69,53 %. Только три человека из десяти считают статус предпринимателей в своих странах недостаточно высоким. Максимальные значения показателя (от 75 % до 85 %) имели место в 2018 г. в таких странах, как Ангола, Иран, Судан, Колумбия, Израиль, Ирландия. Эти страны расположены в Латинской Америке (Колумбия), Азии (Иран, Израиль), Африке (Ангола, Судан) и Европе (Ирландия). В них были высокие (Израиль, Ирландия), средние (Иран, Колумбия) и низкие (Ангола, Судан) доходы населения. Относительно низкие значения показателя высокого общественного статуса предпринимателей (от 43 % до 53 %) отмечались в Хорватии, Панаме, Уругвае, Испании, Аргентине, Японии и Пуэрто-Рико. Необходимо отметить, что даже в этих странах около половины опрошенных указывали на высокий общественный статус успешных предпринимателей. Указанные страны расположены в Латинской Америке (Панама, Уругвай, Испания, Аргентина, Пуэрто-Рико), Азии (Япония) и Европе (Испания, Хорватия). В них были высокие (Испания, Хорватия, Панама, Уругвай, Аргентина, Япония) и средние (Пуэрто-Рико) доходы населения.

Среднее по 48 странам значение показателя положительного отношения к предпринимательству в СМИ составило 60,87 %. Значения этого показателя выше верхней границы интервала отмечались в таких странах, как ОАЭ, Ирландия, США, Канада, Тайвань, Словения, Индонезия, Пуэрто-Рико, Таиланд. В этих странах около трех четвертей опрошенного населения отмечали, что многие публикации СМИ в их стране были посвящены предпринимателям. Указанные страны расположены в Северной Америке (США, Канада), Латинской Америке (Пуэрто-Рико), Азии (ОАЭ, Тайвань, Индонезия, Таиланд) и Европе (Словении, Ирландии). В них отмечены высокие (США, Канада, ОАЭ, Тайвань, Словения, Ирландия), средние (Пуэрто-Рико, Таиланд) и низкие (Индонезия) доходы населения. Немногим менее половины опрошенных соглашались с предположением о положительном отношении СМИ к предпринимательству в Болгарии, Аргентине, Панаме, Польше, Швейцарии, России, Люксембурге и Испании. Эти страны расположены в Латинской Америке (Аргентина, Панама) и Европе (Болгария, Польша, Швейцария, Россия, Люксембург, Испания). В них имели место высокие (Аргентина, Панама, Польша, Швейцария, Люксембург, Испания) и средние (Болгария, Россия) доходы населения.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

Средняя величина доли взрослых людей, которые соглашались с утверждением о легком начале предпринимательской деятельности, составила в 2018 г. 41,92 %. Соответственно, более половины опрошенных людей считали, что в их странах есть существенные препятствия на пути создания нового бизнеса. Вместе с тем в 6 странах (Саудовская Аравия, Таиланд, Индонезия, Швеция, Польша, Нидерланды) две трети населения считали начало нового бизнеса легким. Первые три страны расположены в Азии, а остальные – в Европе. В них были высокие (Швеция, Польша, Саудовская Аравия, Нидерланды), средние (Таиланд) и низкие (Индонезия) доходы населения. Наиболее пессимистические оценки (от 12 % до 20 %) имели место в таких странах, как Греция, Иран, Болгария, Австрия, Хорватия, Италия, Китай, Израиль, Словакия и Уругвай. Они расположены в Европе (Греция, Болгария, Австрия, Италия, Словакия), Азии (Иран, Китай, Израиль) и Латинской Америке (Уругвай). В этих странах отмечались высокие (Греция, Болгария, Австрия, Италия, Словакия Израиль и Уругвай), средние (Китай, Иран, Болгария) и низкие (Индонезия) доходы населения.

Приведенные в столбце 3 таблицы данные показали наличие существенных различий в значениях каждого из четырех показателей социальной значимости предпринимательства по странам. Таким образом, можно сделать вывод, что выдвинутая ранее гипотеза 1 нашла свое подтверждение. Анализ перечней стран, для которых характерны высокие и низкие значения по каждому из четырех показателей, приведенный выше, показал отсутствие связей между этими значениями и уровнем экономического развития стран, а также территориальным расположением стран. Это позволило сделать вывод о том, что гипотезы 2 и 3 получили свое подтверждение.

В процессе исследования был проведен сравнительный анализ показателей социальной значимости предпринимательства в различных странах с учетом взаимных связей между рассматриваемыми показателями. Проведенный анализ показал, что во многих странах нет взаимосвязи уровней показателей, характеризующих статус успешных предпринимателей, и предпринимательства как хорошей карьеры людей. В ряде стран предприниматели могут иметь высокий общественный статус, но опрошенные люди полагают, что карьера предпринимателя им не интересна. Такая ситуация обусловлена рядом причин, например, тем, является ли предпринимательство широко доступным, или им могут заниматься только избранные. Большое влияние на положительные перспективы карьеры предпринимателя оказывают условия внешней среды, такие как институциональные аспекты начала бизнеса, уровень конкуренции, размер и восприимчивость рынка. Важную роль играет наличие других вариантов карьеры. Например, если в обществе имеются хорошие рабочие места, предпринимательство может выглядеть менее привлекательным, особенно если перспективы получения высоких доходов от собственного бизнеса низки или непредсказумы. В Японии отмечаются низкие уровни по обоим показателям. С другой стороны, жители Тайваня скорее склонны считать предпринимательство хорошей карьерой, чем полагать, что успешные предприниматели имеют высокий статус. В Республике Корея относительно высокие показатели по статусному показателю, т. е. успешные предприниматели пользуются большим уважением, но предпринимательство невысоко ценится в качестве профессии. В большинстве стран Европы и Северной Америки от двух третей до трех четвертей населения считают, что успешные предприниматели обладают высоким статусом. Однако большинство европейских и североамериканских стран демонстрируют более низкий уровень отношения к созданию собственного бизнеса, чем к статусу предпринимателя. Это свидетельствует о том, что многие люди высоко ценят предпринимателей, однако не считают, что на такой эксперимент они могут отважиться.

В большинстве стран Латинской Америки и Карибского бассейна от 50 % до 90 % населения рассматривают предпринимательство в качестве хорошего варианта профессиональной деятельности, т. е. эта альтернатива привлекательна для многих людей. Вместе с тем меньшее количество опрошенных в этих странах (от 46 % до 60 %) полагают, что успешные предприниматели имеют высокий общественный статус. Колумбия выделяется тем, что мнение опрошенных демонстрирует высокое значение показателя статуса предпринимателей (84 %), при этом несколько ниже значение первого показателя (69 %) карьеры. Такое положение еще более заметно в Пуэрто-Рико, где более 50 % отметили, что предприниматели имеют высокий статус, но только около 20 % оцениают предпринимательство в качестве хорошей карьеры.

Регион Ближнего Востока и Африки отличается в целом высокими значениями первого и второго показателей. Несколько другая ситуация в Иране, где значения первого показателя (39 %) карьеры составляет менее половины от уровня показателя статуса (80 %).

В некоторых странах имеет место связь между предположением, что новый бизнес открыть легко, и мнением о предпринимательской деятельности в качестве хорошей карьеры. То есть беспрепятственное начало предпринимательской деятельности позволяет считать ее лучшим вариантом для получения доходов. Две трети взрослых людей в Индонезии и Таиланде полагают, что начать бизнес легко, а еще больше имеют мнение о хорошей оценке предпринимательства как пути карьерного роста. В Нидерландах и Польше большинство людей считают, что они могут легко начать свой бизнес, и это привлекательный способ заработать на жизнь. В Иране трудности, связанные с открытием собственного дела, могут объяснять относительно низкое (40 %) значение первого показателя. В некоторых странах между этими двумя (четвертым и первым) показателями наблюдаются заметные

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

различия. В Греции и Израиле население высказало предположение, что начать бизнес непросто, однако около двух третей взрослого населения согласилось с утверждением, что предпринимательство является привлекательным или по крайней мере наилучшим вариантом трудоустройства. И наоборот, Швеция является примером страны, где только менее половины сочли предпринимательство хорошим выбором карьеры, несмотря на то, что три четверти взрослого населения отметили, что начать бизнес легко. Это свидетельствует о том, что могут существовать более привлекательные альтернативы карьере предпринимателя, и люди с меньшей вероятностью ориентируются на создание своего бизнеса.

Внимание СМИ порождает осведомленность о предпринимательстве и может повысить интерес к этой деятельности в обществе. В двух соседних странах Азии, а именно Индонезии и Таиланде, наблюдается совпадение высоких уровней информационной открытости предпринимательства (более 80 %) и статуса успешных предпринимателей (более 74 %). Во многих европейских странах около половины взрослых людей заявляют о положительной оценке СМИ предпринимательства. Более половины опрошенных в каждой из этих стран считает, что успешные предприниматели имеют высокий общественный статус. Мнения о положительной характеристике предпринимателей в СМИ в Латинской Америке сильно различаются (от 44 % до 81 %). При этом в Пуэрто-Рико наблюдается высокое значение соответствующего показателя (81 %) при относительно низком значении показателя статуса успешных предпринимателей (53 %) и маленьких значениях первого и четвертого показателей (21 % и 24 %).

Определенный интерес представляет сравнительный анализ значений четырех рассматриваемых показателей социальной значимости предпринимательства по России и средних значений этих показателей по другим странам. Он показал, что в России и большинстве зарубежных стран близки мнения людей, что предпринимательство является хорошим вариантом карьеры (68 % и 62 %), что для успешных предпринимателей характерен высокий общественный статус (68 % и 70 %). Показатель, характеризующий положительное отношение к предпринимательству в СМИ, в России (49 %) ниже среднего значения по зарубежным странам (61 %). Аналогичные выводы по первым трем рассматриваемым показателям сделаны в Национальном отчете «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2016» [24]. Еще значительнее отличаются взгляды россиян на легкость начала нового бизнеса (21 %) от мнения населения других стран (42 %). Такая ситуация во многом обусловлена тем, что, как указывается в исследованиях К. В. Скирдина [25], Д. Д. Ступиной [26] и Е. Л. Шульгиной [27], в настоящее время в России еще существуют барьеры, затрудняющие создание нового бизнеса. Аналогичный вывод сделан и в Национальном отчете [24], в котором указывается, что более 70 % людей, положительно оценивших высокий статус и привлекательность карьеры предпринимателя, указали на отсутствие благоприятных возможностей и наличие трудностей в создании своего бизнеса.

Заключение

Проведенное исследование достигло поставленной цели:

- определены средние значения и интервалы изменения по большинству стран значений четырех показателей, характеризующих социальную значимость предпринимательства;
- наибольшие средние по странам значения характерны для следующих показателей: предпринимательство как хороший вариант карьеры; высокий статус успешных предпринимателей; положительное отношение к предпринимательству в СМИ;
- наименьшее среднее по странам значение характерно для такого показателя, как легкое начало нового бизнеса;
- значения каждого из четырех показателей социальной значимости предпринимательства существенно дифференцированы по 48 рассматриваемым странам;
- подтверждено отсутствие связей значений каждого из рассмотренных показателей с уровнем доходов населения в конкретных странах и их территориальным расположением.

Результаты исследования показали необходимость решения в России следующих задач:

- повышение внимания СМИ к проблемам предпринимательства, в том числе описание положительной роли предпринимателей в экономике и обществе;
- совершенствование нормативно-правовой базы предпринимательства, снижение административных барьеров во всех видах экономической деятельности.

Полученные результаты исследования имеют определенное теоретическое и прикладное значение. Разработанные функции плотности нормального распределения могут быть использованы в последующих исследованиях. Полученные новые знания могут применяться в образовательной деятельности высших и средних специальных учебных заведений. Правительство, региональные и муниципальные органы власти могут применять результаты исследования при разработке и реализации проектов и программ стимулирования предпринимательской активности.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

Литература

1. Decker R., Haltiwanger J., Jarmin R., Miranda J. The role of entrepreneurship in US job creation and economic dynamism // Journal of Economic Perspectives. 2014. Vol. 28. № 3. P. 3–24. DOI: 10.1257/jep.28.3.3
2. Simon-Moya V., Revuelto-Taboada L., Ribeiro-Soriano D. Influence of economic crisis on new SME survival: reality or fiction? // Entrepreneurship and Regional Development. 2016. Vol. 28. № 1-2. P. 157–176. DOI: https://doi.org/10.1080/08985626.2015.1118560
3. De Carolis D. M., Saparito P. Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: a theoretical framework // Entrepreneurship: theory and practice. 2006. Vol. 30. № 1. P. 41–56.
4. Anderson A. R., Miller C. J. "Class matters": human and social capital in the entrepreneurial process // Journal of Socio-Economics. 2003. Vol. 32. № 1. P. 17–36.
5. Downing S. The social construction of entrepreneurship: Narrative and dramatic processes in the coproduction of organizations and identities // Entrepreneurship: theory and practice. 2005. Vol. 29. № 2. P. 185–204. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00076.x
6. Rantanen T., Toikko T. Social values, societal entrepreneurship attitudes and entrepreneurial intention of young people in the Finnish welfare state // Poznan University of Economics Review. 2013. № 1. P. 8–25.
7. Eckhardt J., Shane S. A. Opportunities and entrepreneurship // Journal of Management. 2003. Vol. 29. № 3. P. 333–349.
8. Padovez-Cualheta L., Borges C., Camargo A., Tavares L. An entrepreneurial career impacts on job and family satisfaction // RAUSP Management Journal. 2019. Vol. 54. № 2. P. 125–140. DOI: https://doi.org/10.1108/rausp-09-2018-0081
9. Binder M., Coad A. Life satisfaction and self-employment: a matching approach // Small Business Economics. 2013. Vol. 40. № 4. P. 1009–1033. DOI: 10.1007/s11187-011-9413-9
10. Summers D. The economic impact of entrepreneurship: setting realistic expectations // Academy of Entrepreneurship Journal. 2015. Vol. 21. № 2. P. 99–107.
11. Burton M. D., Sorensen J. B., Dobrev S. D. A career perspective on entrepreneurship // Entrepreneurship: theory and practice. 2016. vol. 40. № 2. P. 237–247. DOI: 10.1111/etap.12230
12. Zwan P. van der, Hessels J., Rietveld C. A. Self-employment and satisfaction with life, work, and leisure // Journal of Economic Psychology. 2018. Vol. 64. P. 73–88.
13. Barazandeh M., Parvizian K., Alizadeh M., Khosravi S. Investigating the effect of entrepreneurial competencies on business performance among early stage entrepreneurs Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010 survey data) // Journal of Global Entrepreneurship Research. 2015. Vol. 5. № 18. P. 1–12. DOI: https://dx.doi.org/10.1186/s40497-015-0037-4
14. Korsgaard S., Anderson A. R. Enacting entrepreneurship as social value creation // International Small Business Journal. 2011. Vol. 29. № 2. P. 135–151.
15. Подгайская Л. И., Игнатов В. А. Формирование общественного мнения в СМИ о белорусском предпринимательстве // Подільський науковий вісник. 2018. № 4. С. 194–211.
16. Клейменова Ю. Э. Влияние корпоративного социального капитала на карьеру в малом бизнесе // Вестник университета. 2016. № 7-8. С. 263–270.
17. Демин А. Н., Шелехова Л. В., Седикова О. А. Процесс становления карьеры предпринимателя // Проблемы современного педагогического образования. 2017. № 55-7. С. 245–257.
18. Пономарев О. Б. Социальная роль предпринимателя в экономике // Научное обозрение. 2015. № 6. С. 299–311.
19. Жуков Н. С., Егорова В. Ю., Лисица В. Э. Роль деловых СМИ в отражении проблем малого и среднего предпринимательства в сфере агропромышленного комплекса // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: электронный сборник статей по мат-лам LX студенч. Междунар. науч.-практ. конф. (Новосибирск, 14–24 декабря 2017 г.) Новосибирск: Сибирская академическая книга, 2017. Т. 12. С. 275–277.
20. Ситников О. А. Сущность и классификация административных барьеров в развитии малого и среднего бизнеса // Научный альманах. 2017. № 7-1. С. 52–57. DOI: 10.17117/na.2017.07.01.052
21. Медведева Н. В., Куцова К. О. Исследование предпринимательской активности граждан в Российской Федерации: ограничения и потенциальные возможности // Мир экономики и управления. 2017. Т. 17. № 3. С. 112–120. DOI: 10.25205/2542-0429-2017-17-3-112-120
22. Пиньковецкая Ю. С. Моделирование показателей деятельности малого и среднего предпринимательства в регионах с использованием функции плотности нормального распределения // Проблемы развития территории. 2015. № 6. С. 93–107.
23. Пиньковецкая Ю. С. Некоторые закономерности развития малых и средних предприятий в 2011 году // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2013. № 4-1. С. 29–37.
24. Верховская О. Р., Богатырева К. А., Кнатько Д. М., Дорохина М. В., Шмелева Э. В. Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2018/2019». 2019. 92 с.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

25. Скирдин К. В. Экономические барьеры, мешающие развитию отечественного малого бизнеса в рамках «зеленой экономики» // Science Time. 2016. № 8. С. 124–126.
26. Ступина Д. Д. Социальные практики малого бизнеса в преодолении административных барьеров // Научный форум: юриспруденция, история, социология, политология и философия: сб. ст. по мат-лам V Междунар. заоч. науч.-практ. конф. (Москва, 13–23 апреля 2017 г.) М.: МЦНО, 2017. С. 11–17.
27. Шульгина Е. Л. Барьеры, сдерживающие развитие бизнеса в России // Экономика и социум: современные модели развития. 2016. № 12. С. 138–143.

original article

Social Significance of Entrepreneurship in Different Countries

Iuliia S. Pinkovetskaia [a, @]
[a] Ulyanovsk State University, Russia, Ulyanovsk
[@] judy54@yandex.ru

Received 17.01.2020. Accepted 17.02.2020.

Abstract: The social values of entrepreneurship that have developed in different countries are largely determined by two factors: whether the population perceives the current conditions as favorable for starting business and whether the current situation stimulates business. The research objective was to assess the social values of entrepreneurship that have developed in different countries. The author conducted a sociological survey asking respondents to agree or disagree with the following four statements: 1) Entrepreneurship is a good career option; 2) Successful intrepreneurs have a high social status; 3) The media transmit a positive attitude to entrepreneurship; 4) It is easy to start your own business in your country. The study used information from a global entrepreneurship monitoring conducted in 48 countries in 2018. Three hypotheses were tested using mathematical models that represented the density functions of the normal distribution. Four indicators that characterize the social values of entrepreneurship were used to determine their average values for the countries under consideration. The survey made it possible to identify countries with high and low values of the indicators. The article includes a comparative analysis of these indicators for Russia and foreign countries. They appeared to differ significantly from country to country. The research proved that there was no correlation between the values of the indicators and such factors as the level of income and territorial location.

Keywords: entrepreneurial career, status of successful entrepreneurs, starting a business, media, Global entrepreneurship monitoring

For citation: Pinkovetskaia Iu. S. Social Significance of Entrepreneurship in Different Countries. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 53–61. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

References

1. Decker R., Haltiwanger J., Jarmin R., Miranda J. The role of entrepreneurship in US job creation and economic dynamism. *Journal of Economic Perspectives,* 2014, 28(3): 3–24. DOI: 10.1257/jep.28.3.3
2. Simon-Moya V., Revuelto-Taboada L., Ribeiro-Soriano D. Influence of economic crisis on new SME survival: reality or fiction? *Entrepreneurship and Regional Development*, 2016, 28(1-2): 157–176. DOI: https://doi.org/10.1080/08985626.2015.1118560
3. De Carolis D. M., Saparito P. Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: a theoretical framework. *Entrepreneurship: theory and practice*, 2006, 30(1): 41–56.
4. Anderson A. R., Miller C. J. "Class matters": human and social capital in the entrepreneurial process. *Journal of Socio-Economics*, 2003, 32(1): 17–36.
5. Downing S. The social construction of entrepreneurship: Narrative and dramatic processes in the coproduction of organizations and identities. *Entrepreneurship: theory and practice*, 2005, 29(2): 185–204. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00076.x
6. Rantanen T., Toikko T. Social values, societal entrepreneurship attitudes and entrepreneurial intention of young people in the Finnish welfare state. *Poznan University of Economics Review,* 2013, (1): 8–25.

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-53-61

7. Eckhardt J., Shane S. A. Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 2003, 29(3): 333–349.
8. Padovez-Cualheta L., Borges C., Camargo A., Tavares L. An entrepreneurial career impacts on job and family satisfaction. *RAUSP Management Journal,* 2019, 54(2): 125–140. DOI: https://doi.org/10.1108/rausp-09-2018-0081
9. Binder M., Coad A. Life satisfaction and self-employment: A matching approach. *Small Business Economics*, 2013, 40(4): 1009–1033. DOI: 10.1007/s11187-011-9413-9
10. Summers D. The economic impact of entrepreneurship: setting realistic expectations. *Academy of Entrepreneurship Journal,* 2015, 21(2): 99–107.
11. Burton M. D., Sorensen J. B., Dobrev S. D. A career perspective on entrepreneurship. *Entrepreneurship: theory and practice,* 2016, 40(2): 237–247. DOI: 10.1111/etap.12230
12. Zwan P. van der, Hessels J., Rietveld C. A. Self-employment and satisfaction with life, work, and leisure. *Journal of Economic Psychology*, 2018, 64: 73–88.
13. Barazandeh M., Parvizian K., Alizadeh M., Khosravi S. Investigating the effect of entrepreneurial competencies on business performance among early stage entrepreneurs Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010 survey data). *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 2015, 5(18): 1–12. DOI: https://dx.doi.org/10.1186/s40497-015-0037-4
14. Korsgaard S., Anderson A. R. Enacting entrepreneurship as social value creation. *International Small Business Journal*, 2011, 29(2): 135–151.
15. Podgayskaya L. I., Ignatov V. A. Formation of public opinion in the media about Belarusian entrepreneurship. *Podolsky Scientific Herald*, 2018, (4): 194–211. (In Russ.)
16. Kleymenova J. E. The influence of corporate social capital in the career building in small business. *Vestnik universiteta,* 2016, (7-8): 263–270. (In Russ.)
17. Demin A. N., Shelekhova L. V., Sedikova O. A. The process of formation of entrepreneurial career. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniia,* 2017, (55-7): 245–257. (In Russ.)
18. Ponomarev O. B. Social role of an entrepreneur in economy. *Scientific review*, 2015, (6): 299–311. (In Russ.)
19. Zhukov N. S., Egorova V. Iu., Lisitsa V. E. The Role of business media in reflecting the problems of small and medium businesses in the field of agro-industrial complex. *Scientific community of students of the XXI century. Humanities*: Proc. LX student Intern. Sci.-Prac. Conf., Novosibirsk, December 14–24, 2017. Novosibirsk: Sibirskaia akademicheskaia kniga, 2017, vol. 12, 275–277. (In Russ.)
20. Sitnikov O. A. The nature and classification of administrative barriers in development of small and medium business. *Science Almanac*, 2017, (7-1): 52–57. (In Russ.) DOI: 10.17117/na.2017.07.01.052
21. Medvedeva N. V., Kutsova K. O. Research of entrepreneurial activity of citizens in the Russian Federation: restrictions and potential opportunities. *World of Economics and Management*, 2017, 17(3): 112–120. (In Russ.) DOI: 10.25205/2542-0429-2017-17-3-112-120
22. Pinkovetskaia I. S. Modeling the performance of small and medium entrepreneurship in regionsby using density function of normal distribution. *Problemy razvitiia territorii*, 2015, (6): 93–107. (In Russ.)
23. Pinkovetskaia I. S. Some regularities of development small and medium enterprises in 2011 year. *Izvestiia TulGU. Economicheskie i iuridicheskie nauki,* 2013, (4-1): 29–37. (In Russ.)
24. Verkhovskaya O. R., Bogatyreva K. A., Knatko D. M., Dorokhina M. V., Shmeleva E. V. *National report "Global monitoring of entrepreneurship. Russia 2018/2019"*. 2019, 92. (In Russ.)
25. Skirdin K. V. Economic barriers that hinder the development of domestic small business within the "green economy". *Science Time*, 2016, (8): 124–126. (In Russ.)
26. Stupina D. D. Social practices of small business in overcoming of administrative barriers. *Scientific forum: jurisprudence, history, sociology, political science, and philosophy*: Proc. V Intern. Corresp. Sci.-Prac. Conf., Moscow, April 13–23, 2017. Moscow: MTsNO, 2017, 11–17. (In Russ.)
27. Shulgina E. L. Barriers, hindering the development of business in Russia. *Economics and society: contemporary models of development*, 2016, (12): 138–143. (In Russ.)

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

оригинальная статья
УДК 332.14(332.122:338.45)

Теория и методология стратегической модернизации промышленных регионов *

Анатолий О. Акулов [a, @, ID1]; Анна Н. Челомбитко [a, ID2]
[a] Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
[@] akuanatolij@yandex.ru
[ID1] https://orcid.org/0000-0002-2301-7943
[ID2] https://orcid.org/0000-0001-6119-0299

Поступила в редакцию 30.12.2019. Принята к печати 04.03.2020.

Аннотация: Проблемы разработки и реализации документов стратегического планирования промышленных регионов России, предполагающих их стратегическую модернизацию, во многом связаны с качеством теоретико-методологического базиса, использованием самых современных представлений о факторах и траекториях развития регионов такого типа. Целью исследования является систематизация представлений о современных теоретико-методологических основах стратегической модернизации промышленных регионов. Установлено, что успех стратегической модернизации обусловлен значительным числом факторов, включающих как конкурентные преимущества, так и усилия органов власти. Известны два варианта стратегической модернизации промышленных регионов: комплексная диверсификация и «умная специализация», – зависящие от емкости местного рынка, экономико-географического положения, пространственной значимости региона. Особую роль в стратегической модернизации играет использование существующего опыта индустриальной культуры для решения новых производственных задач. Анализ кейсов наиболее успешной стратегической модернизации промышленных регионов Западной Европы (Уэст-Йоркшир, Нор и Па-де-Кале, Саар) показал, что их конкурентные преимущества (наличие агломераций, выгодное транспортно-географическое положение, пространственная значимость) позволили провести полномасштабную диверсификацию экономики с развитием сектора услуг и инновационной деятельности. В большинстве промышленных регионов России это невозможно. Поэтому для них перспективна «умная специализация» и развитие индустриальной культуры, а также формирование собственной инновационной экосистемы, расширяющей возможности производственного комплекса. Наряду с этим целесообразны ревитализация наиболее проблемных частей регионов (районов, городов), развитие межрегионального подхода к стратегической модернизации промышленных регионов, дальнейшее формирование инновационных экосистем.

Ключевые слова: диверсификация, стратегия, конкурентные преимущества, умная специализация, индустриальная культура, социально-экономическое состояние, сбалансированное развитие

Для цитирования: Акулов А. О., Челомбитко А. Н. Теория и методология стратегической модернизации промышленных регионов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 62–73. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

Введение

Длительный период развития как российской, так и многих зарубежных национальных экономик привел к формированию значительного числа промышленных (индустриальных) регионов с характерными для них проблемами, ограничениями, барьерами роста [1–3]. Доминирование промышленных регионов, по большому счету сложившихся вокруг крупнейших предприятий вторичного сектора, рассматривается в качестве важнейшей проблемы, особенно в странах с переходной экономикой. Поэтому в качестве одной из основных национальных и региональных задач позиционируется стратегическая модернизация таких регионов. Под стратегической модернизацией принято понимать систему прогрессивных преобразований промышленного региона, включая диверсификацию экономики, повышение ее сбалансированности, развитие постиндустриальных форматов деятельности, гармонизацию интересов промышленного бизнеса, местного сообщества. Связанные с этим цели и задачи постоянно фигурируют в документах стратегического планирования различных периодов и уровней [4; 5].

* Статья подготовлена по результатам выполнения научно-исследовательской работы, финансируемой из средств ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет» на тему «Система показателей оценки социально-экономического состояния региона и реализации стратегии его развития (на примере Кемеровской области)».

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

Несмотря на весомые усилия, выделение существенных ресурсов, высокую активность органов государственной власти и экспертного сообщества в вопросах развития промышленных регионов, в настоящее время очень сложно назвать успешные российские кейсы стратегической модернизации (субъектов РФ и крупных муниципальных образований) такого типа. Хрестоматийным примером может выступить Кемеровская область – Кузбасс. Стратегические цели изменения монопрофильной структуры, гармонизации экономических, экологических, социальных интересов, дополнения угольно-металлургического комплекса новыми видами деятельности ставились здесь как минимум с перестроечных лет.

Вполне развернуто до сих пор актуальные задачи стратегической модернизации экономики Кемеровской области – Кузбасса были представлены еще в известной работе С. И. Александрова, Г. Н. Речко, Ю. А. Фридмана [6], вышедшей в 1991 г. В частности, шла речь о комплексном (а не однобоком) развитии производительных сил Кемеровской области, ускорении научно-технического прогресса, интенсификации народного хозяйства, социально-экологических проблемах. Если не обращать внимания на частичную архаику терминологии, содержательно эти направления вполне актуальны и в настоящее время, поскольку речь идет о диверсификации экономики, повышении производительности труда, внедрении современных технологий. Не случайно в гораздо более «свежем» исследовании весьма справедливо повторяются во многом те же важнейшие для Кемеровской области – Кузбасса цели: конвертация сырьевого (угольного) роста в уровень и качество жизни людей, экономика знаний, инновационная модернизация [7].

Если более чем 25 лет усилий по стратегической модернизации экономики Кемеровской области – Кузбасса привели к весьма ограниченным результатам (фактически монопрофильная структура экономики лишь укреплялась), то логично предположить, что необходимо переосмысление традиционных подходов с привлечением как самых современных теоретико-методологических достижений, так и кейсов зарубежных индустриальных регионов. Это позволит существенно развить, обогатить представления о причинно-следственных связях, механизмах, лежащих в основе развития промышленных регионов, более доказательно говорить о конкретных механизмах воздействия со стороны органов власти.

Необходимость развития теоретических и методологических основ стратегической модернизации промышленных регионов связана и с тем, что на местах далеко не всегда используются самые современные подходы, разработки, актуальный зарубежный опыт. Напротив, популярны идеи начала прошлого века. Как отмечает в этом контексте член-корреспондент РАН В. Н. Лаженцев, «А. Лёш у нас более известный ученый, чем в самой Германии» [8, с. 186]. Поэтому целесообразно дальнейшее исследование теории и методологии стратегической модернизации промышленных регионов в контексте проекции на отечественные реалии.

Цель работы – систематизация представлений о современных теоретико-методологических основах стратегической модернизации промышленных регионов, с учетом мирового опыта и российской специфики. Для реализации этой цели были решены следующие задачи:

- проведен анализ существующих в мировой практике подходов к стратегической модернизации промышленных регионов;
- проанализированы кейсы стратегической модернизации промышленных регионов стран со зрелой рыночной экономикой;
- сформулированы рекомендации по развитию подходов к стратегической модернизации промышленных регионов России.

Основные подходы к стратегической модернизации промышленных регионов в странах со зрелой рыночной экономикой

Терминологическая дискуссия не входит в число исследовательских вопросов данной работы, однако оговорим отдельные базовые понятия. Следует учитывать, что зарубежная академическая традиция использования термина *industrial region* характеризуется отсутствием отличий между собственно промышленным и индустриальным содержанием (эти понятия переводятся одинаково), а также более свободной и гибкой трактовкой региональных границ. Если в отечественной литературе *регион* однозначно ассоциирован с субъектом РФ, то, например, в США в случае крупнейших промышленных регионов речь идет о территориях, совершенно не совпадающих с границами штатов [9].

Термин *стратегическая модернизация* далеко не всегда адекватен проблемам более широкого понятия – *стратегического развития индустриальных регионов*. Во-первых, последнее в значительной степени связано с социальной организацией, а не только технологией или экономикой. Во-вторых, это понятие довольно западноцентрично, ибо предполагает наличие «отстающих» обществ, которые должны будут «догнать» страны со зрелой рыночной экономикой[1]. Можно добавить, что понятие модернизации возникло для характеристики промышленной революции. Поэтому в рамках исследования для нас будут представлять интерес работы не только по стратегической модернизации, но и в целом по экономическому развитию промышленных регионов.

Особенности развития промышленных регионов (как их иногда называют за рубежом, «ржавых поясов») изучаются достаточно давно. Можно констатировать, что во всем мире существуют сходные тренды и проблемы.

[1] Kumar K. Modernization // Encyclopædia Britannica. Режим доступа: https://www.britannica.com/topic/modernization (дата обращения: 02.12.2019).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

В масштабном исследовании 34 промышленных регионов США в 2001 г. было показано, что они сформировались вокруг отдельной отрасли или компании, пережили период процветания и затем испытали резкий спад в силу кризиса базовых предприятий. Основным фактором развития системного социально-экономического кризиса в данном случае выступало сокращение спроса на рабочую силу и рост безработицы [10]. Большинство регионов в такой ситуации стремилось привлечь новых инвесторов и диверсифицировать занятость. Промышленные районы и города часто воспринимаются людьми и бизнесом как токсичные, стигматизированные, непривлекательные места из-за экологических проблем и безработицы [10]. Возможность изменения ситуации зависела от скорости принятия решений (во многих сообществах они задерживались на десятилетие). Важным выводом является необходимость опережающих (преактивных) действий всего местного сообщества.

Традиционный инструмент стратегической модернизации промышленных регионов, который отмечается в подавляющем большинстве отечественных документов стратегического планирования, – это инновации, тем более что крупные промышленные центры обычно имеют определенный научно-образовательный потенциал. Трудности и ограничения этого пути хорошо иллюстрируют исследования по графству Уэст-Мидлендс (Великобритания), где в свое время прекратилась добыча угля, а затем резко упало производство автомобилей [11; 12]. Все попытки стимулировать угасающую неконкурентоспособную индустрию путем поддержки крупных компаний, привлечения инвестиций, создания инновационной инфраструктуры оказались несостоятельными. В настоящее время регион пытается создать инновационную экосистему на основе открытых инноваций, изменить работу целых отраслей.

Таким образом, ни в одной стране мира выделение ресурсов и активность органов власти сами по себе не обеспечивают стратегической модернизации промышленного региона. Современные исследования агломераций Европы позволяют говорить, что потенциал развития регионов такого типа определяется несколькими сложно управляемыми факторами: восстановлением нарушенной среды и изношенной инфраструктуры, использованием специфических местных ресурсов в малом и среднем предпринимательстве, например в «зеленом» экологическом бизнесе. В мире существует и успешный опыт реализации собственных исследований и разработок для развития новых производств на базе старых. Например, район Шеффилда (Великобритания) традиционно специализировался на производстве стали, режущего инструмента, но впоследствии эти производственные компетенции и соответствующие разработки местного университета были востребованы в сфере производства материалов для ветроэнергетики [13; 14].

Основой для комплексного развития промышленных регионов, как правило, признается создание новых рабочих мест, что видно из политики США в отношении таких территорий. В ее рамках большое внимание уделяется развитию спроса и предложения труда, как за счет предоставления натуральных стимулов нанимателям, так и гибкого подхода к дополнительному обучению местных жителей. Значимым считается, чтобы новые проекты использовали браунфилды на базе существующих промышленных сооружений [15].

Другое направление исследований стратегической модернизации промышленных регионов – уход от траектории предшествующего развития путем становления самообучающегося региона или в рамках самообучающихся кластеров. В работах данного направления отмечается, что существующие институциональные системы нацелены на сохранение даже неэффективных промышленных структур и блокируют реструктуризацию [16]. Речь идет о развитии коллективной способности к обучению на опыте предприятий и органов власти. Большое место в этом процессе отводится формированию сети взаимодействий [17].

Немаловажны в контексте стратегической модернизации промышленных регионов исследования, связанные с возможностью использовать потенциал четвертой промышленной революции, восстановить промышленный комплекс на новых принципах Индустрии 4.0. Многие специалисты считают, что такое направление развития имеет больший потенциал, чем форсирование сферы услуг и иных направлений диверсификации экономики [18]. Так, в Великобритании с 2010-х гг. серьезно меняются подходы к промышленной политике, ориентированной теперь на создание рабочих мест за счет инвестиций в передовые промышленные технологии. В частности, в английских рекомендациях по стратегическому планированию промышленных регионов указывается, что необходимо:

- создавать гармонизированную стратегию с точки зрения интересов регионов, отраслей, политических сил, разных уровней управления, чтобы избежать противоречий;
- перейти от отраслевого к национальному подходу, опираясь на достаточно широкую цифровизацию всех отраслей промышленности;
- сделать стратегии привлекательными для всех участников процесса, «продать» заинтересованным сторонам принятые стратегические решения, создать благоприятную среду и культурные ценности для реализации стратегии [19].

Однако английские исследователи отмечают связанные с этим риски вытеснения частных расходов на новые разработки и чрезмерного сокращения числа адресатов поддержки. Такая «пространственно слепая» политика, вероятнее всего, приведет к дальнейшему росту региональной асимметрии [20]. Если исходить

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

из необходимости цифровой модернизации базовых отраслей промышленных регионов (в противовес диверсификации), то документы стратегического планирования должны охватывать вопросы создания стоимости для потребителей ведущими компаниями, удлинения цепочек создания стоимости в рамках слияний и поглощений. В настоящее время идет речь о необходимости совместного развития теории стратегического менеджмента и регионального развития, которые достаточно долго были автономными научными направлениями [21], что, по-видимому, весьма актуально для любой страны мира.

С точки зрения подходов к государственной региональной политике опыт ряда стран Западной Европы показывает, что фокус региональных стратегий полностью сместился от традиционных инструментов 1950–1970-х гг., по преимуществу кейнсианского типа (инвестиционные стимулы, создание экономических зон особого статуса, субсидии, налоговые льготы и т. п.), к созданию и реализации эндогенных инноваций путем развития кластеров, инновационных экосистем, содействия созданию новых производств. Например, в Наварре (Испания), Эмилия-Романье (Италия), Фландрии (Бельгия) и Скане (Швеция) успех принесли стратегии «умной специализации» (в противовес диверсификации), основанные на науке, технологиях и инновациях [22]. С теоретических позиций именно такой путь более перспективен, поскольку инновации на технологических границах экономики снимают ограничения для роста [23]. Наиболее существенным затруднением такого пути является принципиальная возможность генерации каких-либо эндогенных инноваций.

Другой аспект стратегического планирования, активно развивающийся в современных условиях, – пересмотр роли региональных правительств и самого региона как субъекта. Эмпирически доказано, что повышение уровня самостоятельности регионов Европы как субъектов проведения определенной политики взамен отраслевого подхода имеет положительную корреляцию с успешностью развития [24]. Для того чтобы отстающие регионы приблизились к лидирующим, им потребовалось сформировать адекватную структуру публичного управления с привлечением всех заинтересованных сторон и мобилизацией ресурсов. Следовательно, стратегическая модернизация требует, во-первых, определенной региональной самостоятельности, во-вторых, согласования интересов основных экономических акторов.

Существенной проблемой промышленных регионов является ускоренная потеря человеческого капитала, в первую очередь наиболее ценной части (общая депопуляция, отток квалифицированных специалистов и талантливой перспективной молодежи), из-за негативного образа территории. Традиционно эту проблему в России стараются решать различными средствами материального стимулирования, уже мало надеясь на местный патриотизм. В противовес этому в Германии и странах Центральной Европы уже идет речь об индустриальной культуре регионального развития как системе материальных артефактов, традиций, навыков и мышления [25]. Проект *InduCult 2.0*, реализуемый в 2016–2018 гг., позволил добиться осязаемых, измеримых результатов в появлении креативных индустрий, создании рабочих мест, привлечении людей и бизнеса за счет таких направлений работы, как содействие региональной идентичности и приверженности, развитие ценностей индустриальной культуры у региональной рабочей силы и компаний, а также продвижению местного творчества [26; 27].

Нужно отметить масштабное сравнительное исследование промышленных регионов Западной Европы [28], где отмечены следующие переменные, объясняющие различия траекторий развития. Во-первых, национальная институциональная структура и ее приоритеты влияют на характеристики регионального развития. Если в Великобритании приоритетом является увеличение валового национального и регионального продукта, то на континенте (Германия, Франция, Испания) акцент делается на занятость. Во-вторых, в Великобритании осознанно проводилась политика диверсификации, что существенно изменило структуру экономики в пользу сферы услуг. В-третьих, разные типы развития промышленных регионов не обнаруживают прямой связи с принятой структурой управления; существуют более сложные зависимости между ролью регионального правительства и региональным ростом, т. е. невозможно рекомендовать унифицированный подход к организации управления регионом. Наконец, степень уникальности большинства промышленных регионов требует на современном этапе дальнейших изысканий по влиянию разных участников и групп интересов на процессы разработки документов стратегического планирования, реализацию поставленных стратегических целей [28].

Многообразие теоретико-методологических подходов к стратегической модернизации промышленных регионов предполагает также анализ практического опыта различных стран со зрелой рыночной экономикой.

Кейсы стратегической модернизации промышленных регионов Западной Европы в современных экономических условиях

Современные проблемы стратегической модернизации промышленных регионов серьезно усугубляются «новой нормальностью» с ее спросовыми, инвестиционными, финансовыми ограничениями, когда круг возможностей резко сузился. Наибольший интерес для нас будет представлять опыт 2000-х гг., который позволит лучше понять современные факторы и условия стратегической модернизации промышленных регионов.

Графство Уэст-Йоркшир и индустриальная агломерация Лидса (Великобритания). Уэст-Йоркшир сложился в качестве важнейшего промышленного региона

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

Англии в ходе первой промышленной революции. В Лидсе и других крупнейших городах сформировался крупный индустриальный комплекс, включающий добычу угля, машиностроение, химическую промышленность и текстильное производство. К 1970–1980-м гг. эти типично индустриальные виды деятельности пришли в упадок.

В период 1990–2000-х гг. экономика графства радикально преобразилась. К настоящему времени она стала высоко диверсифицированной с относительно низким удельным весом промышленного производства (выпуск автомобилей и химической продукции полностью прекратился к 2010 г.). В структуре валовой добавленной стоимости графства и его крупнейших городов доминируют сектор финансовых и связанных с ними услуг (Лидс стал вторым в Великобритании финансовым центром после Лондона), туризм, розничная торговля. Значимое место занимают выпуск продуктов питания и напитков, интернет-индустрия[2].

На первый взгляд, стратегическую модернизацию графства Уэст-Йоркшир можно рассматривать как своего рода образцовый пример развития типичного промышленного региона с самой серьезной диверсификацией экономики на основе развития третичного и четвертичного секторов. Пример Лидса, безусловно, весьма привлекателен для многих монопрофильных городов и регионов. Но насколько возможно тиражирование этого опыта? Ответ на этот вопрос зависит от условий и факторов стратегической модернизации, характерных для данного кейса. Как представляется, их можно разделить на регулирующие воздействия органов власти и объективные благоприятные условия для развития новых отраслей экономики.

Очевидными конкурентными преимуществами графства Уэст-Йоркшир и его конурбации были:

- наличие мощной интернет-инфраструктуры, которая позволила воспользоваться общемировым бумом доткомов для привлечения средств в собственную интернет-индустрию (теперь в Лидсе базируются ведущие компании такого профиля);
- значительная численность населения, сконцентрированная в городах, как следствие – емкий потребительский рынок для развития торговли и бытовых услуг;
- чрезвычайно выгодное транспортно-географическое положение;
- интересная история и наличие множества достопримечательностей;
- длительный период развития культуры и искусства (Лидс считается культурным местом номер один в Великобритании), что способствовало впоследствии появлению креативной индустрии [29].

Что касается усилий органов власти, повлиявших на стратегическую модернизацию экономики графства, необходимо отметить, что правительство Великобритании в 1990-х гг. выделяло определенные средства на развитие инфраструктуры и городской среды городов севера Англии, что повысило привлекательность конурбации Уэст-Йоркшир для инвесторов. Региональные и городские власти целенаправленно развивали Лидс как 24-часовой европейский город и столицу севера Англии, для чего в том числе стимулировалось создание новых офисных площадей, которые стали считаться наилучшими в стране по соотношению цены и качества [30]. Определенную роль сыграла практика размещения отдельных органов государственной власти Великобритании (департаменты труда и пенсий, внутренних и таможенных доходов) вне столицы.

В целом стратегическая модернизация графства, переход от индустриальной экономики к постиндустриальной объясняется выгодным местоположением, значительной численностью населения, наличием инфраструктуры и компетенций (включая развитую систему университетов), позволивших использовать потенциал потребительского рынка и привлечь фирмы из сферы деловых услуг. Большинство промышленных регионов мира не имеет подобных конкурентных преимуществ в комплексе и вряд ли сможет тиражировать данный опыт.

Этот опыт адекватен условиям крупнейших городских центров, где индустриальная экономика вполне успешно замещается постиндустриальной (в какой-то степени в России можно провести параллели с Санкт-Петербургом и Новосибирском, которые смогли компенсировать потери от кризиса традиционной индустрии). Не случайно в стратегическом плане развития Лидса и прилегающих территорий (Лидс-сити) отмечается, что его хороший рост (*good growth*) базируется по большому счету на сохранении и развитии положительных обратных связей между диверсифицированной экономикой, человеческим капиталом, потребительским рынком и благоприятной городской средой[3].

Департамент Нор и Па-де-Кале, агломерация Лилля (Франция). Этот регион являлся центром угольной промышленности и автомобилестроения Франции, имел развитую пищевую и текстильную промышленность, занимал (и занимает) важное место в качестве транспортного узла, связывающего Францию, Великобританию и страны Бенилюкса. Для решения проблем с рабочей силой в трудоемких отраслях здесь в 1970-е гг. активно строилось дешевое социальное жилье, что привлекало рабочих-мигрантов. С 1990-х гг. перерабатывающая промышленность региона столкнулась со снижающейся конкурентоспособностью, значительным давлением на рынок производителей

[2] Analysis of Leeds economy for growth strategy. Режим доступа: http://www.leedsgrowthstrategy.co.uk/wp-content/uploads/2017/04/Volterra-Leeds-Growth-Strategy-Full.pdf (дата обращения: 03.12.2019).

[3] Leeds City Region strategic economic plan, 2016–2036. Режим доступа: https://www.lepnetwork.net/media/1119/leeds-city-region-sep.pdf (дата обращения: 03.12.2019).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

из Юго-Восточной Азии, угольная отрасль испытала сильнейший кризис еще раньше (последняя шахта закрылась в 1990 г.). В регионе усугублялись социальные проблемы [31].

В течение 2000-х гг. в экономике названного департамента произошли позитивные сдвиги. Во-первых, значительную долю в валовом выпуске и занятости стали занимать оптовая и розничная торговля, финансовая сфера, деловые услуги. Во-вторых, Лиллю в основном удалось сохранить ведущие позиции во Франции в производстве продуктов питания и текстиля. Этот успех можно объяснить двумя группами конкурентных преимуществ.

Первое – дальнейшее развитие транспортной инфраструктуры на фоне выгодного местоположения (постройка Евротоннеля, связывающего Францию с Великобританией, высокоскоростная железная дорога, главный для Франции коридор в Северную Европу). Сыграла свою роль и значительная численность населения региона, развитая городская система (Лилль, Дюнкерк, Кале и др.), ставшая базой для развития сферы услуг [32]. Вторая группа конкурентных преимуществ – активная политика по обновлению и реновации (ревитализации) городской среды. Так, были привлечены значительные средства французского Национального агентства городской реабилитации, что позволило снести большое количество устаревших жилых домов, построенных в 1960–1970-х гг. Кроме того, Лилль и другие крупные города региона стали успешными примерами субурбанизации.

Лилль являлся одним из восьми городов, которые в рамках пространственной политики французского правительства были выбраны для балансирования, выравнивания национального экономического пространства с целью снизить гипертрофированную роль Парижа. С аналогичной целью был создан и город Вильнев-д'Аск в рассматриваемом регионе. В результате резко возросла привлекательность департамента Нор и Па-де-Кале, в частности для финансовых компаний и образованного населения. Определенную роль сыграла приверженность французского потребителя отечественным товарам. Существенной поддержкой региональной экономики стало и сохранение крупных автозаводов[4].

Следовательно, конкурентные преимущества, обусловившие успешную стратегическую модернизацию региона Нор и Па-де-Кале, очень близки приведенному выше примеру графства Уэст-Йоркшир: выгодное транспортно-географическое положение, наличие крупной агломерации, формирование благоприятного облика городов для привлечения сферы финансовых услуг. Существенно более высокую роль по сравнению с Великобританией сыграла целенаправленная ревитализация городской среды и государственные затраты на строительство и инфраструктуру в городах Лилль и Вильнев-д'Аск. В большинстве промышленных регионов, как отмечалось выше, представить себе подобные возможности достаточно сложно.

Федеральная земля Саар (Германия). Саар исторически складывался как классический угольно-металлургический регион. В 1980-х гг. данные отрасли оказались в глубоком кризисе. Добыча угля в Сааре прекратилась в 2012 г., значительный спад произошел и в черной металлургии. Однако в 2000-х гг. Саар вновь стал одним из наиболее успешных регионов Германии [33]. Произошла глубокая диверсификация экономики в направлении создания обширного сектора услуг и развития новых технологических компаний, в том числе в сфере информационных технологий.

На основе компетенций в сфере машиностроения и металлообработки, использования готовой промышленной инфраструктуры в регионе существенно возросло производство автомобилей и автомобильных компонентов [34]. В Сааре сформировалась продуктивная инновационная экосистема, обеспечившая создание научно-технологических основ дальнейшего развития фирм в сфере информационно-коммуникационных технологий, новых материалов. Рейтинги инновационного развития германских федеральных земель свидетельствуют, что Саар – одна из наиболее успешных территорий в создании Индустрии 4.0 [33].

В части мер государственной поддержки стратегической модернизации Саара отметим, в первую очередь, программы, предусматривающие финансирование из средств Европейского союза и собственно федерального бюджета Германии. В 2014–2020 гг. предусматривалась государственная поддержка экономики региона по следующим направлениям:

- поддержка исследований, технологического развития и инноваций (около 37 млн евро из средств Европейского союза, около 39 млн евро из национальных средств бюджета Германии);
- повышение конкурентоспособности малого и среднего предпринимательства (по 57,4 млн евро из средств Европейского союза и Германии);
- поддержка усилий по сокращению выбросов оксида углерода (24,5 млн евро из средств Европейского союза, 43,6 млн евро из национальных средств);
- комплексное устойчивое развитие городов региона Саар (18,6 млн евро из средств Европейского союза, 18,8 млн евро из национальных средств);
- техническая помощь (по 5,7 млн евро из средств Европейского союза и Германии)[5].

В настоящее время основной перспективной проблемой Саара считают зависимость от выпуска автомобилей с двигателями внутреннего сгорания и компонентов для

[4] Tödtling-Schönhofer H., Davies S. Regional strategies for industrial areas. Brussels: European Union, 2013. 72 p.

[5] Operationelles Programm EFRE Saarland 2014–2020 im Ziel "Investitionen in Wachstum und Beschäftigung". Режим доступа: https://www.saarland.de/dokumente/thema_strukturfondsfoerderung/EFRE_OP_SL_2014-202019122015.pdf (дата обращения 05.12.2019).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

них в ситуации, когда все больше автомобилей становятся электрическими или гибридными. В отличие, например, от Баден-Вюртемберга, в Сааре нет штаб-квартир или исследовательских подразделений крупных автомобильных производителей, что существенно ухудшает его перспективы[6]. В силу этого регион стремится привлечь новые ресурсы для развития инновационной экосистемы, связанной и с автобизнесом, и с другими сферами экономики.

Пример Саара показывает, что традиционные конкурентные преимущества промышленного региона в принципе также могут быть востребованы в реалиях 2000-х гг. при условии стабильной эволюции металлургического комплекса и машиностроения от производства устаревающих продуктов к более современным. При этом традиционные виды деятельности должны дополняться инновационными, и формирование инновационной экосистемы как конкурентного преимущества должно сыграть особую роль в обеспечении стратегической устойчивости Саара на долгосрочную перспективу.

Заключение

Сопоставление ключевых выводов современных зарубежных исследований и анализа конкретных ситуаций стратегической модернизации промышленных регионов с практикой разработки стратегий субъектов РФ, отраженной в ряде отечественных работ [4; 5; 35; 36], а также личным опытом одного из авторов по разработке документов стратегического планирования Кемеровской области – Кузбасса, позволяет говорить об определенных расхождениях. В первую очередь, хотелось бы подчеркнуть, что замыкание на формальных границах регионов оправдано административно и юридически, но далеко не всегда правильно экономически, поскольку территории, чьи особенности и проблемы тесно связаны с промышленным наследием, часто пересекают формальные границы. Кроме того, множество достаточно мелких регионов России, часто уступающих по экономическому потенциалу многим крупным городам, практически не имеют ресурсов и возможностей для изменения ситуации, поскольку критически зависят от внешних условий. Ввиду этого необходимы новые подходы к организации взаимодействия субъектов РФ, позволяющие продуктивно (а не формально) взаимодействовать в расшивке острых индустриальных проблем. Важен этот аспект и в федеральных документах стратегического планирования.

Должна учитываться такая объективная особенность промышленных регионов России, как слабость городских, агломерационных каркасов и низкая плотность населения, что сокращает шансы на развитие сферы услуг и потребительского рынка. Как видно из представленных выше кейсов, разные территории индустриальной Европы, конечно, страдали от упадка крупных промышленных предприятий, но они не были в полном смысле слова городами-заводами, имели сложившуюся городскую экономику до начала индустриализации, существенная численность и плотность жителей позволяла развивать потребительский сектор. В большинстве промышленных регионов России это условие не соблюдается, особенно с учетом депопуляции в Сибирском, Дальневосточном федеральных округах. Сложно рассчитывать на малый и средний бизнес потребительского рынка как на автономный стратегический драйвер.

Практически везде проводилась реновация и ревитализация устаревшей застройки и промышленных зон, чтобы повысить привлекательность промышленных регионов и минимизировать влияние токсичного имиджа. Это же должно быть рекомендовано и для отечественных промышленных городов, однако пока реновация проводится только в том субъекте РФ, который менее всего в ней нуждается. Более того, многие градостроительные и архитектурные решения, реализуемые в настоящее время, даже в самой малой степени не соответствуют представлениям о современных постиндустриальных городах. В отличие от ревитализации, значительно менее затратна деятельность по развитию индустриальной культуры и идентичности, поэтому соответствующий опыт Центральной Европы можно с уверенностью рекомендовать для более глубокого изучения и тиражирования.

Наиболее продуктивной для формирования сравнительного систематизированного представления о траектории стратегической модернизации промышленных регионов России и мира является современный подход, в соответствии с которым на основе ценностей и интересов общества, бизнеса, власти выявляются стратегические приоритеты, а затем выбираются (или целенаправленно формируются) конкурентные преимущества, позволяющие их реализовать. Для достижения стратегических приоритетов должны максимально рационально использоваться всегда ограниченные ресурсы [37; 38].

С этих позиций можно прийти к выводу, что приоритеты стратегической модернизации промышленных регионов в принципе фундаментальны и связаны главным образом с повышением качества жизни [39; 40] на основе сбалансированного устойчивого экономического развития, но последнее реализуется в разных вариантах. Обобщение основных выделенных в исследовании вариантов стратегической модернизации промышленных регионов представлено в таблице.

Перспективность разных вариантов стратегической модернизации, как показывают данные таблицы, не одинакова. Это связано с тем, что конкурентные преимущества и ресурсы ряда рассмотренных в исследовании кейсов и реальности российских промышленных регионов существенно отличаются.

[6] Chazan G., McGee P. Germany's "carland" braces for electric shock // Financial Times. 12.06.2019. Режим доступа: https://www.ft.com/content/61871ff4-8790-11e9-97ea-05ac2431f453 (дата обращения: 05.12.2019).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

Табл. Перспективность разных вариантов стратегической модернизации для промышленных регионов России
Table. Strategic modernization options: prospects for Russian industrial regions

Вариант стратегической модернизации	Наличие ресурсов и условий реализации	Возможность применения
Диверсификация за счет формирования третичного и четвертичного секторов	Крайне ограничены, поскольку лимитируются инвестиционными возможностями и потребительским спросом. Практически реализуемо только в крупнейших агломерациях с городами с населением более 1 млн человек	Крайне ограничен
Развитие инновационной экосистемы, создание технологических фирм	Ограничены, зависят от собственного научно-инновационного потенциала, разработка и реализация инноваций связана с высокими рисками	Частично ограничен
«Умная специализация»	Существуют, поскольку традиционные производства имеют определенный инвестиционный потенциал, создание Индустрии 4.0 поддерживается государством в рамках национальной программы «Цифровая экономика»	Полностью возможен
Развитие индустриальной культуры	Не требует значительных ресурсов, но реализация сложна содержательно и имеет ограниченный потенциал	Возможен в комбинации с другими вариантами

Как частично отмечалось выше, в таких регионах, как Уэст-Йоркшир, Нор – Па-де-Кале, Саар и других, существовал сконцентрированный в пространстве потребительский рынок со значительным числом жителей и низкими транспортными издержками. Кроме того, они отличаются исключительно выгодным транспортно-географическим положением (тогда как у многих промышленных регионов России оно континентальное, что является отдельной проблемой). Обычно отсутствуют и пространственная значимость, история или ландшафты, которые явно привлекают туристов.

Ресурсы федерального уровня для государственной поддержки промышленных регионов России существуют, и они не столь уж малы, но их можно продуктивно использовать только при наличии предпосылок саморазвития территории в новых направлениях. В противном случае никакое стимулирование или инвестиции не оживят регион, как показывает и зарубежный опыт.

Существенную роль в стратегической модернизации промышленных регионов могут сыграть накопленные компетенции, разработки, индустриальная культура, словом, использование старого опыта для развития сравнительно новых направлений. Разумеется, в каждом конкретном случае необходим отдельный анализ, что из опыта региона будет востребовано в современном мире.

Широкомасштабная диверсификация, включающая появление новых производств с высокой добавленной стоимостью, секторов услуг и инновационных, технологических компаний, по-видимому, доступна и возможна только в крупных экономических центрах с удачным расположением, притягивающим человеческий и финансовый капитал. Невозможно ориентироваться на тиражирование опыта, например Лидса, поскольку это как бы «второй город» Англии. Для большинства промышленных регионов России, слабозаселенных и невыгодно расположенных, наибольшую перспективу имеет «умная специализация» (по аналогии с рассмотренным выше опытом Наварры, Эмилии-Романьи, Фландрии и Скане), предполагающая удлинение существующих цепочек создания стоимости, плавную перестройку существующих производств, использование имеющегося производственного потенциала для решения новых задач. Самое большое значение в этих процессах отводится потенциалу инновационной экосистемы индустриального региона, которая может предложить новые технологические решения, снимающие экономические ограничения и способствующие «умной специализации».

Литература

1. Голова И. М., Суховей А. Ф. Инновационно-технологическое развитие промышленных регионов в условиях социально-экономической нестабильности // Экономика региона. 2015. № 1. С. 131–144. DOI: 10.17059/2015-1-12
2. Мыслякова Ю. Г., Шамова Е. А. Генетический профиль промышленного региона: особенности, структура, коды // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2018. № 9. С. 34–41.
3. Foray D. Smart specialization strategies and industrial modernization in European regions – theory and practice // Cambridge Journal of Economics. 2018. Vol. 42. Iss. 6. P. 1505–1520. DOI: 10.1093/cje/bey022
4. Малов В. Ю., Ершов Ю. С., Ионова В. Д. Что мешает реализации стратегий развития регионов Сибири? // Интерэкспо ГЕО-Сибирь. 2017. Т. 3. № 1. С. 3–10.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

5. Ускова Т. В., Селименков Р. Ю., Асанович В. Я. Оценка реализации стратегии развития региона // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. № 1. С. 30–42. DOI: 10.15838/esc/2015.1.37.2
6. Александров С. И., Речко Г. Н., Фридман Ю. А. Кузбасс: стратегия социально-экономической реконструкции. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1991. 186 с.
7. Крюков В. А., Фридман Ю. А., Логинова Е. Ю., Речко Г. Н. Стратегия «Кузбасс-2035»: в гармонии с углем // ЭКО. 2018. № 11. С. 8–30. DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2018-11-8-30
8. Лаженцев В. Н. Пространственная экономика как исследовательская программа (о книге П. А. Минакира, А. Н. Демьяненко «Очерки по пространственной экономике») // Пространственная экономика. 2015. № 2. С. 180–188. DOI: 10.14530/se.2015.2.180-188
9. Vey J. S., Austin J. C., Bradley J. The next economy: economic recovery and transformation in the Great Lakes Region. N. Y.: Brookings Institution, 2010. 57 p.
10. Mayer H. J., Greenberg M. R. Coming back from economic despair: case studies of small- and medium-size American cities // Economic Development Quarterly. 2001. Vol. 15. Iss. 3. P. 203–216. DOI: 10.1177/089124240101500301
11. MacNeill S., Bailey D. Changing policies for the automotive industry in an "old" industrial region: an open innovation model for the UK West Midlands? // International Journal of Automotive Technology and Management. 2010. Vol. 10. Iss. 2/3. P. 128–144. DOI: 10.1504/IJATM.2010.032620
12. Zsibók Z. Continuing divergence after the crisis: long-term regional economic development in the United Kingdom // Regional Statistics. 2017. Vol. 7. Iss. 1. P. 17–42. DOI: 10.15196/RS07102
13. Power A. Regional politics of an urban age: can Europe's former industrial cities create a new industrial economy to combat climate change and social unravelling? // Palgrave Communications. 2018. Vol. 4. № 97. DOI: 10.1057/s41599-018-0120-x
14. Fothergill S., Gore T., Wells P. Industrial strategy and the regions: the shortcomings of a narrow sectoral focus. Sheffield: Sheffield Hallam University, 2017. 18 p. DOI: 10.7190/cresr.2017.3869752946
15. Bartik T. J. The revitalization of older industrial cities: a review essay of retooling for growth // Growth and Change. 2009. Vol. 40. № 1. P. 1–29. DOI: 10.17848/wp08-143
16. Morgan K. The learning region: institutions, innovation and regional renewal // Reg. Studies. 1997. Vol. 31. Iss. 5. P. 491–503. DOI: 10.1080/00343409750132289
17. Hassink R. How to unlock regional economies from path dependency? From learning region to learning cluster // European Planning Studies. 2005. Vol. 13. Iss. 4. P. 521–535. DOI: 10.1080/09654310500107134
18. Mazzucato M. From market fixing to market-creating: a new framework for innovation policy // Industry and Innovation. 2016. Vol. 23. Iss. 2. P. 140–156. DOI: 10.1080/13662716.2016.1146124
19. White C., Wilkinson B. Creating, not picking, winners: how to develop an industrial strategy which works for everyone. London: The Policy Institute at King's College London. 2017. 39 p.
20. Fothergill S., Gore T., Wells P. Industrial strategy and the UK regions: sectorally narrow and spatially blind // Cambridge Journal of Regions, Economy and Society. 2019. Vol. 12. Iss. 3. P. 445–466. DOI: 10.1093/cjres/rsz016
21. Bailey D., Pitelis C., Tomlinson P. R. Strategic management and regional industrial strategy: cross-fertilization to mutual advantage // Reg. Studies. 2019. DOI: 10.1080/00343404.2019.1619927
22. Vanthillo T., Verhetsel A. Paradigm change in regional policy: towards smart specialisation? Lessons from Flanders (Belgium) // Belgeo. 2012. № 1-2. DOI: 10.4000/belgeo.7083
23. Storper M. Why do regions develop and change? The challenge for geography and economics // Journal of Economic Geography. 2011. Vol. 11. Iss. 2. P. 333–346. DOI: 10.1093/jeg/lbq033
24. Breathnach P. Regional governance and regional development: implications of the action programme for effective local government // Administration. 2013. Vol. 61. № 3. P. 51–73.
25. Eaton W. M. What's the problem? How "industrial culture" shapes community responses to proposed bioenergy development in northern Michigan // Journal of Rural Studies. 2016. Vol. 45. P. 76–87. DOI: 10.1016/j.jrurstud.2016.02.014
26. Wust A., Lang T., Haunstein S. Strategic potential of industrial culture for regional development. Leipzig: Leibniz Institute for Regional Geography, 2017. 21 p. DOI: 10.13140/RG.2.2.15319.98721
27. Görmar F., Harfst J. Path renewal or path dependence? The role of industrial culture in regional restructuring // Urban Sci. 2019. Vol. 3. № 4. DOI: 10.3390/urbansci3040106
28. Birch K., MacKinnon D., Cumbers A. Old industrial regions in Europe: a comparative assessment of economic performance // Reg. Studies. 2010. Vol. 44. № 1. P. 35–53. DOI: 10.1080/00343400802195147
29. Overman H. G., Gibbons S., D'Costa S., Mion G., Pelkonen P., Resende G., Thomas M. Strengthening economic linkages between Leeds and Manchester: feasibility and implications. Newcastle upon Tyne: One North East on behalf of The Northern Way, 2009. 89 p.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

30. Economic evaluation of systems of infrastructure provision: concepts, approaches, methods, eds. Brown A., Robertson M. Leeds: iBUILD/Leeds Report, 2014. 92 p.
31. Heddebaut O., Ernecq J-M. Does the "Channel tunnel effect" still remain after twenty years? // Revue Histoire des Chemins de Fer. 2018. P. 385–417.
32. Provan B. Lille City story. London: The London School of Economics and Political Science. 2015. 52 p.
33. Evenhuis E. The political economy of adaptation and resilience in old industrial regions: a comparative study of South Saarland and Teesside. Newcastle: Newcastle University, 2016. 344 p.
34. Trippl M., Otto A. How to turn the fate of old industrial areas: a comparison of cluster-based renewal processes in Styria and the Saarland // Environment and Planning A. 2009. Vol. 41. № 5. P. 1217–1233. DOI: 10.1068/a4129
35. Корчагина И. В., Бувальцева В. И. Формирование и развитие кластеров малых и средних предприятий в экономическом пространстве региона. Новосибирск: Сибирская академическая книга, 2017. 172 с.
36. Петрова Е. А. Мониторинг и информационное обеспечение реализации стратегии социально-экономического развития региона: методологические подходы и решения // Региональная экономика. Юг России. 2017. № 1. С. 116–126. DOI: 10.15688/re.volsu.2017.1.12
37. Нестеров А. Ю. Проблемы стратегического управления социально-экономическим развитием на региональном и муниципальном уровнях // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2018. № 4. С. 101–106. DOI: 10.21603/2500-3372-2018-4-101-106
38. Мухачёва А. В., Морозова Е. А., Пастухова Е. Я. Социально-экономическое развитие угледобывающего региона в период кризиса (на примере Кемеровской области) // Вестн. Ом. ун-та. Сер. «Экономика». 2019. Т. 17. № 2. С. 194–206. DOI: 10.25513/1812-3988.2019.17(2).194-206
39. Мухачёва А. В., Морозова Е. А. Качество жизни в условиях кризиса: региональный аспект. Кемерово: КемГУ, 2016. 230 с.
40. Морозова Е. А. Качество жизни населения как индикатор социально-экономического развития моногородов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2018. № 3. С. 35–41. DOI: 10.21603/2500-3372-2018-1-35-41

original article

Theory and Methodology of Strategic Modernization of Industrial Regions *

Anatoly O. Akulov [a, @, ID1]; Anna N. Chelombitko [a, ID2]
[a] Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
[@] akuanatolij@yandex.ru
[ID1] https://orcid.org/0000-0002-2301-7943
[ID2] https://orcid.org/0000-0001-6119-0299

Received 30.12.2019. Accepted 04.03.2020.

Abstract: Strategic planning documents developed for industrial regions of Russia deal with the strategic modernization of these regions. The problems associated with the development and implementation of these plans are connected with the quality of the theoretical and methodological basis, which requires the most modern ideas about the factors and road maps of industrial regions. The research objective was to systematize ideas about modern theoretical and methodological foundations of the strategic modernization of industrial regions. The success of strategic modernization proved to depend on a significant number of factors, including competitive advantages and local governments' actions. There are two options for the strategic modernization of industrial regions: comprehensive diversification and the so-called smart specialization. The choice depends on the capacity of the local market, economic and geographical location, and the local significance of the area. The use of foreign experience plays a significant role in strategic modernization planning. The authors studied some cases of the most successful strategic modernization in the industrial regions of Western Europe, e.g. West Yorkshire, Nord-Pas-de-Calais, Saarland, etc., where the local authorities used the opportunities of industrial culture to solve new production problems. The competitive advantages of these regions included agglomerations, favorable transport and geographical location, spatial significance, which allowed them to fully diversify their economy, develop the service sector, and apply

* The research topic is "Assessing the socio-economic profile and the development strategy implementation of a region: the case of Kemerovo region". The project was funded by Kemerovo State University.

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

various innovations. Unfortunately, this is not an option for most industrial regions of Russia. Therefore, these regions should resort to smart specialization, a more developed industrial culture, an innovative ecosystem, and a larger production complex. The authors recommend the authorities of Russian industrial regions to revitalize the most problematic areas and towns, as well as to develop an interregional approach to the strategic modernization and innovative ecosystems.

Keywords: diversification, strategy, competitive advantages, smart specialization, industrial culture, socio-economic status, balanced development

For citation: Akulov A. O., Chelombitko A. N. Theory and Methodology of Strategic Modernization of Industrial Regions. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 62–73. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

References

1. Golova I. M., Sukhovey A. F. Innovative and technological development of industrial regions in the conditions of socio-economic instability. *Ekonomika regiona*, 2015, (1): 131–144. (In Russ.) DOI: 10.17059/2015-1-12
2. Myslyakova Ju. G., Shamova E. A. Genetic profile of the industrial region: features, structure, codes. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 2018, (9): 34–41. (In Russ.)
3. Foray D. Smart specialization strategies and industrial modernization in European regions – theory and practice. *Cambridge Journal of Economics*, 2018, 42(6): 1505–1520. DOI: 10.1093/cje/bey022
4. Malov V. Yu., Ershov Yu. S., Ionova V. D. What hinders the implementation of strategies for the development of the Sibirian regions? *Interekspo GEO-Sibir,* 2017, 3(1): 3–10. (In Russ.)
5. Uskova T. V., Selimenkov R. Yu., Asanovich V. Ya. Assessment of the regional development strategy implementation. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast,* 2015, (1): 30–42. (In Russ.) DOI: 10.15838/esc/2015.1.37.2
6. Aleksandrov S. I., Rechko G. N., Fridman Yu. A. *Kuzbass: a strategy for socio-economic reconstruction.* Novosibirsk: Nauka. Sib. otd-nie, 1991, 186. (In Russ.)
7. Kryukov V. A., Fridman Yu. A., Loginova E. Yu., Rechko G. N. The "Kuzbass-2035" strategy: in harmony with coal. *EKO*, 2018, (11): 8–30. (In Russ.) DOI: 10.30680 / ECO0131-7652-2018-11-8-30
8. Lazhentsev V. N. Spatial economics as a research programme (on the book by P. A. Minakir, A. N. Demyanenko "Essays on spatial economics"). *Prostranstvennaia Ekonomika*, 2015, (2): 180–188. (In Russ.) DOI: 10.14530/se.2015.2.180-188
9. Vey J. S., Austin J. C., Bradley J. T*he next economy: economic recovery and transformation in the Great Lakes Region*. N. Y.: Brookings Institution, 2010, 57.
10. Mayer H. J., Greenberg M. R. Coming back from economic despair: case studies of small- and medium-size American cities. *Economic Development Quarterly*, 2001, 15(3): 203–216. DOI: 10.1177/089124240101500301
11. MacNeill S., Bailey D. Changing policies for the automotive industry in an "old" industrial region: an open innovation model for the UK West Midlands? *International Journal of Automotive Technology and Management*, 2010, 10(2/3): 128–144. DOI: 10.1504/IJATM.2010.032620
12. Zsibók Z. Continuing divergence after the crisis: long-term regional economic development in the United Kingdom. *Regional Statistics*, 2017, 7(1): 17–42. DOI: 10.15196/RS07102
13. Power A. Regional politics of an urban age: can Europe's former industrial cities create a new industrial economy to combat climate change and social unravelling? *Palgrave Communications,* 2018, 4(97). DOI: 10.1057/s41599-018-0120-x
14. Fothergill S., Gore T., Wells P. *Industrial strategy and the regions: the shortcomings of a narrow sectoral focus.* Sheffield: Sheffield Hallam University, 2017, 18. DOI: 10.7190/cresr.2017.3869752946
15. Bartik T. J. The revitalization of older industrial cities: a review essay of retooling for growth. *Growth and Change*, 2009, 40(1): DOI: 10.17848/wp08-143
16. Morgan K. The learning region: institutions, innovation and regional renewal. *Reg. Studies*, 1997, 31(5): 491–503. DOI: 10.1080/00343409750132289
17. Hassink R. How to unlock regional economies from path dependency? From learning region to learning cluster. *European Planning Studies*, 2005, 13(4): 521–535. DOI: 10.1080/09654310500107134
18. Mazzucato M. From market fixing to market-creating: a new framework for innovation policy. *Industry and Innovation*, 2016, 23(2): 140–156. DOI: 10.1080/13662716.2016.1146124
19. White C., Wilkinson B. *Creating, not picking, winners: how to develop an industrial strategy which works for everyone.* London: The Policy Institute at King's College London, 2017, 39.
20. Fothergill S., Gore T., Wells P. Industrial strategy and the UK regions: sectorally narrow and spatially blind. Cambridge *Journal of Regions, Economy and Society*, 2019, 12(3): 445–466. DOI: 10.1093/cjres/rsz016

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-62-73

21. Bailey D., Pitelis C., Tomlinson P. R. Strategic management and regional industrial strategy: cross-fertilization to mutual advantage. *Reg. Studies*, 2019. DOI: 10.1080/00343404.2019.1619927
22. Vanthillo T., Verhetsel A. Paradigm change in regional policy: towards smart specialisation? Lessons from Flanders (Belgium). *Belgeo*, 2012, (1-2). DOI: 10.4000/belgeo.7083
23. Storper M. Why do regions develop and change? The challenge for geography and economics. *Journal of Economic Geography*, 2011, 11(2): 333–346. DOI: 10.1093/jeg/lbq033
24. Breathnach P. Regional governance and regional development: implications of the action programme for effective local government. *Administration*, 2013, 61(3): 51–73.
25. Eaton W. M. What's the problem? How "industrial culture" shapes community responses to proposed bioenergy development in northern Michigan. *Journal of Rural Studies*, 2016, 45: 76–87. DOI: 10.1016/j.jrurstud.2016.02.014
26. Wust A., Lang T., Haunstein S. *Strategic potential of industrial culture for regional development*. Leipzig: Leibniz Institute for Regional Geography, 2017, 21. DOI: 10.13140/RG.2.2.15319.98721
27. Görmar F., Harfst J. Path renewal or path dependence? The role of industrial culture in regional restructuring. *Urban Sci.*, 2019, 3(4). DOI: 10.3390/urbansci3040106
28. Birch K., MacKinnon D., Cumbers A. Old industrial regions in Europe: a comparative assessment of economic performance. *Reg. Studies*, 2010, 44(1): 35–53. DOI: 10.1080/00343400802195147
29. Overman H. G., Gibbons S., D'Costa S., Mion G., Pelkonen P., Resende G., Thomas M. *Strengthening economic linkages between Leeds and Manchester: feasibility and implications: full report.* Newcastle upon Tyne: One North East on behalf of The Northern Way, 2009, 89.
30. *Economic evaluation of systems of infrastructure provision: concepts, approaches, methods*, eds. Brown A., Robertson M. Leeds: iBUILD/Leeds Report, 2014, 92.
31. Heddebaut O., Ernecq J-M. Does the "Channel tunnel effect" still remain after twenty years? *Revue Histoire des Chemins de Fer*, 2018, 385–417.
32. Provan B. *Lille City story. London: The London School of Economics and Political Science*, 2015, 52.
33. Evenhuis E. *The political economy of adaptation and resilience in old industrial regions: a comparative study of South Saarland and Teesside*. Newcastle: Newcastle University, 2016, 344.
34. Trippl M., Otto A. How to turn the fate of old industrial areas: a comparison of cluster-based renewal processes in Styria and the Saarland. *Environment and Planning*, 2009, 41(5): 1217–1233. DOI: 10.1068/a4129
35. Korchagina I. V., Buvaltseva V. I. *Formation and development of clusters of small and medium enterprises in the economic space of the region*. Novosibirsk: Sibirskaia akademicheskaia kniga, 2017, 172. (In Russ.)
36. Petrova E. A. Monitoring and information support of the strategy of socio-economic development of the region: methodological approaches and solutions. *Regionalnaya ekonomika. Yug Rossii*, 2017, (1): 116–126. (In Russ.) DOI: 10.15688/re.volsu.2017.1.12
37. Nesterov A. Yu. Problems of strategic management of socio-economic development at the regional and municipal levels. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki,* 2018, (4): 101–106. (In Russ.) DOI: 10.21603/2500-3372-2018-4-101-106
38. Mukhacheva A. V., Morozova E. A., Pastukhova E. Ya. Socio-economic development of the coal-mining region in crisis (on the example of Kemerovo region). *Herald of Omsk University. Series "Economics"*, 2019, 17(2): 194–206. (In Russ.) DOI: 10.25513/1812-3988.2019.17(2).194-206
39. Mukhacheva A. V., Morozova E. A. *Quality of life in a crisis: regional aspect.* Kemerovo: KemGU, 2016, 230. (In Russ.)
40. Morozova E. A. Living standards as indicator of socio-economic development of single-industry towns. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2018, (3): 35–41. (In Russ.) DOI: 10.21603/2500-3372-2018-3-35-41

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

оригинальная статья
УДК 338.46

Исследование стратегических направлений развития B2B-продаж в современной экономике

Валерия М. Брежнева [a, @]; Вера В. Петрушина [a]
[a] Курский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, Россия, г. Курск
[@] family.89@mail.ru

Поступила в редакцию 20.11.2019. Принята к печати 23.12.2019.

Аннотация: Предметом исследования выступают технологии продаж и продвижения продукции на рынке B2B. B2B как одна из моделей электронного бизнеса представляет собой установление контактов и деловых взаимоотношений между самостоятельными независимыми субъектами бизнеса. Цель – выявить тенденции в использовании электронной модели бизнеса для совершения сделок на российском рынке и на основе анализа объективных факторов и трендов развития экономики, особенностей рынка B2B сформулировать в сложившихся условиях новые для российских компаний стратегические направления развития продаж в онлайн-режиме. Анализ публикаций и исследований по данной тематике и применение методов социологии позволили выявить большую значимость электронных транзакций для развития современного бизнеса, ограниченного в масштабах последствиями экономического кризиса, санкциями, снижением покупательского спроса и одновременным ужесточением конкуренции. На развитие данной модели электронного бизнеса оказывает мощное воздействие развитие интернет-технологий, которое привело в конечном счете к цифровизации экономики, в том числе и российской. В связи со стремительным распространением цифровых технологий большая часть российских компаний не успевает адаптироваться к новым условиям и испытывает сложности при формировании стратегий продвижения своего продукта в интернет-пространстве. В результате непрофессионального подхода к выбору средств продвижения услуг или продукции компании не достигают запланированной конверсии, теряют клиентуру и оттого недооценивают возможности электронных продаж. Проблемой является и консерватизм руководства, не позволяющий в полной мере оценить глобальность преимуществ электронного бизнеса. Исходя из данных обстоятельств, настоятельно рекомендуется развитие и совершенствование как стратегий, так и оперативных тактических решений в организации B2B-продаж, в частности в более эффективном использовании инструментов продвижения предлагаемого продукта на основе специфики самого рынка организаций. Рассмотрены основные тенденции развития электронного бизнеса, оцениваются прогнозы роста интернет-продаж в РФ, выявлена специфика рынка B2B, включая особенности формирования покупательского спроса, поведения организаций-покупателей по сравнению с рынком потребителей; очерчены проблемы, возникающие у предприятий и организаций в связи с их деятельностью на электронных площадках, рассмотрена система инструментов продвижения продукции в секторе B2B для повышения эффективности программ продвижения и наращивания объемов продаж. В качестве решения проблем бизнеса на рынках B2B предлагается ряд стратегий совершенствования управления продажами, а также соответствующие бизнес-модели в целях сохранения тенденций роста отечественного бизнеса в ближайшей перспективе.

Ключевые слова: рынок B2B, электронный бизнес, стратегия интернет-продаж, маркетинговые инструменты на рынке B2B, SEO-оптимизация, бизнес-блоги, email-рассылка, контекстная реклама, персональный брендинг, контент-маркетинг, медийная реклама, CPA-сети

Для цитирования: Брежнева В. М., Петрушина В. В. Исследование стратегических направлений развития B2B продаж в современной экономике // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 74–84. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

Введение

В условиях нарастающей конкуренции в мире бизнеса всё более актуальной становится тема обновления стратегии развития компаний и трансформации управленческих подходов к организации их деятельности и продвижению продукта. «Повсеместное распространение глобальной сети Интернет, становление информационного и цифрового общества способствуют трансформации производственных отношений и совершенствованию практики корпоративного управления» [1, с. 2686].

Под влиянием мощного развития интернет-технологий наблюдается значительный рост сделок, заключаемых в онлайн-режиме. Современные компании находят пути максимального использования онлайн-технологий для расширения своего присутствия на рынке. Используются возможности интернет-пространства и для исследований

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

рынков, осуществления рекламных компаний и других управленческих функций. Создание модели электронного бизнеса B2B (Business to Business) в 1990-х гг. можно считать коренным изменением формы взаимоотношений представителей бизнеса, когда устанавливаются деловые контакты и заключаются контракты между независимыми хозяйственными структурами, самостоятельно функционирующими на рынке [1].

Организации, функционирующие на промышленном рынке в сегменте B2B, оценили преимущества электронного бизнеса, выражающиеся в глобальном росте масштаба деятельности, возможности отслеживать цепочки поставок, кастомизировать продукт, быстро выводить продукцию на рынок и успешно ее позиционировать, сократить пороги выхода на рынок [1; 2]. Высокая эффективность электронного бизнеса определяется небольшими финансовыми инвестициями, широким охватом клиентуры, возможностью получить обратную связь от покупателей [2].

Исследователи отмечают уникальную возможность для российских высокотехнологичных компаний продвигать свою продукцию за пределы страны, тем более если емкость отечественного рынка для них недостаточна. Выход на глобальные рынки становится для отдельных компаний единственно возможным фактором дальнейшего развития: «для высокотехнологичных российских компаний ввиду недостаточной для развития емкости отечественных рынков интернет-продвижение является практически единственным рычагом экономического роста. Жесткий консерватизм руководителей в отношении онлайн-продвижения и "клановость" во внешних коммуникациях приводят к значительному преуменьшению роли новых инструментов продвижения» [3, с. 517].

Между тем в практике отечественного бизнеса в настоящее время наблюдаются противоречия, связанные с оптимальным подбором корпоративных стратегий и тактик продвижения продукции на рынке B2B. Большая часть российских компаний пытается применить уже наработанную практику продвижения продукта на рынках B2C, т. е. на потребительском рынке, не добиваясь при этом запланированной результативности. Другие компании вообще не считают нужным прилагать усилия по созданию комплексных программ продвижения продукции, обходясь традиционными способами предложения товара партнерам. Например, большинство интернет-менеджеров, особенно начинающих, ошибочно подходят к продвижению B2B-компаний в Интернете, т. е. делают ставку на воронку продаж и считают холодные звонки незаменимым маркетинговым инструментом [4]. Однако работа с воронкой продаж занимает лишь центральную часть работы интернет-менеджера. Большое значение имеют и инструменты воздействия на деловых партнеров до и после заключения сделок.

Кроме того, как показывает опыт успешных компаний B2B, при выработке стратегии продвижения надо в первую очередь учитывать особенности самого рынка B2B по сравнению с B2C, а затем с учетом этой специфики и глобальных тенденций развития рынка формировать стратегии продвижения применительно к сложившимся условиям функционирования конкретного предприятия. Следовательно, на рынке B2B требуется научно обоснованный подход к разработке стратегии и тактики продвижения продукции и услуг.

Методы и материалы. Для подтверждения гипотезы о необходимости разработки релевантных стратегий и тактики продвижения продукции на рынке B2B был применен анализ научных публикаций и исследований российских и зарубежных авторов последних лет, касающихся темы продвижения продукции и услуг на рынке организаций. Проведено интервьюирование топ-менеджеров производственных предприятий и предприятий по оказанию услуг Курской и Белгородской областей, применяющих модели электронного бизнеса (всего 22 предприятия – 34 человека). Целью интервьюирования являлось выявление опыта применения интернет-технологий, возникших проблем в выборе стратегий развития, мнений по поводу оптимального выбора инструментов продвижения своей продукции и услуг. На основании результатов интервью были выявлены основные проблемы интернет-менеджеров B2B-компаний, связанные с продвижением их продукции и услуг.

Результаты

Наиболее обсуждаемыми в научной среде темами являются стремительное нарастание темпов привлечения интернет-технологий для продвижения продукции, особенности сегмента B2B по сравнению с сегментом B2C и вытекающая из этого специфика продвижения продукции на рынке организации в интернет-пространстве.

Большую актуальность в последние годы приобретают средства интернет-маркетинга как возможности охвата потенциальных покупателей в виртуальной среде, поскольку каждый современный бизнесмен и конечный покупатель в настоящий период являются активными участниками интернет-пространства и пользователями большого числа разнообразных интернет-ресурсов. Весомым аргументом использования интернет-рекламы является то, что ее удельный вес в общем объеме рынка рекламы в стране увеличивается резкими темпами [5]. «Рост интернет-экономики в России обусловлен влиянием ряда факторов – законодательства, инфраструктуры доступа в Интернет, кадров, электронной коммерции и открытых данных» [1, с. 2687].

В публикации Р. Рожкова приводятся статистические данные о росте интернет-закупок российскими субъектами бизнеса: «Объем трансграничных покупок (дистанционно за пределами государства) практически

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

удвоился – с 37 млн посылок на сумму 3,5 млрд долларов в 2013 г. до 80 млн покупок на сумму 6 млрд долларов в 2015 г. В целом в 2014 г. рост рынка интернет-продаж составил 34 %, а доля трансграничных покупок выросла с 16 % до 30 %»[1].

В итоговом исследовании электронной торговли *Data Insight* за 2018 г. указывается, что каждый год объем прироста рынка интернет-торговли увеличивается: в 2014 г. – на 100 млрд в год, а в 2018 г. – на 185 млрд. При сохранении существующих трендов к 2023 г. рынок вырастет до 2,4 трлн руб. при среднегодовых темпах роста 16 %[2]. Причин таких изменений несколько – от изменений в инфраструктуре до смены потребительских предпочтений [6].

Немецкий онлайн-портал *Statista*, занимающийся проблемами развития электронной коммерции, отмечает заметный прирост объема транзакций в секторе B2B (на промышленном рынке). Общий объем продаж в 2018 г. достиг 7,66 (трлн долларов) и тем самым более чем в три раза превзошел объем в B2C-секторе (2,143 трлн долларов). В сравнении с 2013 г. рост в секторе B2B составил 1,83 трлн долларов[3]. Подчеркивается, что коэффициент конверсии в секторе B2B значительно превосходит сектор B2C, при этом разница составляет 7 % (10 % против 3 %). Экономический эффект в области продажи продуктов питания через онлайн-канал в отдельных компаниях составляет 550 % (компания *Laird Superfood*).

Оценивая степень внедрения диджитализации в различные отрасли экономики, институтом *McKinsey Global Institute* (*MGI*) *Digital America* составлен следующий рейтинг отраслей экономики:

1) IT-технологии, медиа-каналы, стартапы;
2) финансовый сектор;
3) FMCG (сектор быстрооборачиваемых товаров с высокой частотой покупки);
4) ритейл, логистика, трэвел;
5) госструктуры;
6) промышленность[4].

Отрасли промышленности пока находятся на последнем месте по степени внедрения цифровых технологий, но здесь есть перспективы, и в первую очередь они касаются рынка продукции и услуг. Эти перспективы связаны, к примеру, с сокращением расходов, обусловленных высвобождением лишних менеджеров по продажам, особенно при автоматизации бизнес-процессов. Согласно исследованию MGI, при внедрении онлайн-продаж менеджер требуется лишь при установлении первичных хозяйственных связей, а далее при повторном заказе его услуги, по сути, не востребованы. Компании, производящие продукцию, востребованную во всем мире, получают за счет этого колоссальную экономию.

Что касается России, то участники рынка B2B в условиях экономического кризиса и падения прибыльности бизнес-операций находятся в постоянном поиске путей развития своих компаний и развития продаж, в том числе на основе интернет-технологий. Разрабатываются новые бизнес-модели, направленные на сокращение издержек, связанных с обслуживанием клиентов и увеличением доходов за счет удаления с рынка дилеров и других посредников, работа которых может быть легко автоматизирована через Интернет. Развитие B2B-сектора в электронной торговле России характеризуется своеобразными особенностями и искажениями. Чаще всего оно происходит в рамках CRM (прикладного программного обеспечения для организаций, предназначенного для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками), т. е. B2B-технологии ограничиваются взаимодействием с заказчиками.

Т. Г. Бутовой и М. С. Багаевым была отмечена такая черта современной цифровизации, как резкий рост заключения электронных сделок с Китаем. Вследствие этого на рынке B2B России выявлена тенденция появления множества интернет-магазинов новой направленности: сайтов, занимающихся продажей, гарантийным и сервисным обеспечением товаров одного из выбранных китайских производителей. Такие B2B-компании сосредоточены на оптовой продаже электроники, одежды, товаров для детей, посуды и т. п. Для российских производителей товаров и услуг электронная коммерция в B2B-сегменте может дать существенный рост еще и за счет возможности начать трансграничную торговлю, поскольку при снижении перспектив и объемов продаж внутри страны экспорт помогает найти и охватить новые рынки сбыта продукции [6].

Развитие онлайн-продаж в России сдерживается рядом проблем отечественного бизнеса. К ним относится низкий уровень компетенций в этой области со стороны разработчиков и заказчиков, техническая неподготовленность. Кроме того, модель B2B подразумевает определенную прозрачность бизнеса, а у весомой части российских компаний даже не разработана ясная система ценообразования и логистики.

Несмотря на проблемы и сложности, большинство экспертов в ближайшем будущем прогнозируют резкий

[1] Рожков Р. Онлайн-ритейл прирос Сибирью // Коммерсантъ. 24.03.2015. Режим доступа: http://www.kommersant.ru/doc/2693223 (дата обращения: 18.12.2019).

[2] Размер российского рынка электронной торговли за 1H2019 // DATA insight. 02.09.2019. Режим доступа: http://www.datainsight.ru/ecommerce_size_1h2019 (дата обращения: 18.12.2019).

[3] B2B E-Commerce // Statista. Режим доступа: https://www.statista.com/markets/413/topic/458/b2b-e-commerce/ (дата обращения: 18.12.2019).

[4] Manyika J., Ramaswamy S., Khanna S., Sarrazin H., Pinkus G., Sethupathy G., Yaffe A. Digital America: A tale of the haves and have-mores // McKinsey & Company. December 2015. Режим доступа: https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/digital-america-a-tale-of-the-haves-and-have-mores (дата обращения: 14.11.2019).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

рост (бум) B2B-проектов на рынке России. Он обусловлен, с одной стороны, объективной необходимостью и запросами рынка, а с другой – активным развитием модели B2C и разработкой программного обеспечения для автоматизации бизнес-операций. Бурное развитие рынка B2C в России закономерно вызывает необходимость развития цифровых технологий и в B2B-секторе. Крупные интернет-площадки *Ozon* и *Lamoda* в последние годы развивают B2B-сервисы и продажи.

Что касается программного обеспечения, то появление онлайн-платформ (как B2B-export.com) упрощает работу B2B-компаний, поскольку автоматизирует многие процессы, включая перевод и расчет логистики. Все, что требуется от компаний – это загрузить свой товар и грамотно описать его на русском языке.

Агрегируя информацию о тенденциях в использовании электронной модели бизнеса для совершения сделок на российском рынке, выделим основные тренды:

1. Значительный рост числа сделок и объемов продаж на рынке B2B при высоком потенциале дальнейшего развития.
2. Интеграция рынков B2C и B2B.
3. Появление множества интернет-магазинов новой направленности – моносайтов, занимающихся продвижением товаров какого-либо одного выбранного китайского производителя.
4. Резкий подъем показателей трансграничной торговли в РФ.
5. Появление новых видов профессиональной занятости – независимых экспертов и специалистов, *freelance* консалтеров, бизнес-блогеров, оказывающих соответствующие услуги.

Всё это свидетельствует о развитии данной модели электронного бизнеса в российской экономике и необходимости дальнейшего совершенствования технологий управления.

Помимо тенденций нами выявлены специфические особенности рынка B2B по сравнению с рынком B2C (табл. 1)[5]. «Поскольку деятельность компаний в сфере B2B ориентирована не на конечного потребителя, а на деятельность других компаний, при формировании и управлении рекламной деятельностью необходимо брать во внимание характеристики рынка B2B, его особенности и тенденции развития» [7, с. 87]. Ю. А. Руснак сосредотачивает свое внимание на таких особенностях спроса на рынках B2B, как природа спроса, особенности поведения покупателей и потребителей, специфические особенности товаров. «Особенностями, отличающими спрос на промышленном рынке от спроса на потребительском рынке, являются: производность спроса, зависимость от циклических колебаний и изменений внешней среды, неэластичность спроса» [7, с. 87].

Табл. 1. Сравнение специфики рынков B2B и B2C
Tab. 1. B2B vs. B2C markets

Характеристика	B2B	B2C
Особенности покупательского спроса	зависит от спроса на рынке конечных потребителей товаров / услуг; слабая эластичность	определяется личными предпочтениями потребителя; наблюдается эластичность спроса на товары
Особенности потребителей	ограниченное число организованных покупателей	неограниченное, массовое потребление со стороны типичных покупателей
Особенности товара	услуги, строительство, обработанные материалы, сырье, компоненты, лёгкое оборудование, тяжёлое оборудование и оборудование для технического обслуживания, ремонта и эксплуатации	товары потребительского назначения
Специфика принятия решения о покупке	строго в соответствии с критериями компании и отрасли	на основе личных вкусов, моды
Объемы закупок	если клиентом становится государственная компания, объемы закупок могут достигать значительных размеров	покупки частые и мелкие по объему
Упор в рекламе	на дополнительный прирост капитализации или чистой прибыли	на различные эмоциональные выгоды от использования
Наличие риска	очень велик, т. к. незначительный изъян в B2B-товаре может влиять на эффективность всего бизнеса	ничтожен из-за индивидуального потребления

[5] Составлено на основании [3; 7].

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

Данные сравнения показывают, что совпадений в характеристике рынков практически не выявлено. На рынке B2B «товары и услуги приобретаются потребителями практически всегда оптом, вследствие чего сумма, финансовая ответственность и масштабность сделок выше, чем на рынке конечных товаров» [7, с. 89]. Значительным отличием B2B-продаж является принятие решения о покупке. Если на рынке B2C решение обусловлено личными пристрастиями, то на рынке организаций решение о покупке рационально в соответствии с требованиями производства и опирается на согласованное мнение нескольких менеджеров, отделов, руководителей. На рынке B2C покупатель обращает внимание на сам товар и его свойства, а на рынке B2B ответственное за закупку лицо опирается не на личные мотивы и восприятие, а на возможности получения прибыли, связанной с получением продукта [8].

Следовательно, рекламные обращения на рынках B2B, как правило, должны быть персонифицированы, продукт кастомизирован, информация носит сугубо деловой характер. Предельно достоверная информация о товаре, сопутствующих услугах и компании в целом должна содержаться в рекламных обращениях к деловым партнерам.

Еще одним отличием потребительского поведения специалисты отмечают, с одной стороны, инициативность покупателя при выборе продавца, а с другой – его консерватизм при выборе. В отличие от потребительского рынка, покупатели на промышленном рынке могут влиять на стратегию поставщика, изменение условий поставки или цены контракта. «Потребители на промышленном рынке хорошо разбираются в приобретаемом продукте или услуге, его технических характеристиках и критериях качества. Следовательно, убедить потребителя на рынке B2B в выборе именно данной компании продавца гораздо сложнее, чем потребителя конечной продукции» [7, с. 90].

Обращает на себя внимание и специфика товаров, также определяющая особые подходы к продвижению продукции на разных рынках. Ф. Уэбстер выделяет следующие виды продуктов и услуг на B2B-рынках: услуги, строительство, обработанные материалы, сырье, компоненты, лёгкое оборудование, тяжёлое оборудование и оборудование для технического обслуживания, ремонта и эксплуатации [9]. Однако гораздо важнее, на наш взгляд, подразделение продуктов B2B-рынка на группы: стандартизированный продукт, кастомизированный (персонифицированный) продукт и продукт с дополнением. Одна из последних тенденций рынка B2B – это востребованность не просто продукта, а готового решения, комплекса товара и сопутствующих услуг. Следовательно, резко возрастает необходимость совершенствования как понятия ценности, так и предлагаемой услуги.

В исследовании Ю. Н. Кондратенко указывается, что предприятия, работающие на B2B-рынках, должны учитывать основные тренды цифровизации, сохраняя свою специфику [8]. Они нуждаются в эффективных каналах и инструментах продвижения. При этом методы, используемые на рынках B2C, не всегда можно применить на B2B-сегменте. Рынок B2B работает не на конечного потребителя, а на различные компании и организации из различных отраслей бизнеса [10].

«Успешность компании в сфере B2B напрямую связана с тем, как выстроены отношения с поставщиками, партнёрами и потребителями. Исходя из этого, при формировании маркетинговых стратегий и организации рекламной деятельности на промышленном рынке широко применяется концепция маркетинга взаимоотношений… Концепция подразумевает формирование долгосрочных взаимоотношений, совместное создание ценностей с партнёрами и достижение целей обеих сторон» [7, с. 89].

С целью выяснения значимости электронной модели бизнеса для стратегического развития компаний и развития продаж было проведено интервьюирование топ-менеджеров B2B-компаний из различных сфер бизнеса. При этом в план и опросный лист были включены вопросы, касающиеся мнений топ-менеджеров в отношении перспектив электронной модели бизнеса, потенциальных возможностей электронной коммерции для наращивания показателей бизнеса, возникающих проблем в стратегическом планировании развития компаний, в том числе составлении маркетинговых программ продвижения продукции и услуг, выбора оптимальных средств интернет-маркетинга.

На вопрос: каковы основные маркетинговые задачи вашей компании на рынке B2B? – руководители компаний ответили следующим образом:

- генерация трафика и лидов – 63 %;
- доказательство рентабельности инвестиций маркетинговых мероприятий – 40 %;
- наличие достаточного бюджета – 28 %;
- определение правильных технологий для наших нужд – 26 %;
- управление web-сайтом – 26 %;
- таргетинг контента для международной аудитории – 21 %;
- тренировка нашей команды –19 %;
- найм лучших специалистов –16 %;
- поиск надежных спонсоров – 7 %.

Самые большие проблемы топ-менеджмента B2B-компаний – это генерирование трафика и потенциальных клиентов и подтверждение окупаемости маркетинговых мероприятий. Все компании имеют разработанную маркетинговую стратегию B2B, подробно описанную, как правило, в многостраничном документе, однако их объединяет одна черта: «Мы просто не знаем, что делать дальше, и не знаем, является ли то, что мы делаем сейчас, хорошей стратегией». Тем не менее B2B-технологии рассматриваются подавляющим большинством опрошенных как реальный путь для разработки новых бизнес-стратегий и подходов для развития продаж своих компаний.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

В качестве результативных инструментов развития продаж и продвижения продукции на отраслевых рынках специалистами компаний B2B называются средства интернет-маркетинга, что в целом совпадает и с выводами ученых [3; 11–19]:

1. ***Бизнес-блоги*** для размещения уникального контента и различных видов сервиса для потенциальных клиентов. B2B-маркетинг часто включает в себя использование контент-маркетинга. В дополнение к видео часто используются статьи и инфографика.

2. ***Поисковая оптимизация (SEO)*** по-прежнему рассматривается как один из лучших каналов B2B-маркетинга. Маркетологи используют SEO для привлечения потребителей, которые используют Интернет с целью поиска информации, связанной с определенным продуктом или услугой.

3. ***Социальные сети для B2B-рынков.*** «Очень часто приходится сталкиваться со стереотипом, что для сложной продукции социальные сети не работают» [3, с. 523]. Однако в социальных сетях созданы форумы, где присутствуют тысячи специалистов и где ежедневно поднимаются и обсуждаются десятки актуальных тем. Одними из самых известных и популярных форумов являются отраслевые сообщества, начиная с электроэнергетики до форума *Executive.ru* с участием менеджеров, маркетологов и владельцев бизнесов. В сети ВКонтакте появился новый инструмент – рекламный пост в ленте, по сути, – таргетированная реклама. В *Facebook* широкий таргетинг по отраслям промышленности, по различной тематике и областям. Таким образом, выработался определенный функционал, позволяющий использовать социальные сети для целей B2B-маркетинга.

4. ***Электронная почта,*** интегрированная с web-аналитикой и подпиской на получение новостей о компании.

5. ***Событийный маркетинг (event-маркетинг)*** – комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение продукта или компании в привязке к определенному событию. Чаще всего это всемирно известные мероприятия или события, созданные специально для компании (например, тематические флешмобы).

6. ***Видео***, посвященное компании, ее продукции и конкретным предложениям, адресованным потенциальным партнерам. Однако для увеличения именно целевого трафика наиболее эффективным будет размещение видеоматериалов на специализированных площадках, интересных профессионалам.

7. ***Собственный сайт компании*** является основным и наиболее эффективным средством продвижения и распространения информации о фирме и осуществляемой ею деятельности. Веб-сайт компании как основа служит платформой для формирования всех видов рекламных интернет-коммуникаций.

Вместе с тем считаем возможным использовать для развития продаж и такие средства, как CPA-сети, контекстная реклама, медийная реклама, контент-маркетинг, персональный брендинг, PR-кампании [3].

Одним из современных средств интернет-маркетинга рассматриваются CPA-сети – партнёрские программы или сети с оплатой за действие. Это рекламные системы-посредники, которые предлагают рекламодателям оплачивать только целевые действия пользователей – покупки, регистрации, заполнения анкет. Они позволяют значительно расширить площадку предложения продукции и нарастить число лидов.

Проблемы, возникающие у топ-менеджеров компаний, обусловлены и ухудшением экономической ситуации в стране. После существенного роста B2B-продаж на протяжении последних лет уже в 2019 г. в пессимистическом сценарии специалистами прогнозируется замедление роста продаж и стагнация развития[6]. Причиной является снижение покупательной способности при усилении конкуренции. В борьбе за клиентов победят организации, которые откорректируют стратегию бизнеса.

На основании результатов проведенного интервьюирования руководителей российских B2B-компаний и анализа специфики рынка сформулирована система наиболее актуальных, на наш взгляд, стратегий продаж и инструментов продвижения продукции и услуг, способных не только нарастить объемы реализации продукции, но и сократить влияние конкурентов (табл. 2).

Под стратегией развития продаж будем понимать систему развития бизнеса на основе новых подходов к клиентам и новые способы продвижения продуктов, ставящие своей целью достижение более высоких ориентиров и масштабов в развитии бизнеса и сокращение влияния конкурентов на отраслевых рынках.

Охарактеризуем наиболее результативные, на наш взгляд, стратегические направления развития B2B-продаж в российском бизнесе, касающиеся сегмента готовой продукции и услуг, не затрагивая сырья и материалов.

1. *Продажа не товаров, а комплектов*. На основании цепочки ценностей современный покупатель приобретает не просто продукцию (оборудование, технику, стройматериалы), а готовые решения для бизнеса. Таким образом, товар с подкреплением, а также кастомизированный продукт на текущий момент востребован как никогда. К 2019 г. сформировался покупатель нового поколения. Современные B2B-клиенты не покупают только оборудование, как это было до сих пор. Теперь потребителей интересуют готовые решения для бизнеса – комплекты, в которые входят товары, сервис, дополнительные услуги и т. д. Успех ждет компании, которые продают товар с дополнительной ценностью. Она может быть разной в зависимости от направленности бизнеса.

[6] Life Sciences: Key Trends to Watch in 2019 // Booz Allen Hamilton. Режим доступа: https://www.boozallen.com/c/insight/publication/life-sciences-trends-to-watch-in-2019.html (дата обращения: 17.11.2019).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

Таким образом, клиент заинтересован в комплексных пакетных предложениях. Фирма, выводя на рынок продукт с дополнительной ценностью, решает три задачи: рост прибыли, привлечение новых клиентов, преодоление конкурентов.

2. *Трансформация сервиса на основе обучения клиентов, стремящихся к самообразованию.* Как правило, B2B-компании предоставляют клиентам 12–36 месяцев бесплатного сервиса при условии, что поломка произошла по вине производителя. В 2019 г. с таким предложением победить конкурентов не удастся. Новая ситуация на рынке вводит новое правило: оборудование сломалось, потому что продавец не научил покупателя им пользоваться. Поэтому необходимо предложить клиентам комплект из трех частей: товар, тренинг по работе с оборудованием, гарантийный ремонт при поломках по вине производителя и покупателя. Расширенная гарантия приведет новых заказчиков и увеличит лояльность старых.

3. *Продажи продукции по системе trade-in с приемом продукции от конкурентов и заменой их на свою продукцию.* Рекомендуется обменивать устаревшую или сломанную продукцию своей компании и других фирм. При таком подходе клиенты, которые использовали товары конкурентов, станут покупателями фирмы, а старые

Табл. 2. Стратегии продаж и инструменты продвижения продукции с учетом специфики B2B-рынков (за исключением рынка сырья и материалов)
Tab. 2. Sales strategy and tools to promote products using B2B markets (with the exception of raw materials market)

Характеристика	B2B	Стратегии и инструменты
Особенности покупательского спроса	зависит от спроса на рынке конечных потребителей товаров / услуг; слабая эластичность	• стратегия вытягивания (*Pull strategy*) базируется на использовании методов продвижения товара: позиционирование, реклама, личная продажа
Особенности потребителей	ограниченное число организованных покупателей	• стратегия взаимоотношений: CRM-система; • стратегия обучения (предоставления достоверного контента самостоятельному в самообразовании покупателю): распространение предложений о подписке на информацию о продуктах и услугах компаний; CRM-система; система кол-трекинга как отслеживание эффективности рекламных каналов
Особенности товара	услуги, строительство, обработанные материалы, компоненты, оборудование	• стратегия дополнительной ценности: трансформация сервисного обслуживания; кастомизация и продажа товаров комплектами
Специфика принятия решения о покупке	строго в соответствии с критериями компании и отрасли	• стратегия совместной (командной) работы отделов продаж и B2B-маркетинга (интеграция знания продукта, послепродажной коммуникация и знания потребителя): генерация контента
Объемы закупок	если клиентом становится государственная компания, объемы закупок могут достигать значительных размеров	• стратегия партнерства субъектов B2B-рынков: партнерские программы, CPA-сети
Упор в рекламе	на дополнительный прирост капитализации или чистой прибыли	• стратегия интернет-маркетинга: SEO-продвижение, контекстная реклама, медийная реклама, мобильный маркетинг, приложения и мобильные версии сайтов
Наличие риска	очень велик, т. к. незначительный изъян в B2B-товаре (услуге) может влиять на эффективность всего бизнеса; провоцируется влиянием конкурентов	• стратегия управления рисками: *trade-in* с приемом продукции от конкурентов и заменой на свою продукцию; тренинг своих и чужих клиентов; таргетированная реклама; CRM-система, система кол-трекинга, web-аналитика; приложения по закупке и проверке складских остатков; IT-системы для автоматизации процесса взаимодействия с партнерами и дилерами

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

заказчики останутся. Старую продукцию конкурентов возможно продавать в страны ближнего зарубежья или на Африканский континент. В этом случае уход конкурентов с рынка гарантирован, а риск снижен.

4. *Тренинг по обучению своих и чужих клиентов.* Рекомендуется привлекать на семинары и тренинги клиентов, которые приобретают товары конкурентов. Чем лучше информирован покупатель, тем проще доказать ему преимущества товара. Обучение помогает вытеснить с рынка конкурентов. Результаты аналитических исследований показывают: до 80 % участников семинаров и тренингов уходят от конкурентов и покупают оборудование фирмы. Задача стратегии – дать потенциальному клиенту побыть в лояльной среде, прочувствовать преимущества товара. Необходимо довести информацию о своем продукте до такого уровня, чтобы бренд фирмы стал именем нарицательным.

5. *Вложение средств в развитие персонала с целью повышения производительности труда и эффективности продаж.* В B2B-продажах большую значимость имеет человеческий фактор на стадии предложения продукта клиентам. Важно, как и какое предложение сделает менеджер клиенту, поэтому рекомендуется в ближайший период вкладывать деньги не в рекламу, а в специалистов по продажам. Лучшие B2B-менеджеры – мужчины 30–50 лет с техническим образованием. Инженеров среди соискателей до 30 лет найти трудно, а уровень желаемой зарплаты у этого поколения завышен. Среди мужчин старше 50 лет, которые хотят работать в продажах, 80 % – инженеры, однако они с нежеланием относятся к работе с потенциальными лидами.

Следует определить наиболее весомые для менеджеров варианты мотивации (в сегментах B2B и B2C она различается). В B2B-компаниях менеджеров стимулируют денежные премии и перспективы карьерного роста. Зарубежные командировки, тренинги и другие подобные стимулы работают в сфере B2C. Узнать, каких поощрений ждут менеджеры за достижения, возможно с помощью опросных листов, в составе которых могут быть разные варианты мотивации: денежные премии за выполнение персональных планов и планов по отделу, увеличение процента с продаж, отгулы, загранкомандировки, зарубежные семинары и тренинги, корпоративная пенсия, оплата абонементов фитнес клубов, оплата сервисного обслуживания автомобиля, ДМС для членов семьи и прочие варианты. По итогам опроса руководители B2B-компаний смогут вывести свой персонал на новый уровень производительности и заинтересованности.

6. *Дальнейшее совершенствование маркетинга взаимоотношений на основе развития профессиональных компетенций менеджеров.*

В целях завершенности исследования на основе предложенных бизнес-стратегий нам представляется возможным применить на рынке B2B такие бизнес-модели, которые логично вытекают из систематизированной таблицы стратегий продаж:

1. *Партнерская программа* (связана с рекламной моделью, но имеет некоторые специфические особенности – в основной контент вставляются партнерские ссылки).

2. *Кастомизация* (стандартные услуги, товары модернизируются, в них включаются элементы, делающие их уникальными для определенного потребителя).

3. *Краудсорсинг* (примером бизнес-модели проекта может быть объединение большого количества клиентов, снабжающего сайт бизнеса контентом).

4. *Модель торговой площадки.* Создание площадки, где выставляются на реализацию продукты и услуги; это своеобразное место обмена контактами. Плата может взиматься с собственника или клиента за право пользования. Эта бизнес-модель позволяет получать доход из различных источников, включая сборы с покупателя или продавца за успешную сделку, дополнительные услуги, помогающие рекламировать товары продавца и т. д. Модель может использоваться как для продуктов, так и для услуг.

5. *Подписная.* Взимание абонентской платы за пользование пакетом услуг на оговоренное время. Теперь она распространяется на программное обеспечение, онлайн-услуги, а иногда возникает и в сфере услуг.

Предложенные нами бизнес-стратегии и совокупность инструментов интернет-маркетинга дали бы возможность руководителям B2B-компаний достичь стратегических целей, выбрать соответствующие бизнес-модели и ориентировочных показателей.

Заключение

Нами были выявлены основные тенденции развития B2B-продаж в мире и в России, среди которых: значительный рост числа сделок и объемов продаж на рынке B2B при высоком потенциале дальнейшего развития; интеграция B2C- и B2B-рынков; появление множества интернет-магазинов новой направленности – моносайтов, занимающихся продвижением товаров какого-либо одного выбранного китайского производителя; резкий подъем показателей трансграничной торговли в РФ; появление вследствие роста B2B-продаж новых видов профессиональной занятости – независимых экспертов и специалистов, *freelance* консалтеров, бизнес-блогеров, оказывающих соответствующие услуги.

Подтверждена гипотеза, что специфика B2B-бизнеса порождает особенный подход к организации продаж в данном секторе рынка. Предположение о подборе релевантных стратегий и тактик продвижения продукта на рынке организаций способно решить насущные проблемы развития продаж на B2B-рынках, ослабить влияние конкурентов, а в некоторых случаях и устранить их. На основании проведенного исследования, сбора и анализа первичных данных и выявленных особенностей B2B-рынка нами систематизирован комплекс стратегий

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

и инструментов интернет-маркетинга в рамках этих стратегий. Выделены наиболее значимые и эффективные на сегодняшний день стратегические направления для российских B2B-компаний. Обобщение и систематизация полученных результатов исследований позволили предложить наиболее значимые и востребованные, на наш взгляд, бизнес-модели, способные вывести B2B-компании из кризиса и обеспечить дальнейшее развитие. Данные стратегии развития продаж могут решить проблемы бизнеса, связанные с совершенствованием стратегии продвижения в экономике на текущий период, что имеет как научную, так и практическую ценность. Представляется необходимым в дальнейшем более глубоко изучить особенности применения всех предлагаемых средств (инструментов) продвижения продуктов на B2B-рынках. Таким образом, электронная модель B2B-продаж – одна из самых современных и перспективных моделей бизнеса, требующая пристального внимания ученых-исследователей [20–24].

Литература

1. Кожевина О. В., Трифонов П. В. Анализ факторов, влияющих на стратегию развития сегмента B2B в электронном бизнесе России // Фундаментальные исследования. 2014. № 11-12. С. 2686–2691.
2. Кисин М. Интернет-продвижение в сегменте B2B: эффективность основных площадок // Мясная сфера. 2014. № 6. С. 74–76.
3. Татаринов К. А. Особенности интернет-маркетинга на B2B-рынках // Известия Байкальского государственного университета. 2018. Т. 28. № 3. С. 517–528. DOI: 10.17150/2500-2759.2018.28(3).517-528
4. Брежнева В. М. Лид-менеджмент как современная интернет-технология управления клиентами компании // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2019. Т. 4. № 2. С. 221–228. DOI: 10.21306/2500-3372-2019-4-2-221-228
5. Брежнева В. М. Рынок интернет-рекламы // Современные тенденции экономики, управления и образования: мат-лы Всерос. конф. (Курск, 26 февраля 2015 г.) Курск, 2015. С. 18–20.
6. Бутова Т. Г., Багаев М. С. Совершенствование инструментов маркетинга в интернет-продажах для B2B // Вестник Бурятского государственного университета. 2015. № 8-1. С. 144–149.
7. Руснак Ю. А. Роль рекламной деятельности на предприятиях сферы b2b // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 3-2. С. 87–92. DOI: 10.24411/2411-0450-2019-10444
8. Кондратенко Ю. Н. Продвижение и сбыт на B2B рынках в эпоху цифровизации // Менеджмент, реклама и PR: современное состояние и тенденции развития / отв. ред. Е. А. Ильина. Чебоксары: Чуваш. гос. пед. ун-т, 2019. С. 121–126.
9. Уэбстер Ф. Основы промышленного маркетинга / пер. с англ. В. Г. Быстров, М. В. Ткаченко. М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005. 415 с.
10. Кравченко О. Н. Проблемы продвижения услуг на рынке B2B // Актуальные вопросы экономики и управления: мат-лы Междунар. науч. конф. (Москва, апрель 2011 г.) М.: РИОР, 2011. Т. II. С. 24–27.
11. Мовсесян А. А., Стародубцева О. А. Совершенствование рекламной кампании промышленной продукции на рынке B2B // Проблемы современной экономики. 2016. № 32. С. 82–86.
12. Yolyan A. The concept of B2B marketing // Science and Society. 2019. № 2. С. 49–54.
13. Брежнева В. М. Интернет-маркетинг для сектора B2B: цели и средства достижения // Экономика, управление и финансы в XXI веке: факты, тенденции, прогнозы: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Курск, 9 апреля 2019 г.) Курск, 2019. С. 132–136.
14. Грищенко Т. Д. Обзор систем электронного взаимодействия в сегменте B2B // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: сб. трудов науч.-практ. и учебной конф. (Санкт-Петербург, 4–6 июня 2019 г.) СПб., 2019. С. 163–166.
15. Окуловский И. В., Рягин Ю. И. B2B площадка для работы в сетевой рыночной среде как инструмент развития бизнеса в российских регионах // Российские регионы в фокусе перемен: сб. докладов со специальных мероприятий XII Междунар. конф. (Екатеринбург, 16–18 ноября 2017 г.) Екатеринбург, 2018. С. 125–130.
16. Исаева Е. В. Базовые инструменты интернет-маркетинга для промышленных компаний // Вестн. Ом. ун-та. Сер. «Экономика». 2016. № 4. С. 85–91.
17. Кравченко И. М. Результативность использования социальной сети Instagram при продвижении компаний B2B-сферы // Инновационные подходы в решении проблем современного общества: сб. ст. IV Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 15 мая 2019 г.) Пенза, 2019. С. 54–58.
18. Хализев В. Н., Тарасов Е. С., Бачманов Д. А. Схема реализации блокчейн-процессинга для обеспечения защиты B2B-портала // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. 2019. № 6. С. 149–155.
19. Кушнерёва Д. А., Яненко М. Б. Тенденции развития интернет-маркетинга // Неделя науки СПбПУ: мат-лы науч. конф. с междунар. участием. (Санкт-Петербург, 14–19 ноября 2016 г.) СПб., 2016. С. 311–312.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

20. Костецкий В. А. Практические аспекты построения smm-стратегии в интернет-маркетинге // Проблемы и перспективы формирования маркетинговых стратегий в условиях нестабильных рынков: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Краснодар, 5–20 декабря 2016 г.) Краснодар: КубГУ, 2016. С. 31–35.
21. Каледина М. А. Развитие рынка и технологий интернет-маркетинга // Проблемы и перспективы формирования маркетинговых стратегий в условиях нестабильных рынков: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Краснодар, 5–20 декабря 2016 г.) Краснодар: КубГУ, 2016. С. 220–224.
22. Стаценко Л. В. Оценка эффективности интернет-маркетинга предприятия // Наука и современность – 2017: сб. мат-лов LII Междунар. науч.-практ. конф. (Новосибирск, 21 апреля 2017 г.) Новосибирск, 2017. С. 212–218.
23. Акулиничев Я. В. Источники лидов на рынке b2b // Шаг в науку. 2016. № 1. С. 5–9.
24. Андреева К. Лидогенерация. Маркетинг, который продает. СПб: Питер, 2015. 236 с.

original article

Strategic Directions of B2B Sales Development in Modern Economy

Valeria M. Brezhneva [a, @]; Vera V. Petrushina [a]
[a] Kursk Institute of Cooperation, branch of Belgorod University of Cooperation, Economics, and Law, Kursk, Russia
[@] family.89@mail.ru

Received 20.11.2019. Accepted 23.12.2019.

Abstract: The research featured technologies of sales and promotion of products on the B2B market. B2B is a model of e-business. It is associated with establishment of contacts and business relationships between independent business entities. The research objective was to identify trends in the use of the e-business model for transactions on the Russian market. The study involved an analysis of objective factors and trends in the development of the economy, as well as the features of the B2B market. The obtained results allowed the authors to formulate new strategic directions for Russian companies in the development of online sales. A content analysis of related studies, together with sociological methods, we made it possible to reveal the great importance of e-transactions for the development of modern business. Unfortunately, they are limited in scale by the consequences of the economic crisis, sanctions, reduced consumer demand, and growing competition. The development of this e-business model is affected by Internet technologies, which ultimately leads to the digitalization of the global and domestic economy. Due to the rapid spread of digital technologies, most Russian companies do not have time to adapt to new conditions and experience difficulties in forming strategies for promoting their product on the Internet. Unqualified choice of promotion tools does not allow companies to achieve the planned conversion: they lose clients and thus underestimate the advantages of e-sales. The conservatism of management prevents companies from using global benefits of e-business. Therefore, it is imperative to develop and improve strategies and operational tactical decisions in the organization of B2B sales, e.g. in a more effective use of promotion tools based on the specifics of the market organizations. The article considers the main tendencies of development of foreign and domestic e-business. The authors estimated growth projections of Internet sales in Russia and specifics of the B2B market, including characteristics of consumer demand formation, behavior of the organizations-buyers compared to the consumer market. The paper also outlines the problems of e-platforms and describes a system of tools of product promotion in the B2B sector. As a solution to business problems on theB2B markets, the authors propose a number of strategies to improve sales management in order to maintain the growth trends of domestic business in the near future.

Keywords: B2B market, electronic business, Internet sales strategy, marketing tools on the B2B market, SEO-optimization, blogs, email, contextual advertising, personal branding, content marketing, media advertising, social networks

For citation: Brezhneva V. M., Petrushina V. V. Strategic Directions of B2B Sales Development in Modern Economy. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 74–84. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

References

1. Kozhevina O. V., Trifonov P. V. Analysis of factors affecting development strategies B2B segment representative in electronic business in Russia. *Fundamentalnye issledovaniia, 2014*, (11-12): 2686–2691. (In Russ.)
2. Kisin M. Internet promotion in the B2B segment: effectiveness of the main sites. *Miasnaia sfera*, 2014, (6): 74–76. (In Russ.)

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-74-84

3. Tatarinov K. A. Features of Internet marketing on B2B-markets. *Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta,* 2018, 28(3): 517–528. (In Russ.) DOI: 10.17150/2500-2759.2018.28(3).517-528
4. Brezhneva V. M. Lead Management as a Modern Internet Technology of Customer Management. *Vestnik of Kemerovo state University. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki,* 2019, 4(2): 221–228. (In Russ.) DOI: 10.21306/2500-3372-2019-4-2-221-228
5. Brezhneva V. M. The market of Internet advertising. *Modern trends in economics, management and Education:* Proc. All-Russian Conf., Kursk, February 26, 2015. Kursk, 2015, 18–20. (In Russ.)
6. Butova T. G., Bagaev M. S. B2B Online tools enhancement. *Vestnik Buriatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2015, (8-1): 144–149. (In Russ.)
7. Rusnak Yu. A. The role of advertising activities at B2B enterprises. *Ekonomika i biznes: teoriia i praktika,* 2019, (3-2): 87–92. (In Russ.) DOI: 10.24411/2411-0450-2019-10444
8. Kondratenko Y. N. Promotion and sales in B2B markets in the era of digitalization. *Management, advertising, and PR: current status and development trends*, ed. Ilina E. A. Cheboksary: Chuvash. gos. ped. un-t, 2019, 121–126. (In Russ.)
9. Webster F. *Industrial marketing strategy*, tr. Bystrov V. G., Tkachenko M. V. Moscow: Izdatelskii Dom Grebennikova, 2005, 415. (In Russ.)
10. Kravchenko O. N. Problems of promotion of services on the B2B market. *Actual issues of Economics and management*: Proc. Intern. Sci. Conf., Moscow, April, 2011. Moscow: RIOR, 2011, vol. II, 24–27. (In Russ.)
11. Movsesian A. A., Starodubtseva O. A. Improvement of the advertising campaign of industrial products in the B2B market. *Problemy sovremennoi ekonomiki*, 2016, (32): 82–86. (In Russ.)
12. Yolyan A. The concept of b2b marketing. *Science and Society*, 2019, (2): 49–54.
13. Brezhneva V. M. Internet marketing for the B2B sector: goals and means to achieve. *Economics, management, and finance in the XXI century: facts, trends, forecasts*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Kursk, April 09, 2019. Kursk, 2019, 132–136. (In Russ.)
14. Grishchenko T. D. Overview of CRM systems in the B2B segment. *Fundamental and applied research in the field of management, economics, and trade*: Proc. Sci.-Prac. and educational Conf., St. Petersburg, June 4–6, 2019. St. Petersburg, 2019, 163–166. (In Russ.)
15. Okulovsky I. V., Ryagin Yu. I. B2B site for working in the network market environment as a tool of development of business in the Russian regions. *Russian regions in focus of change*: Proc. from special events of the XII Intern. Conf., Ekaterinburg, November 16–18, 2017. Ekaterinburg, 2018, 125–130. (In Russ.)
16. Isaeva E. V. Basic internet marketing tools for industrial enterprises. *Herald of Omsk University. Series "Economics"*, 2016, (4): 85–91. (In Russ.)
17. Kravchenko I. M. The effectiveness of the use Instagram in the promotion of B2B companies. *Innovative approaches in solving the problems of modern society*: Proc. IV Intern. Sci.-Prac. Conf., Penza, May 15, 2019. Penza, 2019, 54–58. (In Russ.)
18. Halizev V. N., Tarasov E. S., Bachmanov D. A. Scheme of implementation of blockchain-processing to protect B2B portal. *Nauchnye trudy Kubanskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta*, 2019, (6): 149–155. (In Russ.)
19. Kushnereva D. A., Yanenko M. B. Internet marketing development trends. *Science Week of SPbSPU*: Proc. Sci. Conf. with international participation, St. Petersburg, November 14–19, 2016. St. Petersburg, 2016, 311–312. (In Russ.)
20. Kostetskii V. A. Practical aspects of building smm-strategy in Internet marketing. *Problems and prospects of formation of marketing strategies in the conditions of unstable markets*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Krasnodar, December 5–20, 2016. Krasnodar: KubGU, 2016, 31–35. (In Russ.)
21. Kaledina M. A. Development of the market and technologies of Internet marketing. *Problems and prospects of formation of marketing strategies in the conditions of unstable markets*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Krasnodar, December 5–20, 2016. Krasnodar: KubGU, 2016, 220–224. (In Russ.)
22. Statsenko L. V. Evaluation of the effectiveness of Internet marketing of the enterprise. *Science and modernity – 2017*: Proc. LII Intern. Sci.- Prac. Conf., Novosibirsk, April 21, 2017. Novosibirsk, 2017, 212–218. (In Russ.)
23. Akulinichev Ya. V. Sources of leads in the b2b market. *Shag v nauku*, 2016, (1): 5–9. (In Russ.)
24. Andreeva K. *Lead Generation. Marketing that sells*. St. Petersburg: Peter, 2015, 236. (In Russ.)

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

оригинальная статья
УДК 338.012

Разработка показателей оценки перспективности интегрированных инновационных структур университета

Наталья О. Васецкая [a, @, ID]
[a] Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия, г. Санкт-Петербург
[@] nat.vasetskaya@yandex.ru
[ID] https://orcid.org/0000-0002-1921-5453

Поступила в редакцию 20.11.2019. Принята к печати 21.12.2019.

Аннотация: В качестве объекта исследования рассматриваются интегрированные инновационные научно-образовательные структуры университета. Цель – разработка показателей оценки перспективности инновационных интегрированных научно-образовательных структур университета. Используются методы сравнения и систематизации. В условиях развития инновационной экономики особо актуальной является проблема, касающаяся трансформационных процессов в системе высшего образования. Университет как хозяйствующий субъект системы высшего образования формирует в своей структуре новые виды подразделений, деятельность которых основана на интеграционных процессах в образовательной, научной и производственной сферах. Новые интеграционные научно-образовательные структуры в зависимости от формы взаимодействия университета с научными организациями и предприятиями реального сектора экономики могут быть представлены объединенными лабораториями, базовыми кафедрами, научно-образовательными центрами и научно-исследовательскими лабораториями. Перспективность деятельности каждой инновационной структуры может быть оценена с помощью набора показателей, который формируется на основании анализа целей создания данных структур и ожиданий в сфере инноваций в их научной и образовательной деятельности. К важнейшим показателям перспективности инновационных структур можно отнести наличие ученых степеней у работников (остепененность персонала), средний возраст работников, перспективность развития научных направлений и подготовки высококвалифицированных кадров, качество инфраструктуры, уровень заработной платы, численность персонала и другие. Оценка перспективности подразделений, в том числе подразделений нового типа, является полезной с точки зрения стратегического планирования развития образовательной и научной деятельности университета, а также решения вопросов о его финансировании и структурной целостности.

Ключевые слова: показатель перспективности, ожидания от инноваций, объединенная лаборатория, базовая кафедра, научно-образовательный центр, научно-исследовательская лаборатория

Для цитирования: Васецкая Н. О. Разработка показателей оценки перспективности интегрированных инновационных структур университета // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 85–93. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

Введение

В настоящее время в силу мировых тенденций, таких как глобализация, цифровизация и интернализация, российская система высшего образования претерпевает значительные изменения. Наиболее масштабная трансформация в университетах как хозяйствующих субъектах системы высшего образования связана с интеграционными процессами в научной и образовательной сферах путем структурно-содержательной оптимизации всех составляющих подготовки кадров высшей квалификации [1–4]. Вопросы результативности и перспективности деятельности университета в целом и его структур в частности связаны с проблемами актуальности специальностей, приобретаемых студентами в процессе получения высшего образования [5; 6]. В современном мире в связи с растущей ролью знаний и информации в социально-экономическом развитии и превращением их в один из ключевых факторов экономического благосостояния и конкурентоспособности неизбежно возрастают требования к обеспечению качества подготовки кадров [7–11]. При этом перед образованием стоит важнейшая задача, связанная с реализацией опережающей подготовки высококвалифицированных востребованных специалистов [12–14].

Слабое взаимодействие между сегментами научного сообщества (академический сектор, субъекты высшей школы, промышленные предприятия, представляющие сферу прикладных исследований), а также отсутствие развитой практики создания элементов инновационной инфраструктуры способны привести Россию к значительному отставанию в конкурентоспособных отраслях. Понимание на государственном уровне того, что подготовка конкурентоспоспособных специалистов является одним из факторов изменения траектории развития страны в соответствии с мировыми трендами на научном

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

и технологическом рынках, приводит к возникновению ключевых инструментов государственной политики по развитию инновационной деятельности, включающей модернизацию системы образования. В качестве одного из основных условий перехода к инновационному образованию, помимо обновления его методологии и содержания в соответствии с потребностями новой экономики, необходимо отметить создание на базе университетов инновационных структур, функционирующих на основе интеграции образовательной, научно-исследовательской и инновационной сфер.

Процессы интеграции образования, науки и производства являются драйверами развития инновационной российской экономики. С целью решения образовательных, научно-исследовательских, внедренческих задач данные процессы должны развиваться в определенных организационных формах, которые, кроме этого, обеспечивают рынок высококвалифицированными кадрами с набором компетенций, востребованных работодателем [15]. В зависимости от вида взаимодействия университета с академической наукой и предприятиями в области наукоемких технологий и социально значимых отраслей экономики различают формы интегрированных инновационных научно-образовательных структур: объединенная лаборатория, базовая кафедра, научно-образовательный центр и учебно-научно-исследовательская лаборатория [16].

Цель – разработка показателей оценки перспективности инновационных интегрированных научно-образовательных структур университета на основе анализа целей их создания, ожиданий инноваций в рамках их деятельности и показателей оценки результативности рассматриваемых структур. Основными методами исследования являются сравнительный анализ и методы систематизации, позволяющие исследовать перспективность интегрированных инновационных научно-образовательных структур.

Цели создания инновационных структур и ожидания инноваций в рамках их деятельности

Для формирования показателей оценки перспективности интегрированных инновационных структур рассмотрим цели создания каждой из структур и степень ожидания инноваций в рамках образовательной и научно-исследовательской сфер данных структур (табл. 1).

Организация *объединенной лаборатории* обусловлена необходимостью:

- интеграции усилий академической и вузовской фундаментальной и прикладной наук с целью более эффективного использования интеллектуальных и материальных ресурсов;
- повышения качества подготовки научных и педагогических кадров для высшей школы через докторантуру и аспирантуру научно-исследовательских институтов Российской академии наук;
- концентрации дорогостоящих технических средств и высококвалифицированных специалистов с целью их наиболее эффективного использования в рамках перспективных на данный момент научно-учебных задач.

Для достижения цели, стоящей перед объединенной лабораторией, предусматривается решение следующих задач:

- создание благоприятных условий для совместных фундаментальных и прикладных исследований, проводимых университетом и научной организацией в рамках различных научно-исследовательских проектов, включая международные, а также расширения научных и производственных контактов с другими академическими структурами;
- организация подготовки кадров высшей квалификации путем создания наиболее благоприятных условий для проведения научно-исследовательских работ;
- организация и проведение научно-технических семинаров и конференций различного ранга;
- подготовка совместных научных статей и монографий;
- создание условий для повышения престижности изучения фундаментальных наук посредством привлечения студентов и аспирантов к выполнению различных научно-технических проектов.

Из анализа представленных задач следует, что в случае, когда объединенная лаборатория не встроена в процесс образования, ожидания внедрения инновационных методов обучения останутся низкими. Так как лаборатория чаще используется как поддерживающая структура научных проектов и задач, то ожидание научных инноваций остается на среднем уровне. Только если появится научный проект, ориентированный на данную лабораторию, в котором потребуются нетривиальные решения сложных междисциплинарных проблем, можно будет ожидать высокие показатели результативности [16; 17].

Базовая кафедра создается в целях практической подготовки обучающихся по соответствующей образовательной программе для конкретных предприятий-заказчиков. Основным направлением деятельности базовой кафедры является адресная подготовка специалистов по основным и дополнительным образовательным программам для промышленных предприятий и организаций реального сектора экономики. В силу того, что базовая кафедра не сфокусирована на проведении научных исследований, ожидания инноваций в научной сфере достаточно низкие. Что же касается образовательного процесса, в котором преподавателями выступают работники предприятия, не обладающие необходимым преподавательским опытом, – ожидания от инноваций в образовании будут средними [16].

Целью деятельности *научно-образовательного центра* является координация, обеспечение и проведение фундаментальных и прикладных научных исследований, создание научной и образовательной базы для подготовки специалистов всех уровней в определенной области знаний,

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

Табл. 1. Описание интегрированных научно-образовательных структур университета
Tab. 1. Description of integrated scientific and educational structures at university

Научно-образовательная структура	Инициатор создания	Цель создания	Ожидания инноваций	
			в сфере образования	в сфере научных исследований
Объединенная лаборатория	университет, научные организации	• углубление и расширение взаимодействия академической и вузовской науки; • повышение качества образования с целью сохранения и развития научно-технического и педагогического потенциала	Низкие	Средние
Базовая кафедра	университет, предприятие	• адресная подготовка специалистов по основным и дополнительным образовательным программам для конкретных предприятий	Средние	Низкие
Научно-образовательный центр	учебные и научные подразделения университета	• интеграция процессов проведения исследований и разработок с подготовкой высококвалифицированных кадров по перспективным направлениям; • формирование кадрового резерва, повышение квалификации специалистов конкретной отрасли	Высокие	Средние
Научно-исследовательская лаборатория	научные подразделения университета	• проведение и поддержка широкого спектра актуальных научных исследований и / или проектов (часто ориентированы на создание инновационных проектов и внедрение инновационных технологий)	Низкие	Высокие

реализация результатов научно-исследовательской деятельности через интеграционные процессы. Задачами и основными направлениями деятельности научно-образовательного центра являются:

- развитие фундаментальных, прикладных и инновационных исследований в определенной области наук;
- создание условий, стимулирующих научную и инновационную деятельность студентов, аспирантов, научно-педагогических работников университета;
- участие в организации образовательного процесса студентов, в подготовке аспирантов и докторантов, в повышении квалификации научно-педагогических работников университета, сотрудников других организаций и учреждений;
- внедрение результатов научно-исследовательской и инновационной деятельности в учебный процесс университета с целью повышения качества учебного процесса и обеспечения высокого уровня научно-исследовательской составляющей учебных планов;
- оказание различных видов наукоемких и образовательных услуг, выполнение работ по профилю научных направлений деятельности центра по договорам с заказчиками работ и потребителями услуг.

Таким образом, научно-образовательный центр в основном занимается переподготовкой кадров, опираясь на передовые достижения науки. Инновационность в образовании в данном структурном подразделении на самом высоком уровне, научные же достижения являются основой для формирования образовательных программ, в связи с этим ожидания от инноваций в науке средние [16].

Научно-исследовательская лаборатория имеет целью проведение и поддержку широкого спектра актуальных научных исследований. К ее основным задачам относятся:

- выполнение фундаментальных и прикладных научных, научно-технических, опытно-конструкторских исследований и разработок в рамках приоритетных направлений развития науки, технологий и техники РФ;
- привлечение средств на проведение данных исследований и разработок;

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

- обеспечение высоких научных показателей университета в мониторингах, проводимых различными ведомствами, в международных и российских рейтингах высших учебных заведений.

В отличие от научно-образовательного центра, основной целью которого является повышение квалификации специалистов конкретной отрасли, ожидания инноваций от научно-исследовательской лаборатории высокие, а от образовательной деятельности – низкие, т. к. образовательная деятельность не является основным источником дохода данного структурного подразделения. В большинстве случаев образовательная составляющая деятельности лаборатории функционирует на уровне формирования навыков работы студентов с разработанным научно-прикладным оборудованием [16].

Результативность интегрированных инновационных научно-образовательных структур

На основе проведенного анализа целей создания интегрированных структур, инициаторов их создания и ожиданий в сфере инноваций нами разработаны и предложены показатели оценки их результативности (табл. 2).

Анализ параметров результативности показал, что в зависимости от формы взаимодействия университета с организациями академической науки и промышленными предприятиями отдельные показатели оценки результативности данных структур могут совпадать, однако их набор – разный.

Совокупность показателей результативности структур нового типа зависит от целей их создания и ожидания в сфере инноваций от каждой из них в рамках образовательной и научно-исследовательской деятельности. Например, научно-исследовательская лаборатория создана с целью проведения и поддержки широкого спектра актуальных научных исследований и ориентирована на создание инновационных проектов и внедрение инновационных технологий. Ожидания в сфере инноваций в научно-исследовательской сфере для данных структур достаточно высокие. В связи с этим одним из показателей результативности данного подразделения является уровень капитализации научных разработок и / или инноваций [18; 19].

Перспективность интегрированных инновационных научно-образовательных структур

После оценки результативности интегрированной инновационной научно-образовательной структуры необходимо исследовать уровень ее перспективности. Для оценки перспективности интегрированных инновационных структурных подразделений авторами на основе анализа литературы и экспертных данных [20–24] разработан и предложен ряд показателей (табл. 3).

Перспективность объединенной лаборатории. Уровень остепененности персонала выступает гарантом выполнения поставленных перед лабораторией задач. Кроме того, решаемые задачи приводят к появлению нового научного знания, которое непосредственным образом оказывает влияние на рост числа диссертаций. Следовательно, необходимо оценивать перспективность объединенной лаборатории с точки зрения возможных диссертационных исследований. Средний возраст работников в условиях острой необходимости омоложения кадров на сегодняшний день является важным показателем, т. к. существует ограниченное число исследователей молодого и среднего возраста. В России сегодня имеет место высокая конкуренция за таких исследователей со стороны университетов и научных организаций. Именно научные традиции и работоспособность научных школ университета являются ключевыми факторами успешной деятельности, в связи с чем средний возраст может считаться показателем перспективности лаборатории.

Табл. 2. Показатели оценки результативности интегрированных научно-образовательных структур
Tab. 2. Indicators for assessing the effectiveness of integrated scientific and educational structures

Научно-образовательная структура	Показатели оценки результативности
Объединенная лаборатория	• публикационная активность; • число научно-исследовательских проектов; • объем финансирования научных исследований и разработок
Базовая кафедра	• число выпускников, трудоустроенных на конкретное предприятие; • средний балл за защиту выпускных квалификационных работ; • число обучающихся студентов; • степень внедрения результатов выпускных квалификационных работ в деятельность предприятия; • объем финансирования научных исследований и разработок
Научно-образовательный центр	• уровень капитализации научных разработок и / или образовательных курсов; • число подготовленных кадров; • публикационная активность
Научно-исследовательская лаборатория	• уровень капитализации научных разработок и / или инноваций; • внедренные инновации и научные разработки; • число полученных патентов и / или изобретений; • публикационная активность

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

Табл. 3. Показатели оценки перспективности интегрированных научно-образовательных структур
Tab. 3. Indicators for assessing the prospects of integrated scientific and educational structures

Научно-образовательная структура	Показатели оценки перспективности
Объединенная лаборатория	• наличие ученых степеней у работников; • средний возраст работников; • актуальность решаемых задач; • уровень заработной платы; • степень занятости персонала
Базовая кафедра	• средний возраст работников; • потребность предприятия в кадрах; • уровень оборудования, программных комплексов и т. д.; • перспективность направления развития отрасли и / или предприятия; • уровень заработной платы; • степень занятости персонала
Научно-образовательный центр	• наличие ученых степеней у работников; • средний возраст работников; • перспективность развития научных направлений и подготовки высококвалифицированных кадров; • качество инфраструктуры; • уровень заработной платы; • степень занятости персонала
Научно-исследовательская лаборатория	• наличие ученых степеней у работников; • средний возраст работников; • перспективность развития научных направлений; • качество инфраструктуры; • уровень заработной платы; • степень занятости персонала

Учитывая, что сотрудники лаборатории не имеют полную занятость в ней, а сама лаборатория создана в качестве поддерживающей структуры для научных проектов нескольких подразделений, актуальность решаемых задач является важным показателем перспективности инновационной структуры. В этом смысле важно понимать, насколько будет сохраняться потребность в объединенной лаборатории со стороны университета как в структуре, реализующей актуальные научные исследования. Фактически деятельность объединенной лаборатории будет прекращена при отсутствии финансирования со стороны создавших ее структурных подразделений.

Уровень заработной платы как показатель перспективности позволяет оценить возможность привлечения профессиональных кадров, способных решить поставленные актуальные задачи. Степень занятости персонала помогает провести анализ того, насколько данный персонал может реализовать свои возможности при решении конкретных задач, не будет ли задержек с решением и насколько данный персонал будет вовлечен в работу. Численность персонала необходимо анализировать в зависимости от его занятости и круга решаемых задач. При оценке перспективности лаборатории необходимо принимать во внимание возможность командной работы при частичной занятости: происходит ли транслирование полученных знаний молодому поколению и / или заинтересованным ученым.

Перспективность базовой кафедры. Средний возраст преподавателей базовой кафедры является важным показателем с точки зрения образовательного процесса, а именно: студент видит своих будущих коллег, с кем ему работать в дальнейшем, видит их уровень профессионализма. Такого рода личное общение является ключевым при выборе данного предприятия. В работе не введен показатель Профессиональный уровень, т. к. он априорно считается высоким.

Потребность в кадрах является единственной причиной создания кафедры, поэтому перспективы базовой кафедры всецело зависят от данной потребности. Уровень оборудования, как и средний возраст персонала, очень сильно влияет на принятие обучающимися решения о заключении договора на работу с данным предприятием. Качество подготовки зависит от возможностей предприятия, поэтому оценка перспектив кафедры тесно связана с имеющимся в ее распоряжении оборудованием, качеством данного оборудования и возможностью работы с ним.

Перспективность направления развития отрасли должна оцениваться с учетом того, что сотрудники предприятия в качестве преподавателей обладают глубокими знаниями определенной специфики, что может привести к потере общих компетенций и сузить подготовку обучающихся. Перспективность кафедры определяется потребностью организации в персонале до тех пор, пока такого рода потребность будет сохраняться и предприятие будет готово выделять ресурсы и финансировать базовую кафедру.

Уровень заработной платы определяет степень заинтересованности преподавателей в подготовке обучающихся. Как правило, в случае, если сотрудники предприятия недостаточно стимулируются для работы со студентами, ждать значимых результатов не приходится. Таким же образом на перспективность функционирования структурного подразделения влияет и степень занятости персонала. В условиях конкретной работы выделение времени для студентов, организация обучения, тесно связанного с задачами предприятия, – отдельная и сложная задача, в решении которой должны быть учтены риски

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

несоответствия расписаний между занятиями и конкретной работой.

Создание базовых кафедр является одной из приоритетных форм развития взаимодействий университетов и предприятий. Так, на данный момент в структуре Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого в разных институтах насчитывается порядка 20 базовых кафедр [16], в числе которых:

- «Энерго- и электромашиностроение» на базе лидера отрасли энергетического машиностроения ОАО «Силовые машины»;
- «Атомная энергетика» на базе Ленинградской АЭС, глобальная цель которой заключается в интеграции образования и практики, а также подготовке т. н. инженера-дивергента XXI века, обладающего знаниями, опережающими самые современные технологии;
- «Механика сплошных сред» на базе Института проблем машиноведения (ИПМаш) РАН – одного из ведущих научно-исследовательских институтов, деятельность которого направлена на усиление фундаментальной и междисциплинарной составляющих образования в области механики сплошных сред и в смежных областях в результате использования кадрового и партнерского ресурса ИПМаш РАН.

Перспективность научно-образовательного центра. Остепененность персонала является для научно-образовательного центра своего рода визитной карточкой, т. к. все гранты и договоры на переподготовку кадров заключаются с учетом возможностей и заслуг, ранее сделанных проектов конкретного персонала. Фактически научная компетентность персонала является определяющей в конкурентоспособности научно-образовательного центра.

Средний возраст для научно-образовательного центра будет говорить о потенциале сотрудничества: имеет ли центр сотрудников, готовых повышать свою компетентность, повышая тем самым конкурентоспособность центра. Анализ возрастных категорий учитывает уровень остепененности, мотивацию к работе, позволяет оценить конкурентоустойчивость центра.

Центр фактически реализует те научные компетенции, которые представлены в университете. Оценка перспектив самих направлений позволит понять, насколько устойчив в своем развитии научно-образовательный центр. Нужно понимать, что он не формирует научные компетенции, а занимается их капитализацией. Вполне возможна ситуация, когда научно-образовательный центр будет реализовывать компетенции не только того университета, в котором он создан, т к. он должен находиться на самообеспечении.

При реализации курсов переподготовки инфраструктура центра часто играет ключевую роль. Когда инфраструктуры центра недостаточно, занятия перемещаются на производственные площадки. Уровень заработной платы, степень занятости персонала и его количество также важны, как и в других структурных подразделениях.

Перспективность научно-исследовательских лабораторий в силу схожести структур предлагается оценивать практически по тем же показателям, что и научно-образовательные центры, но с учетом отсутствия составляющей, характеризующей подготовку кадров, показателя Перспективность развития научных направлений и подготовки высококвалифицированных кадров.

Заключение

В условиях развития инновационной экономики необходимость в модернизации существующей системы высшего образования стоит достаточно остро. Университеты как хозяйствующие субъекты высшего образования находятся в поисках новых решений, способствующих повышению результативности их деятельности в условиях современной экономики. Создание научно-образовательных структур нового типа сделало возможным через интеграцию системы образования, науки, производства, бизнеса и государства ориентировать учебный процесс не только на получение студентами фундаментальных знаний, актуальных на сегодняшний день, но и на овладение базовыми компетенциями, позволяющими будущему специалисту приобретать знания самостоятельно, быть востребованным и быстро реагировать на происходящие изменения на рынке труда. Интеграционные процессы в данных структурах позволяют реализовать полный цикл инновационного процесса – от фундаментальных научных исследований до коммерческой реализации их результатов и передачи готовой продукции и технологий.

Основная цель оценки любого подразделения – получение ответа на вопрос: насколько структурное подразделение может быть самостоятельным. Важным фактором является оценка того, какой процент в бюджет университета приносят структурные подразделения, какие направления развивают, привлекают ли новые перспективные кадры, насколько реализуют научный потенциал университета и увеличивают его. Всегда при этом остается риск возможного ухода подразделения из университета и формирование нового юридического лица.

Результативность университета в целом в настоящий момент времени напрямую зависит от результативности деятельности ее структурных подразделений, возможности рационального взаимодействия между смежными структурными подразделениями и трудовыми ресурсами. Оценка же перспективности подразделений, в том числе интегрированных инновационных структур, позволяет университету планировать свое развитие в будущем в условиях инновационной экономики. Это является важнейшим вопросом и с точки зрения финансирования университета, его структурной целостности.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

Литература

1. Щеликова Н. Ю. Особенности процесса формирования инновационных интегрированных структур образования, науки и бизнеса // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3-2. С. 248–253.
2. Foss L., Gibson D. V. The Entrepreneurial University: Context and Institutional Change. N. Y.: Routledge, 2015. 286 p.
3. Markkula M. The Knowledge Triangle: Renewing the University Culture // The Knowledge Triangle: Re-inventing the Future / eds. P. Lappalainen, M. Markkula. Aalto: Aalto University, 2013. P. 11–32.
4. Харин А. А. Методология формирования инновационных интегрированных структур образования, науки и бизнеса: автореф. дис. … д-ра экон. наук. М., 2011. 32 с.
5. Зебницкий А. А., Приходько П. В., Янцев А. В., Пушкарёва Е. А. Формирование единой системы вузовского образования: проблемы и перспективы // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2013. № 2. С. 27–35.
6. Perkmann M., Tartari V., McKelvey M., Autio E., Brostrom A., D'Este P., Fini R., Geuna A., Grimaldi R., Hughes A., Krabel S., Kitson M., Llerena P., Lissoni F., Salter A., Sobrero M. Academic Engagement and Commercialisation: A Review of Literature on University-Industry Relations // Research Policy. 2012. Vol. 42. Iss. 2. P. 423–442.
7. Букатов Н. С., Каланда Е. О., Лысенко С. В., Пушкарёв Ю. В. Интеграция образовательных систем и проблема формирования личности в системе высшего образования // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2013. № 1. С. 43–49.
8. Дробышевская Л. Н., Попова Е. Д. Развитие экономики знаний России в эпоху цифровых трансформаций // Креативная экономика. 2018. Т. 12. № 4. С. 429–446.
9. Майер Б. О., Евзрезов Д. В. Изменения в системе современного общества и реформы высшего образования // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2012. № 6. С. 37–43.
10. Kofman E. The Knowledge Economy, Gender and Stratified Migrations // Studies in Social Justice. 2007. Vol. 1. Iss. 2. P. 122–135. DOI: https://doi.org/10.26522/ssj.v1i2.974
11. Пушкарёв Ю. В., Пушкарёва Е. А. Развитие образования в условиях новой системы ценностей глобального общества // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2012. № 4. С. 20–25.
12. Латуха О. А., Пушкарёв Ю. В. Роль высших учебных заведений в создании инноваций // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2013. № 3. С. 66–72.
13. Васильев Ю. С., Глухов В. В., Федоров М. П. Экономика и организация управления вузом. 3-е изд., испр. и доп. СПб.: Лань, 2004. 608 с.
14. Соловьева Л. В., Соловьева Л. И. Образование как фактор социально-экономического развития России и ее регионов // Научные ведомости БелГУ. Сер. Экономика. Информатика. 2016. № 23. С. 22–29.
15. Vasetskaya N. O., Glukhov V. V., Burdakov S. F. The elaboration of the model of competences of the research and teaching university staff // Proc. 2018 XVII Russian Sci.-Prac. Conf. on Planning and Teaching Engineering Staff for the Industrial and Economic Complex of the Region. (Санкт-Петербург, 14–15 ноября 2018 г.) СПб., 2018. С. 98–101. DOI: 10.1109/PTES.2018.8604215
16. Васецкая Н. О., Клочков Ю. С. Интегрированные инновационные научно-образовательные структуры как инструмент подготовки профессиональных кадров в области инженерно-технического образования. СПб.: БМВ и К, 2017. 159 с.
17. Дежина И. Г. Инфраструктура науки: от центров коллективного пользования к сверхкрупным установкам // Экономико-политическая ситуация в России. 2011. № 10. С. 54–56.
18. Рожков Ю. В., Чёрная И. П. Капитализация в системе целей инновационного развития региона // Инновации. 2009. № 6. С. 82–85.
19. Недоспасова О. П. Оценка эффективности различных источников финансирования инвестиций // Проблемы современной экономики. 2011. № 3. С. 165–167.
20. Industrial Cloud-Based Cyber-Physical Systems / eds. A. Colombo, Th. Bangemann, S. Karnouskos, J. Delsing, P. Stluka, R. Harrison, F. Jammes, J. L. Lastra. Springer International Publishing, 2014. 245 p.
21. Unger M., Polt W. The Knowledge Triangle between Research, Education and Innovation – A Conceptual Discussion // Foresight and STI Governance. 2017. Vol. 11. № 2. P. 10–26. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.2.10.26
22. Шеметов Е. А. Методические основы оценки эффективности формирования интегрированных структур в судостроении // Экономические науки. 2012. № 88. С. 84–88.
23. Leydesdorff L. The Triple Helix, Quadruple Helix, …, and an N-Tuple of Helices: Explanatory Models for Analyzing the Knowledge-Based Economy? // Journal of the Knowledge Economy. 2012. Vol. 3. № 1. P. 25–35.
24. Парушина Н. В., Лытнева Н. А., Семиделихин Е. А. Методы измерения и оценки человеческого капитала (научный обзор) // Научное обозрение. Экономические науки. 2017. № 2. С. 89–99.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

original article

Development of Indicators to Assess the Prospects of Integrated Innovation Structures at University

Natalia O. Vasetskaya [a, @, ID]
[a] Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia, St. Petersburg
[@] nat.vasetskaya@yandex.ru
[ID] https://orcid.org/0000-0002-1921-5453

Received 20.11.2019. Accepted 21.12.2019.

Abstract: The research featured integrated innovative scientific and educational structures at university. The research objective was to develop indicators to assess the prospects of these structures. The methods involved content analysis, comparison, and systematization. In the conditions of innovative economy, transformation processes in higher education are becoming especially relevant. The university is an economic entity of the higher education system. It forms new types of units in its structure. The activities of these units are based on integration processes in the educational, scientific, and industrial spheres. New scientific and educational structures depend on the form of interaction between the university, scientific organizations, and real economy enterprises. Therefore, the innovative structures can be represented by joint laboratories, basic departments, scientific and educational centers, and research laboratories. Their prospects can be estimated using a set of indicators based of the analysis of the goals and expected outcome in the sphere of innovations, science, and education. The most important indicators of the prospects of these innovative structures include academic degrees of the employees, their average age, the prospects of development of scientific areas, training of qualified personnel, quality of infrastructure, wage levels, number of staff, etc. Assessment of the prospects of the innovative structures is useful for strategic planning of educational and scientific activities of the university, as well as addressing financial and structural integrity issues.

Keywords: indicator of prospects, expectations from innovations, joint laboratory, basic department, scientific and educational center, research laboratory

For citation: Vasetskaya N. O. Development of Indicators to Assess the Prospects of Integrated Innovation Structures at University. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 85–93. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

References

1. Shelikova N. Yu. Peculiarities of formation of innovative integrated structures of education, science and business. *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2012, (3-2): 248–253. (In Russ.)
2. Foss L., Gibson D. V. *The Entrepreneurial University: Context and Institutional Change.* N. Y.: Routledge, 2015, 286.
3. Markkula M. The Knowledge Triangle: Renewing the University Culture. *The Knowledge Triangle: Re-inventing the Future,* eds. Lappalainen P., Markkula M. Aalto: Aalto University, 2013, 11–32.
4. Kharin A. A. *Methodology of the formation of innovative integrated structures of education, science, and business.* Dr. Econ. Sci. Diss. Abstr. Moscow, 2011, 32. (In Russ.)
5. Zebnickiy A. A., Prihodko P. V., Yancev A. V., Pushkareva E. A. Formation of a uniform system of higher education: problems and prospects. *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*, 2013, (2): 27–35. (In Russ.)
6. Perkmann M., Tartari V., McKelvey M., Autio E., Brostrom A., D'Este P., Fini R., Geuna A., Grimaldi R., Hughes A., Krabel S., Kitson M., Llerena P., Lissoni F., Salter A., Sobrero M. Academic Engagement and Commercialisation: A Review of Literature on University-Industry Relations. *Research Policy,* 2012, 42(2): 423–442.
7. Bukatov N. S., Kalanda E. O., Lysenko S. V., Pushkarev Yu. V. Integration of educational systems and the problem of formation of new person in the higher education. *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*, 2013, (1): 43–49. (In Russ.)
8. Drobyshevskaya L. N., Popova E. D. Development of Russian knowledge economy in the era of digital transformations. *Kreativnaia ekonomika,* 2018, 12(4): 429–446. (In Russ.)
9. Mayer B. O., Evzrezov D. V. Changes in system of the modern society and reform of higher education. *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*, 2012, (6): 37–43. (In Russ.)
10. Kofman E. The Knowledge Economy, Gender and Stratified Migrations. *Studies in Social Justice,* 2007, 1(2): 122–135. DOI: https://doi.org/10.26522/ssj.v1i2.974
11. Pushkarev Yu. V., Pushkareva E. A. Development of education in the conditions of new system of values of the global society. *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*, 2012, (4): 20–25. (In Russ.)

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-85-93

12. Latuha O. A., Pushkarev Yu. V. Role of higher educational institutions in creation of innovations. *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*, 2013, (3): 66–72. (In Russ.)
13. Vasilev Iu. S., Glukhov V. V., Fedorov M. P. *Economics and organization of university management*, 3rd. ed. St. Petersburg: Lan, 2004, 608. (In Russ.)
14. Solovyeva L. V., Solovyeva V. I. Education as a factor of social and economic development of the Russia and regions. *Belgorod State University Scientific Bulletin. Economics. Information technologies*, 2016, (23): 22–29. (In Russ.)
15. Vasetskaya N. O., Glukhov V. V., Burdakov S. F. The elaboration of the model of competences of the research and teaching university staff. *Proc. 2018 XVII Russian Sci.-Prac. Conf. on Planning and Teaching Engineering Staff for the Industrial and Economic Complex of the Region*, St. Petersburg, November 14–15, 2018. St. Peterburg, 2018, 98–101. DOI: 10.1109/PTES.2018.8604215
16. Vasetskaya N. O., Klochkov Yu. S. *Integrated innovative scientific and educational structures as a tool for training professional personnel in the field of engineering and technical education*. St. Petersburg: BMV i K, 2017, 159. (In Russ.)
17. Dezhina I. G. Infrastructure of science: from co-working centers to super-large installations. *Ekonomiko-politicheskaia situatsiia v Rossii*, 2011, (10): 54–56. (In Russ.)
18. Rozhkov Yu. V., Chernaya I. P. The capitalization in the objectives of innovation development of the region. *Innovatsii*, 2009, (6): 82–85. (In Russ.)
19. Nedospasova O. P. Evaluation of effectiveness of various sources of investment financing. *Problemy sovremennoi ekonomiki.* 2011, (3): 165–167. (In Russ.)
20. *Industrial Cloud-Based Cyber-Physical Systems*, eds. Colombo A., Bangemann Th., Karnouskos S., Delsing J., Stluka P., Harrison R., Jammes F., Lastra J. L. Springer International Publishing, 2014, 245.
21. Unger M., Polt W. The Knowledge Triangle between Research, Education and Innovation – A Conceptual Discussion. *Foresight and STI Governance*, 2017, 11(2): 10–26. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.2.10.26
22. Shemetov E. A. Methodological foundations for assessing the effectiveness of the formation of integrated structures in shipbuilding. *Ekonomicheskie nauki,* 2012, (88): 84–88. (In Russ.)
23. Leydesdorff L. The Triple Helix, Quadruple Helix, …, and an N-Tuple of Helices: Explanatory Models for Analyzing the Knowledge-Based Economy? *Journal of the Knowledge Economy*, 2012, 3(1): 25–35.
24. Parushina N. V., Lytneva N. A., Semidelihin E. A. Methods of measurement and evaluation of human capital (scientific review). *Nauchnoe obozrenie. Ekonomicheskie nauki*, 2017, (2): 89–99. (In Russ.)

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

оригинальная статья
УДК 339.138

Влияние цифровых технологий на управление бизнесом по продаже авиабилетов

Анжелика А. Емельянович [a, @]; Александр Д. Ударцев [a]; Ефим А. Кравченко [a]
[a] Новосибирский государственный технический университет, Россия, г. Новосибирск
[@] kristimof@yandex.ru

Поступила в редакцию 25.11.2019. Принята к печати 26.02.2020.

Аннотация: Цель работы – изучение влияния новых технологий на развитие рынка услуг на примере бизнеса по продаже авиабилетов. Объектом исследования являются современные технологии продвижения и продаж, предметом – влияние цифровых технологий на различные аспекты деятельности компаний на рынке онлайн-продаж услуг. Изменения в инструментах и методах продвижения товаров и услуг удивляют своей динамичностью и технологичностью. Наряду с SEO-продвижением и Event-маркетингом получили распространение когнитивный маркетинг, когнитивные технологии, поведенческий маркетинг. Профессиональное совмещение этих разных по своей природе, но направленных на одну цель – удовлетворение и предвосхищение ожиданий потребителя – инструментов стало базисом для успешного позиционирования себя на рынке не только крупных компаний (Сбербанк, Аэрофлот), но и сервисных компаний. Быстрая адаптация к технологичной среде гарантирует успешную деятельность на рынке в сфере малого и среднего бизнеса. В качестве методов исследования использовались наблюдение, интервью, метод научного анализа и индукции, метод сопоставления. Материалом стали эмпирические данные, полученные у крупнейшего регионального оператора бизнеса по продаже авиабилетов в процессе ретроспективного анализа деятельности, методами интервьюирования руководства, анализа клиентской базы и экспресс-анализа затрат. В результате были выявлены положительные и отрицательные последствия цифровизации для изучаемого вида услуг как наиболее трансформированного в ходе глобальных изменений экономической модели под влиянием перехода к цифре.

Ключевые слова: агент, компания-консолидатор, контекстная реклама, маркетинг, продвижение, рынок продаж авиабилетов, SEO-продвижение

Для цитирования: Емельянович А. А., Ударцев А. Д., Кравченко Е. А. Влияние цифровых технологий на управление бизнесом по продаже авиабилетов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 94–102. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

Введение

Несмотря на то, что концепции маркетинговой деятельности подверглись существенным изменениям с приходом в повседневную жизнь цифровых технологий, компании должны придерживаться и традиционной концепции социально-этического маркетинга. Базовые принципы данной концепции лежат и в основе нового популярного в профессиональной среде поведенческого маркетинга. Это означает, что для обеспечения прочности положения на рынке компания должна заботиться о своих клиентах и партнерах, о том, как улучшить жизнь тех, кто с ней контактирует. Один из принципов достижения такой цели можно сформулировать следующим образом: необходимо продавать тот товар, который наиболее актуален при решении определенной проблемы[1] [1].

Продвижение – термин, относительно недавно появившийся в качестве обозначения одного из процессов, связанных с реализацией продукции, и пришедший из теории маркетинга. Под продвижением, как правило, понимают систему, состоящую из совокупности разнообразных маркетинговых инструментов, стимулирующих движение товаров или услуг от производителя к конечному потребителю в оптимальные (кратчайшие) сроки. Продвижение в сфере услуг является одним из элементов системы маркетинга, отвечающей за информирование действующих и / или потенциальных клиентов об услуге или ее усовершенствовании с целью обеспечения выполнения планов и увеличения объемов ее продаж.

Как и в любой сфере деятельности, продвижение в сфере услуг бывает прямым (непосредственное воздействие на потребителя) и косвенным (через посредников и неактивные способы продаж).

В качестве целей продвижения можно назвать следующие:

- экономическая – обеспечение увеличения объемов продажи услуг;

[1] Капелюшников Р. Поведенческая экономика и новый патернализм // Полит.ру. 12.11.2013. Режим доступа: https://polit.ru/article/2013/11/12/paternalism/ (дата обращения: 14.10.2019).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

- информационная – быстрое доведение до потребителей информации об услуге или ее изменениях, о новинках в перечне услуг;
- коммуникационная – обеспечение обратной связи с потребителями услуг;
- планирование – использование обратной связи от клиентов для стратегического планирования и своевременной корректировки всех существенных позиций стратегического плана;
- управление спросом.

Продвижение является стимулирующим фактором, призванным оказать дополнительное воздействие на потребителя для принятия им решения о приобретении продукции, и включает в себя инструменты и способы реализации данного процесса, интенсивность применения которых зависит от вида продукта и конечных целей продавца.

Методы и материалы. В качестве методов исследования использовались наблюдение, интервью, метод научного анализа и индукции, метод сопоставления. Материалом для настоящей работы стали эмпирические данные, полученные у крупнейшего регионального оператора бизнеса по продаже авиабилетов в процессе ретроспективного анализа деятельности методами интервьюирования руководства, анализа клиентской базы и экспресс-анализа затрат[2].

Инструменты и способы продвижения на рынке товаров и услуг

Процесс информирования подразумевает использование коммуникационных инструментов. Известны четыре коммуникативных инструмента, которые обеспечивают продвижение продукции на рынке [2]. Каждый инструмент имеет свои преимущества и недостатки.

1. ***Реклама*** представляет собой использование специальных средств распространения информации о продукции / товаре / услуге до реальных и потенциальных потребителей.

2. ***Персональные / личные / прямые продажи*** – «устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи» [3]. Здесь предполагается непосредственно работа руководителя либо менеджера организации с потенциальными покупателями: телефонные звонки, встречи, обеспечивающие по факту точечные продажи. Данный инструмент при его реализации охватывает наименьшую аудиторию по сравнению со всеми остальными, но требует наибольших затрат времени и усилий при его реализации. Вместе с тем он является весьма эффективным при определенных условиях, связанных с менталитетом и преобладающей корпоративной культурой страны.

3. ***Связи с общественностью*** (паблик рилейшнз (PR), пропаганда, паблисити) – формирование благоприятного общественного мнения – могут принимать различный вид: участие руководства и сотрудников предприятия в различных общественных мероприятиях, их организация, брендирование продукции и самого бизнеса, использование новостных каналов для напоминания о себе и т. п.

4. ***Стимулирование сбыта*** (в том числе директ-маркетинг) продаж предполагает учет всех возможных участников самого процесса продаж: непосредственно конечных потребителей продукта, посредников (третьи организации, через которые осуществляется реализация), сотрудников организации[3].

Формы стимулирования потребителей разнообразны и используются в зависимости от вида продукта: конкурсы и лотереи, программы лояльности, акции, промоакции, скидки и прочие средства. Стимулирование сотрудников организации, участвующих в процессе продвижения, может осуществляться различными способами: материальное (бонусирование, премирование) или моральное (грамоты, представление на доску почета) поощрение, оплата обучения, путевок, лечения за счет организации, реже – соревнования среди сотрудников. В качестве одной из форм стимулирования можно указать бриджинг – стратегическое сотрудничество со стейкхолдерами.

Инструменты продвижения являются универсальными, т. е. предполагают их использование производственными предприятиями, торговыми организациями, организациями, оказывающими услуги. Однако в зависимости от вида реализуемого продукта приоритеты и эффективность использования инструментов продвижения существенно изменяются. На текущий момент можно условно разделить все инструменты продвижения на традиционные, известные и применяемые давно (табл. 1), и новые, связанные с появлением новых технологий (табл. 2).

Новым технологиям маркетинга в целом и продвижения в частности уделяется много внимания в трудах современных исследователей: И. Ф. Чепуровой [4], С. В. Лосева [5], Ю. Д. Красовского [6], Е. В. Васильевой и В. В. Лосевой [7], А. Г. Поляковой [8], М. И. Шамиловой [9], А. С. Старостиной [10], Е. М. Празяна [11].

В зависимости от вида реализуемого продукта приоритеты и эффективность использования инструментов продвижения существенно изменяются. Авиабилеты хоть и не являются товаром первой необходимости, транспортная отрасль является одной из самых устойчивых сфер

[2] Понятие сервиса // Economic-s. 31.12.2010. Режим доступа: http://www.economic-s.ru/index.php/theory/logistika/ponyatie-servisa/ (дата обращения: 12.10.2019).

[3] Поведенческий маркетинг // Энциклопедия экономиста. Режим доступа: http://www.grandars.ru/college/biznes/povedencheskiy-marketing.html (дата обращения: 10.10.2019); Марченко Н. В. Эффективное управление лояльностью клиентов // Международный экономический форум 2009. Режим доступа: http://www.be5.biz/ekonomika1/r2009/1280.htm (дата обращения: 11.10.2019).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

экономики. Спрос на пассажирские перевозки характерен для всех периодов календарного года, но в период сезона отпусков (второй и третий квартал) поток пассажиров увеличивается в несколько раз. Поэтому продажа авиабилетов как бизнес кажется очень привлекательной. Вместе с тем рынок агентов по продаже билетов очень широк, и в период кризиса больше вероятности остаться на рынке у того предпринимателя, который своевременно использует новые технологии в своей деятельности.

Табл. 1. Актуальные традиционные способы продвижения
Tab. 1. Current traditional promotion methods

Способ	Задачи
Прямые продажи	
Телемаркетинг – продажи путем прямых переговоров покупателя с продавцом с помощью средств телефонии, телекоммуникационных технологий и систем управления базами данных	• продажи потенциальным клиентам; • углубление сотрудничества со сложившейся аудиторией; • второй круг продаж для вывода новинок на рынок; • выделение реальных «наводок» из общих списков почтовой рассылки; • заключительное мероприятие после реализации других способов прямых продаж; • реактивация клиентов из клиентской базы, ушедших к конкурентам или потерявших интерес к продукции путем предложения им новинок; • реализация следующего этапа работы с клиентами, привлеченными с использованием других инструментов продвижения; • проведение маркетинговых исследований; • получение обратной связи от клиентов на новинки или нововведения путем проведения обзоров и опросов
Стимулирование спроса	
Мерчандайзинг – комплекс мероприятий по продвижению товара, который проводится непосредственно в торговом зале	• создание оптимальных запасов товаров; • контроль за полнотой ассортимента; • отслеживание спроса на товары; • организация точек продаж; • инструмент логистики; • презентация товаров путем применения правил выкладки и местоположения продуктов
Связи с общественностью	
Event-маркетинг – организация специальных публичных мероприятий для продвижения торговой марки или продукта компании	• запуск и раскрутка бренда, торговой марки и т. п.; • начало новой PR-кампании; • запуск на рынке новой продукции / товара / услуги; • формирование имиджа компании; • формирование сегмента потребительского рынка путем создания спроса; • продвижение продукции импульсивного спроса; • повышение объемов продаж в долгосрочном периоде; • создание эффекта личного общения в массовом сознании (*WOM – word-of-mouth*); • формирование команды
«Партизанский маркетинг» – скандальная акция, коллаборация, сарафанное радио	• использование низкобюджетных форм продвижения (необычное оформление, коммуникация «виноградная лоза», эпатаж) при высокой продуктивности; • расширение информационных каналов за счет неожиданного месторасположения; • точечное воздействие на массового потребителя (например, раздача визиток с рекламой станции техобслуживания покупателям в магазине автозапчастей)
Связи с общественностью + Реклама	
Скрытая реклама в кино	• внедрение в сознание потенциального потребителя положительного имиджа объекта продвижения; • конкурентная борьба (один из методов); • формирование спроса на новый продукт

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

Способ	Задачи
Реклама	
Знаменитости в рекламе	• повышение привлекательности продукции / бренда за счет репутации мультимедийной личности либо созданного ею образа; • увеличение продаж рекламируемой продукции; • раскрутка нового продукта, бренда

Прим.: курсивом выделены инструменты продвижения.

Табл. 2. Актуальные способы продвижения, связанные с цифровыми технологиями
Tab. 2. Current promotion methods related to digital technologies

Способ	Задачи
Стимулирование сбыта	
Партнерский маркетинг – интернет-технология продвижения продукта через партнеров	• повышение объемов продаж; • расширение зоны охвата сегмента рынка с использованием в качестве мотивации условий начисления вознаграждения партнеру в виде оплаты или оформления заказа, получения консультации, регистрации на сайте и т. д. (бюджетный способ)
Связи с общественностью	
Территориальный маркетинг (пример – Олимпиада в Сочи)	• создание и поддержание имиджа региона / территории; • повышение доходности бюджета территории; • улучшение инвестиционного климата региона и реализация его потенциала; • привлечение нематериальных ресурсов (трудовых, интеллектуальных) для развития региона / территории; • исполнение социальных региональных программ
SEO-продвижение сайта (*Search Engine Optimization*, Поисковая оптимизация, Раскрутка) – повышение эффективности сайта и его прибыльности за счет вывода интернет-ресурса на более высокие позиции в поисковых системах по запросам	• размещение внешних ссылок; • повышение трафика и распознаваемости сайта поисковыми системами; • наращивание ссылочной массы сайта; • улучшение репутации ссылочного профиля сайта; • повышение узнаваемости бренда; • увеличение показателя цитируемости; • формирование имиджа компании у заинтересованной аудитории, привлечение новых клиентов
Реклама	
Контекстная реклама – интернет-реклама, при которой рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием интернет-страницы (лат. *contextus* – соединение, связь), т. е. избирательно только для посетителей страницы, потенциально интересующихся информацией, так или иначе связанной с продвигаемыми товаром, продукцией, услугой	• расширение рынка сбыта за счет ремаркетинга – обращение к пользователям, ранее заходившим на сайт и в мобильные приложения; • рекламный продукт с возможностью заказчика контролировать расходы: рекламодатель самостоятельно определяет стоимость переходов, распределяет средства между компаниями и поисковыми фразами; • таргетирование аудитории и ретаргетинг – возвращение людей, ранее ознакомившихся с предлагаемой продукцией компании; • эффективное привлечение внимания потребителя к сайту, продукту, акциям
Медийная реклама – размещение баннеров, появляющихся в результатах поиска информации на порталах, тематических сайтах, что позволяет сразу обращаться к представителям целевой аудитории	• повышение узнаваемости торговой марки, бренда; • информирование потенциальных потребителей; • презентация нового товара, акции или мероприятия

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

Способ	Задачи
Нативная реклама – (англ. *native advertising* – естественная реклама) – интернет-реклама, размещенная на площадке в соответствии с интересами пользователя, но составленная таким образом, чтобы не идентифицироваться как реклама и не вызывать негативной реакции у аудитории, которой она адресована	• оставаясь рекламой, не вызывать негативные эмоции и противодействие к восприятию; • обходить запрет на явное рекламирование при определенных, регулируемых законодательством условиях; • оптимизировать налогообложение в рекламной деятельности
Вирусный маркетинг – способ интернет-рекламы, заключающийся в распространении информации о продукции, товаре или услуге с использованием эффекта сарафанного радио, т. е. передачей ссылок на продвигаемую информацию от одного пользователя к другому	• развлекать потенциального потребителя; • напоминать о компании, продукте; • косвенно (неявно) информировать о конкурентных преимуществах продукта или компании; • обучение правилам пользования продукцией; • увеличение объемов продаж
Реклама + Прямые продажи	
Email-маркетинг – инструмент интернет-маркетинга, заключающийся в рассылке рекламных писем по электронной почте	• расширение клиентской базы, потребителей, готовых совершить покупку (лидогенерация); • повышение лояльности клиентов в случаях, когда возможно установление обратной связи при рассылке (как правило, в письмах указываются адреса для обратной связи); • привлечение дополнительного трафика на сайт компании

Прим.: курсивом выделены инструменты продвижения.

Ситуация на рынке продаж электронных авиабилетов

В 2008 г. в России появился электронный авиабилет, после чего стали возможны онлайн-продажи. В США он появился на 10 лет раньше, но в отличие от США отечественный электронный билет не имел бумажного аналога, т. е. был более технологически продвинутым. Первые попытки продаж были неудачными, т. к. хосты не предусматривали возможности автоматической продажи – определенных команд, которые должны были быть выполнены кассирами. Развитие IT-технологий позволило уже через 2–3 года осуществлять полноценную онлайн-продажу электронных билетов. На тот момент единственным недостатком процесса онлайн-приобретения авиабилетов и их невысокой популярности была невозвратность.

Компания *Anywayanyday*, основанная в 2007 г., продала 8 августа 2008 г. первый авиабилет, обеспечив себе лидерство на рынке онлайн-продаж. Полноценные продажи авиабилетов с возможностью возврата начали осуществляться компанией в 2015 г. До этого *Anywayanyday* и аналогичные сервисы, по сути, выполняли функцию бронирования, т. к. окончательно операция подтверждалась традиционным кассиром.

Функция *возврат – обмен* при продаже билетов онлайн на сегодняшний день реализована не всеми агентами. После того как она стала доступна с *Anywayanyday*, несколько компаний начали разработку аналогичного продукта. В настоящее время сложился пул из 5–6 фирм, которые производят онлайн-продукты для сайтов компаний-агентов. Отечественный рынок сильно преобразился после того, как были запущены сервисные партнерские программы (агрегаторы). На данный момент 3 основные агрегатора – это *Skyscanner, Aviasales, Momondo*. С 2012 г. на рынок РФ вышел американский агрегатор *Kayak*.

Бизнес агрегаторов отличался высокой доходностью: за каждый проданный с помощью сервиса билет агентства обязаны были выплачивать около 2,5 % вознаграждения. Для обеспечения конкурентоспособных условий на рынке компании-агенты снижали стоимость авиабилетов на величину агентского вознаграждения и осуществляли продажи фактически с нулевой маржой. Это привело к банкротству многих крупных агентств, таких как Эвитера, Синбад, и множества небольших.

Выравнивая стоимость авиабилетов оффлайн и онлайн, авиакомпании установили с 2015 г. нулевое агентское вознаграждение. В качестве дохода теперь агентства могли рассматривать только собственные сборы. Ликвидация агентского вознаграждения привела к потере возможности оплаты агентствами вознаграждения компаниям-агрегаторам. Значительную долю продаж через агрегаторов взяли на себя авиакомпании, которые, являясь

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

собственником продукта, имели возможность выплаты агентского вознаграждения в размере 2,5 %.

Помимо использования агрегаторов, обеспечить продажу в Интернете можно используя иные способы продвижения: контекстную рекламу, SEO, рекламу на площадках целевых сегментов, таких как блоги путешественников, баннеры контрагентов, реклама на постах, касающихся туризма и пр.

Анализируя результативность использования способов продвижения по каждой из перечисленных позиций на примере крупного регионального агентства по продаже авиабилетов с разветвленной сетью представительств в городах Новосибирск, Кемерово, Стрежевой, Томск, Бердск, Искитим, можно сделать вывод, что не все каналы дают хороший результат. Работая через компании-агрегаторы, агентство, как правило, не несет затраты на контекстную рекламу и SEO, но необходимость оплаты вознаграждения становится существенным фактором, препятствующим сотрудничеству с агрегатором.

Контекстная реклама во многом зависит от конверсии самого сайта. Если конверсия сайта во всех случаях одинакова и составляет 2 %, – это позволяет узнать экономическую эффективность различного рода ключевых слов при анализе показателя результативности. Так, контекстная реклама слова *авиабилеты* может стоить до 600 руб. за 1 клик. При конверсии 2 % стоимость продажи авиабилета с использованием данного слова составляет 30 тыс. руб., доходная часть от продажи авиабилета находится в пределах 200 руб., что определяет максимальную стоимость слова в контексте в размере 4 руб. Только в этом случае экономический эффект от продажи авиабилета положительный.

Экономическая эффективность при продаже авиабилетов от SEO-продвижения также сильно зависит от семантического ядра, которое в него заложено. При выборе семантического ядра необходимо выбирать такие ключевые слова, ссылки на которые приводят к покупке авиабилетов и по которым авиаперевозчики устанавливают значимое агентское вознаграждение. Как правило, это рейсы с вылетом из РФ за рубеж, иностранные перевозчики, предоставляющие агентские вознаграждения. Выбирать для такого продвижения приходится те направления полетов, на которых доходная часть от продажи билетов составляет 400 и более руб.

При онлайн-продажах решение потребителей о покупке определяется минимальной ценой. При самой минимальной разнице в цене (представители отрасли называют сумму от 10 руб.) установка агентством дополнительных собственных сборов становится нецелесообразной, иначе конверсия существенно падает, приближаясь к нулю. Модуль *Look to book* при продаже билетов онлайн существует для ограничения максимального суточного количества поисков и выписанных броней для субагентов агентства. Модуль работает следующим образом: при продаже авиабилетов в соотношении 500 к 1 и менее дополнительные сборы не берутся, а если просмотров больше, то за каждый просмотр свыше пятисотого берется сбор в размере 0,13 евро. Этот, казалось бы, незначительный сбор привел к разорению десятков агентств в РФ: подключаясь к крупным поисковым системам, агентства устанавливали высокие сборы, конверсия стремилась к нулю, а объемы бронирования составляли до 5 тыс. заказов в минуту.

Развитие поисковых систем интернет-продаж позволяет сократить время обслуживания клиентов при покупке авиабилетов в десятки раз. В условиях жесткой конкуренции агентства ищут пути минимизации своих затрат. Для того чтобы обеспечить обучение квалифицированного кассира по продаже авиабилетов, ему нужно знать как минимум 4 системы бронирования: Сирена, Amadeus, Sabre, Galileo. Так как это сложные программные продукты, обучение длится не менее 3 месяцев, после чего стажер еще в течение года набирается опыта работы с каждой из систем. Трудоемкость и сложность процесса приводит к конкуренции агентств на рынке найма персонала: начинается перекупка квалифицированных кассиров, чтобы сократить временные и финансовые затраты на обучение.

При продаже авиабилетов через онлайн-систему не требуется обучение квалифицированных кассиров (минимальная цена обучения – от 10 тыс. руб. для одного сотрудника только одной из систем). Для электронных продаж достаточно специалиста со средним уровнем компетенций, что значительно сокращает издержки компаний на подготовку кадров. Упрощение отчетности при использовании онлайн-продукта также привело к ускоренному росту подключения агентств к онлайн-решениям при продаже авиабилетов оффлайн.

Если в начале использования цифровых технологий в сфере продаж авиабилетов бурный рост был характерен для B2C-сектора, то начиная с 2017 г. онлайн-продажи активно развиваются в B2B-сегменте. Можно разделить действующие агентства на специализирующиеся на онлайн-решениях в сфере B2C и консолидаторов продажи авиабилетов в секторе B2B.

Предоставляя мелким агентствам право работы в онлайн-решениях в B2B-секторе, крупные агентства не имеют скрытых затрат, таких как *Look to book,* не платят компаниям-агрегаторам 2,5 %, не несут затрат по контекстной рекламе, не платят за SEO-продвижение, при этом получают гарантированную доходную часть в пределах 100–200 руб. за продажу авиабилета. Экономика данного решения существенно выше, чем продажи в B2C-решениях. При этом продажи имеют гарантированный результат, но могут применяться лишь агентствами, которые предоставляют максимальный спектр продаж. Если в онлайн-продажах можно начать, имея один договор, ставя своеобразные фильтры в агрегаторах, то B2B-решения предполагают наличие договоров как минимум с 200–300 авиакомпаниями.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

Прямой договор с авиаперевозчиком требует предоставления обеспечения в виде банковской гарантии. Общая сумма обеспечения в среднем может составлять от 100 млн. Такие условия позволяют выжить на рынке только крупным консолидаторам. Основная территория их сосредоточения – Москва и Санкт-Петербург, за Уралом их единицы. В Западной Сибири крупнейшим является ООО «Тариф Мастер».

Предоставляя право онлайн-продаж в B2B-секторе, компания-агент несет еще один риск, который необходимо учитывать – неплатежи со стороны контрагентов. Для снижения данного риска в компании необходимо развивать систему финансового мониторинга, которая обеспечивает контроль за своевременностью перечисления денег, а также контроль финансового состояния субагентов. Он должен осуществляться на постоянной основе, целесообразно минимизировать периоды перечисления вознаграждения (сейчас они составляют 3 дня), ежеквартально проводить мониторинг финансового состояния субагентов. В случае перехода в разряд высокорисковых партнеров контрагенты переводятся на предоплату.

Необходимо отметить, что, несмотря на быстрое внедрение цифровых технологий в сферу продаж авиабилетов, рынок оффлайн-продаж все равно остается достаточно существенным и составляет более 40 % от продаж. В качестве факторов, обеспечивающих стабильность этого сектора, выделяются следующие:

1. Возврат денег в случае банкротства авиаперевозчика невозможен, что подтверждается сложившейся статистикой.

2. Нереализованность ряда решений онлайн. *Возврат – обмен* сложных авиабилетов, включающий в себя несколько перевозчиков, крайне проблематичен, а в некоторых случаях невозможен, поэтому требуется участие специалистов оффлайн-продаж.

3. Некоторые виды перевозок не могут быть осуществлены в системе онлайн-продаж. К ним относятся перевозки, требующие обязательного подтверждения права на такую перевозку у клиентов. Примером могут быть субсидированные авиаперевозки, когда можно купить билет в 5–6 раз дешевле, если подтвердить право на него. В этом случае перевозчики должны представлять документы в государственные органы для получения дотаций, и их наличие является ключевым условием для получения права на продажу авиабилетов. Это возможно только непосредственно в офисах авиакомпаний или оффлайн-агентств по продаже авиабилетов.

4. Многие крупные организации в рамках законодательства РФ обязаны обеспечить покупку авиабилетов с использованием тендерных процедур, определенных в федеральных законах[4]. Положения указанных законодательных актов не предполагают возможности покупки авиабилетов в Интернете для определенного сегмента предприятий и организаций, поэтому у некоторых агентств продажи корпоративным клиентам составляют до 90 % проданных авиабилетов[5].

5. Остается большой процент клиентов, как правило, старшего возраста, которые не пользуются Интернетом для приобретения товаров и услуг и которые используют исключительно наличную форму расчета.

При продаже авиабилетов оффлайн в себестоимость включаются затраты на аренду помещений, коммунальные услуги, зарплату персонала, подключение системы бронирования, оплату связи, получение и обслуживание банковской гарантии, технологическое обеспечение, оплату создания и эксплуатацию интернет-движков, а также материальные затраты на мебель и оборудование, веб-сервисы, участие во всевозможных выставках и конференциях и пр.

У крупных агентств себестоимость продажи одного авиабилета составляет примерно 300–500 руб. Небольшие агентства, имеющие собственные офисы и небольшой объем продаж, несут затраты до 3000 руб. за билет. Чтобы компенсировать расходы, многие из них вынуждены брать скрытые сборы. Это приводит к тому, что люди, предпочитающие покупать билеты оффлайн, обращаются к крупным продавцам.

Результаты

Несмотря на стабильное развитие транспортной отрасли, с 2016 г. по 2020 г., после ввода агентского вознаграждения авиакомпаниями, произошло сжатие рынка продаж авиабилетов по количеству игроков. Этот процесс был вызван необходимостью дополнительных затрат как для перехода на новые технологии, так и для поддержания традиционной (оффлайн) технологии продаж. Многие крупные агентства прошли и проходят процедуры слияния и объединения бизнесов. Теперь этому способствует и решение крупнейшего авиаперевозчика – авиакомпании Аэрофлот – установить минимальный объем месячных продаж для агентств, имеющих прямой договор. Если раньше была установлена нижняя граница ноль рублей, то в 2016 г. эта сумма выросла до 40 млн руб. Только одно это решение привело к сокращению и консолидации рынка продаж авиабилетов в Западной Сибири, когда из десятков местных агентов осталось два: Тариф Мастер и агентство аэропорта Толмачево.

[4] О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд. ФЗ РФ от 21.07.2005 № 94-ФЗ (в действующей редакции). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54598/ (дата обращения: 17.10.2019); О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц. ФЗ РФ от 18.07.2011 № 223-ФЗ (в действующей редакции). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/ (дата обращения: 17.10.2019).

[5] Аналитика и свежие данные рынка онлайн-продаж авиабилетов // SEOnews. 10.05.2018. Режим доступа: https://www.seonews.ru/blogs/travelpayouts/analitika-i-svezhie-dannye-rynka-onlayn-prodazh-aviabiletov/ (дата обращения: 17.10.2019).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

Во многих городах осталось по одному агентству, в некоторых местных агентств нет. Условие о предоставлении банковской гарантии в обеспечении продаж также является катализатором процесса объединения и слияния агентств на рынке авиаперевозок. Крупные консалидаторы имеют возможность получения банковской гарантии под 1,5 %. Небольшое агентство может рассчитывать на ставку по гарантии не менее 5 %. Таким образом, стоимость банковской гарантии на один билет для крупного консолидатора составляет от 2 до 14 руб., для небольших агентств эта величина может превышать 100 руб. Соответственно, условия работы, которые предоставляет компания-консолидатор выгоднее, чем прямой договор с авиакомпанией, для которой обязательным условием является предоставление агентом банковской гарантии.

Заключение

Несмотря на устойчивый рост спроса на авиабилеты, переход на новые технологии продаж и введение дополнительных ограничительных условий со стороны регуляторов и крупных авиакомпаний-перевозчиков, на рынке продаж авиабилетов произошли серьезные изменения. В крупных компаниях произошла централизация рынка, оставив небольшие сегменты для мелких операторов, которые не могут понести большие расходы для полноценного обеспечения своей деятельности. Цифровые технологии заметно упростили жизнь потребителям услуг рынка B2C, но на развитие бизнеса в сфере продаж авиабилетов оказали критическое влияние. Новые технологии оказались дорогими в использовании для большинства агентств, ситуацию усугубили меры по регулированию рынка авиаперевозок. Внедрение цифровых технологий, несмотря на их привлекательные потребительские свойства, сопровождается рядом негативных последствий.

Литература

1. Емельянович А. А., Ударцев А. Д., Лау И. В. Когнитивный маркетинг в рекламе новых товаров // Транспортное дело России. 2018. № 6. С. 137–138.
2. Сербова Е. С. Современная модель системы стимулирования сбыта продукции предприятия // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 5. С. 168–172.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. В. Б. Боброва. М.: Бизнес-книга; ИМА-Кросс. Плюс, 1995. 698 с.
4. Чепурова И. Ф. Содержание и основные направления поведенческого маркетинга в организации // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2014. № 1. С. 94–110.
5. Лосев С. В. Принципы построения клиенто-ориентированной организации // Менеджмент в России и за рубежом. 2008. № 6. С. 127–138.
6. Красовский Ю. Д. Управление поведением в фирме: эффекты и парадоксы. М.: ИНФРА-М, 1997. 361 с.
7. Васильева Е. В., Лосева В. В. Воронка онлайн-продаж как аналитический инструмент управления эффективностью бизнеса // Управление. 2018. Т. 7. № 3. С. 63–74. DOI: 10.26425/2309-3633-2019-3-63-74
8. Полякова А. Г. Динамика российского сегмента интернет-торговли и платежей // Экономическое развитие России. 2018. Т. 25. № 7. С. 45–49.
9. Шамилова М. И. Роль маркетинга в коммерческой деятельности // Вестник науки и образования. 2019. № 3-1. С. 39–42.
10. Старостина А. С. Нейромаркетинговые исследования поведения потребителей // Вестник университета. 2015. № 3 С. 83–86.
11. Празян Е. М. Маркетинговый подход к поддержанию долгосрочных отношений с потребителями // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3, Экономика. Экология. 2011. № 2. С. 127–132.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

original article

New Promotion Technologies and Business Management: the case of Airline Ticket Agencies

Angelika A. Emelyanovich [a, @]; Alexander D. Udartsev [a]; Efim A. Kravchenko [a]
[a] Novosibirsk State Technical University, Russia, Novosibirsk
[@] kristimof@yandex.ru

Received 25.11.2019. Accepted 26.02.2020.

Abstract: The research objective was to study the effect of new technologies on service market using the case of airline ticket agencies. The study featured new marketing tools in the service sector and the effect of advanced technologies on the airline ticket market. Promotion instruments and methods are developing very fast. Nowadays, marketing relies on such concepts as cognitive marketing, cognitive technologies, behavioral marketing, SEO-promotion, and event-marketing. These approaches are different in nature but seek to satisfy and anticipate consumer expectations. Successful companies, e.g. Aeroflot and Sberbank, use effective combinations of these tools. A prompt adaptation to new technologies guarantees successful performance for small and medium-sized businesses. The research was based on such methods as observation, interview, scientific analysis, induction, and comparison. The empirical data were provided by the largest regional airline ticket agency. The authors used retrospective analysis of business documentation, interviewed the management, analyzed the client base, and conducted an express cost analysis. The research revealed both positive and negative consequences of digitalization. The airline ticket business proved to undergo serious changes during the digital transformation of the economy.

Keywords: agent, consolidating company, contextual advertising, marketing, promotion, air ticket sales market, SEO-promotion

For citation: Emelyanovich A. A., Udartsev A. D., Kravchenko E. A. New Promotion Technologies and Business Management: the case of Airline Ticket Agencies. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 94–102. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-94-102

References

1. Emelyanovich A. A., Udartsev A. D., Lau I. V. Cognitive marketing in advertising new products. *Transportnoe delo Rossii,* 2018, (6): 137–138. (In Russ.)
2. Serbova Ye. S. Modern model of system of sales promotion of production of the enterprise. *Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy*, 2013, (5): 168–172. (In Russ.)
3. Kotler Ph. *Principles of Marketing*, transl. Bobrov V. B. Moscow: Biznes-kniga; IMA-Kross. Plius, 1995, 698. (In Russ.)
4. Chepurova I. F. The content and main directions of behavioral marketing in the organization. *Almanakh teoreticheskikh i prikladnykh issledovanii reklamy*, 2014, (1): 94–110. (In Russ.)
5. Losev S. V. Principles of forming a customer-oriented organization. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*, 2008, (6): 127–138. (In Russ.)
6. Krasovskii Yu. D. *Firm behavior management: effects and paradoxes*. Moscow: INFRA-M, 1997, 361. (In Russ.)
7. Vasilieva E. V., Loseva V. V. Online sales funnel as an analytical tool for business efficiency management. *Upravlenie*, 2018, 7(3): 63–74. (In Russ.) DOI: 10.26425/2309-3633-2019-3-63-74
8. Polyakova A. G. Dynamics of the Russian segment of E-Commerce and E-Payments. *Ekonomicheskoe razvitie Rossii*, 2018, 25(7): 45–49. (In Russ.)
9. Shamilova M. I. The role of marketing in business activities. *Vestnik nauki i obrazovaniia*, 2019, (3-1): 39–42. (In Russ.)
10. Starostina A. S. Neuromarketing research of consumer behavior. *Vestnik Universiteta,* 2015, (3): 83–86. (In Russ.)
11. Prazyan E. M. Marketing approach for supporting long-term relationships with consumers. *Vestnik VolGU. Seriya 3. Ekonomika. Ekologiya*, 2011, (2): 127–132. (In Russ.)

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

оригинальная статья
УДК 332.132+138

Оценка конкуренции как фактор принятия маркетинговых решений на региональных B2C-рынках: методический аспект

Сергей А. Мамонтов [a, ID1]; Гульнара Е. Чернобаева [b, @, ID2]
[a] Новосибирский государственный технический университет, Россия, г. Новосибирск
[b] Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, Россия, г. Омск
[@] ch_g@bk.ru
[ID1] https://orcid.org/0000-0001-9130-1375
[ID2] https://orcid.org/0000-0002-0930-6706

Поступила в редакцию 14.12.2019. Прията в печать 29.02.2020.

Аннотация: Многие компании для оценки состояния конкуренции пользуются методами, основанными на официальных данных, в том числе статистических. Но особенности развития региональных потребительских рынков требуют учитывать маркетинговую оценку конкуренции как со стороны фирм-производителей, так и со стороны конечных потребителей. Цель статьи – обоснование модели и метода оценки конкуренции при разработке и принятии маркетинговых решений на региональных B2C-рынках. Использование поведенческого подхода к оценке конкуренции позволило разработать маркетингоориентированную методику оценки конкуренции, базирующуюся на выявлении несоответствия субъективного восприятия состояния и развития конкуренции различными группами субъектов регионального рынка. Для этого была построена матрица типов рыночной конкуренции, описана общая модель оценки конкуренции потребителями, определены и операционализированы измеряемые переменные и методы сбора, анализа и интерпретации данных о них. Также определены особенности восприятия и оценки конкуренции производителями, способы интерпретации совпадения / несовпадения результатов оценки конкуренции потребителями и производителями (продавцами) как основы для разработки или корректировки маркетинговых решений. Метод не является альтернативой другим методам оценки конкуренции при разработке стратегических маркетинговых решений, но рассматривается как информационное дополнение для маркетингового управления компаниями на региональных потребительских рынках.

Ключевые слова: региональный потребительский рынок, поведенческий подход, восприятие конкуренции потребителями, восприятие конкуренции производителями, маркетинговые решения

Для цитирования: Мамонтов С. А., Чернобаева Г. Е. Оценка конкуренции как фактор принятия маркетинговых решений на региональных B2C-рынках: методический аспект // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 103–112. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

Введение

В основе принятия маркетинговых решений лежат, как правило, результаты исследований множества факторов, обусловленных макро- и микромаркетинговой средой. Масштабность и динамизм исследуемых факторов, зачастую излишне агрегированная, а порой и недоступная информация усложняют не только получение быстрых и надежных данных, но и определение методов и инструментов их получения, анализа и интерпретации результатов.

Результативность маркетинговых решений во многом зависит от адекватной оценки уровня конкуренции на рассматриваемых рынках. Многие компании для получения таких оценок используют доступные данные официальной статистики и соответствующие методы их анализа, которые позволяют получить информацию о количестве фирм и иногда о доле фирм на рынке. Применяются и иные подходы, которые позволяют характеризовать конкуренцию, прежде всего, со стороны рыночного предложения. Но специфика региональных потребительских рынков такова, что понимание конкуренции на них требует сопоставления оценок конкуренции как со стороны фирм-производителей, так и со стороны конечных потребителей.

Необходимость подхода, учитывающего восприятие конкуренции обеими сторонами рыночного взаимодействия в условиях конкретного региона, обусловлена рядом взаимосвязанных причин, среди которых отметим следующие:

- известные методы оценки восприятия конкуренции не имеют необходимого упреждающего характера, что особенно важно для стратегической ориентации, перспективного целеполагания, являющихся базисными условиями маркетингового управления компаний;
- большинство используемых на практике маркетинговых методов оценки конкуренции, доступных для использования на уровне конкретных компаний, в основном косвенно оценивают состояние конкуренции на рынках, часто подменяя оценки конкуренции

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

оценками конкурентоспособности, используя соответствующие индикаторы конкурентоспособности;

- агрегированные для страны в целом оценки уровня конкуренции, не имея необходимого уровня детализации, не ориентированы на принятие стратегических маркетинговых решений отдельными компаниями. Такая ситуация особенно характерна для стран, в которых имеет место существенное различие экономического и социального развития регионов, что соответственно приводит к различию в региональных характеристиках конкуренции;
- прикладную информативность показателей конкуренции для целей принятия маркетинговых решений нельзя обеспечить, не оценивая особенности поведения покупателей на рынке. Это особенно характерно для высококонкурентных рынков B2C, характеризующихся значительной интенсивностью и большой плотностью переключения покупателей с одного производителя на другого. Функциональные и инструментальные маркетинговые решения должны разрабатываться с учетом особенностей такого поведения на конкретном региональном рынке;
- поведение потребителей на рынке B2C имеет, главным образом, субъективную основу, что обусловливает необходимость получения и статистического обобщения именно субъективных оценок состояния и развития конкуренции при принятии маркетинговых решений. В то же время существующие методики исходят из внешних оценок, источником которых являются данные о производителях. Сопоставление оценок, основанных на разных данных, могут служить ориентирами при формировании маркетинговых решений.

Целью исследования является обоснование модели и метода оценки конкуренции при разработке маркетинговых решений регионально локализованными организациями. В качестве предполагаемых результатов реализации метода, рассматриваемых как одно из условий (факторов) принятия маркетинговых решений, выступают: а) отнесение сложившейся ситуации конкуренции к одному из типов, предложенных авторами; б) получение оценки несовпадения восприятия конкуренции потребителями и производителями. Особенностью моделирования является акцент на потребительские интересы как основополагающую направленность развития конкуренции, что свойственно, в частности, для региональных B2C-рынков.

Краткий обзор

Маркетинговые решения сегодня являются неотъемлемой частью ежедневной деятельности предприятия разных масштабов и сфер деятельности. Маркетинговые решения направлены на выбор конкретных маркетинговых инструментов, методов, технологий и их интегрированных комплексов, позволяющих обеспечить достижение отдельных функциональных и общих бизнес-целей.

Сформировавшаяся еще в XX в. маркетинговая культура управления дает право исследователям говорить о маркетинговом характере любых управленческих решений. Но независимо от места в иерархии управленческих эффективность маркетинговых решений во многом будет традиционно определяться качеством используемой информации.

И независимо от уровня маркетингового решения – стратегического или операционного – качество будет определяться соответствием требований к полноте, своевременности, актуальности, достоверности, доступности, измеримости, сопоставимости, релевантности информации, которые остаются неизменными. Признанной является определяющая роль Д. фон Неймана и О. Моргенштерна [1] в развитии теории принятия решений. Вопросами обеспечения принятия маркетинговых решений информацией требуемого качества в разное время занимались Р. Д. Баззел, Д. Ф. Кокс и Р. В. Браун [2], Ф. Котлер и К. Л. Келлер [3] и мн. др. Перечисленные исследователи сосредотачивают внимание на различных инструментах и методах сбора, обработки, использования информации для принятия маркетинговых решений, по-разному группируют сами решения и виды требуемой для их принятия информации. Но в списке обязательных условий принятия эффективного маркетингового решения у всех присутствует информация о конкуренции на рынке.

Понимание сущности конкуренции настолько многоаспектно, что можно говорить, что не существует единой теории конкуренции. А для практиков теоретические (сущностные) дефиниции чаще всего малоинтересны. Чаще всего различные теоретические трактовки обусловлены тем, что конкуренция рассматривается как своеобразный инструмент, связанный с решением других задач[1]. Но важность измерения и оценки конкуренции, ее развития признается всеми исследователями. Существует множество подходов, методов, инструментов измерения конкуренции, но, как правило, они связаны с решением конкретных задач, при этом «каждый из подходов может быть лучше или хуже другого в смысле адекватности поставленной задаче» [4, с. 11].

Методика определения основных показателей и критериев оценки состояния конкурентной среды[2], принятая в 2011 г., предлагает оценивать конкурентную среду с помощью двух показателей:

[1] Competition assessment toolkit // Organisation for economic cooperation and development. Режим доступа: http://www.oecd.org/competition/toolkit (дата обращения: 23.10.2019).

[2] Об утверждении методики определения основных показателей и критериев оценки состояния конкурентной среды. Приказ Министерства экономического развития РФ от 04.04.2011 № 137. Режим доступа: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55071063/#ixzz4tHUVpmk5 (дата обращения: 23.10.2019).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

- показатель интенсивности конкуренции, отражающий уровень (степень) соперничества между хозяйствующими субъектами, конкурирующими на рынке;
- показатель состояния конкурентной среды, отражающий уровень (степень) развития конкурентной среды.

Оба показателя основываются на данных, полученных в результате опроса хозяйствующих субъектов, а второй показатель – также на официальных статистических данных. Однако конкуренция не исследуется с точки зрения потребителей. В то же время многие исследователи обращают внимание на необходимость этого [5; 6]. Отраслевые, региональные аспекты развития конкуренции – предмет рассмотрения многих научно-исследовательских работ. В них отражены взгляд авторов на различные компоненты, факторы, условия, проявления конкуренции (В. В. Волков [7], О. П. Никифорова [8], В. А. Черкасов и Е. А. Юрина [9]), методы и инструменты (Н. Б. Медведева [10], Е. Ц. Чимитдоржиева и А. Е. Чепик [11]).

Традиционно выделяют три основных подхода к оценке конкуренции:

- ***структурный подход*** позволяет оценить интенсивность конкуренции, основываясь на составе участников и их доле на рынке конкретного типа. Основанный на теории морфологии рынка, данный подход используется для анализа конкуренции (Ф. Х. Найт [12], А. Ю. Юданов [13]);
- ***функциональный подход*** позволяет оценить степень развития механизма рынка, обеспечивающего возможность развития конкуренции (Й. А. Шумпетер [14], И. М. Кирцнер [15], А. Г. Шмелев [16]);
- ***поведенческий подход,*** концентрируясь на технологических особенностях взаимодействия субъектов рынка в процессе достижения лучших результатов деятельности, позволяет оценить изменение их поведения (А. А. Томпсон и А. Д. Стрикленд [17], Ф. Котлер и К. Келлер [3], Г. Л. Азоев [18]).

Влиянию конкуренции на поведение компаний посвящены известные исследования С. Альтомонте, М. Николини, А. Рунги, Л. Оглиари [19], А. Ф. Бурук [20], С. Боренштейна и А. Шепарда [21] и, конечно же, М. Е. Портера [22].

Наибольшую ценность для принятия маркетинговых решений имеет, на наш взгляд, поведенческий подход. Его ярко выраженная маркетинговая ориентация существенно повышает качество полученной информации о структурных и функциональных параметрах конкуренции. Поведенческий подход позволяет оценивать конкретные поведенческие реакции всех групп субъектов рынка на ценовые и неценовые факторы, управляемые и неуправляемые компанией, а также параметры восприятия конкуренции потребителями и производителями. Данный аспект существенно расширяет группы маркетинговых решений, основанных на результатах оценки конкуренции. Появляется возможность выявления параметров соответствия и несоответствия восприятия конкуренции как отдельными группами субъектов, так и всеми субъектами рынка с реальной ситуацией и ее прогнозируемыми изменениями. Помимо отдельных маркетинговых решений, подобная информация может лечь в основу процедур комплексного маркетингового аудита, затрагивающего зону внутреннего маркетинга.

Управленческие решения, в основе которых явным образом лежит понимание конкуренции, носят, прежде всего, стратегический характер, связанный с формированием конкурентных маркетинговых стратегий. М. Е. Портер выделяет четыре базовые стратегии конкуренции в отрасли, обусловленные типом конкурентного преимущества, на основе которого компания предполагает выстраивать свою стратегию, и желаемым масштабом целевого рынка [22] (табл. 1). Решение, связанное с выбором определенного типа конкурентной стратегии, зависит от возможностей организации, ее ресурсов, амбиций, готовности к рискам.

Табл. 1. Базовые конкурентные стратегии по М. Е. Портеру
Tab. 1. Basic competitive strategies according to M. E. Porter

Целевой рынок	Тип конкурентного преимущества	
	Преимущество в затратах (низкая цена)	Преимущество в продукте (дифференциация)
Широкий рынок	стратегия лидерства по издержкам	стратегия широкой дифференциации
Узкий рынок	сфокусированная стратегия низких издержек	сфокусированная стратегия дифференциации

Предложенная М. Е. Портером модель достаточно универсальна и активно используется. Но принятие решения о типе конкурирования и ориентации на тот или иной масштаб / сегмент целевого рынка предполагает, что оно основано на адекватной рыночной информации. Большинству компаний доступны только данные официальной статистики, включающие показатели интенсивности конкуренции (структурный подход) и возможности развития конкуренции (функциональный подход). Адекватная же информация о региональной конкуренции на отдельных рынках, обеспечивающая процесс принятия обоснованных маркетинговых решений, для многих компаний недоступна. Причем первоисточником такой информации должно быть мнение потребителей, которое может отличаться от восприятия конкуренции производителями, полученного на основании непотребительских оценок.

Это актуализирует поведенческий подход к оценке конкуренции, но основанный не только на субъективной оценке ее состояния и развития непосредственно со стороны конечных потребителей, но и на том, как, по мнению производителей, оценивают конкуренцию потребители. Совпадение или расхождение в таких оценках может

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

послужить основой для принятия, уточнения или даже пересмотра конкурентной стратегии предприятия. Проблема в этом случае состоит в том, что получение оценок восприятия конкуренции (со стороны потребителей и со стороны производителей) требует способа их согласования, который соответствовал бы матрице М. Е. Портера. Таким образом, возникает ряд взаимосвязанных задач:

1) построение модели и соответствующего метода оценки конкуренции потребителями;

2) построение модели и соответствующего метода оценки восприятия производителями того, какую оценку конкуренции дают потребители;

3) согласование оценок и соотнесение их со структурой матрицы М. Е. Портера.

Отметим, что, поскольку потребители вряд ли могут оценить адекватность конкурентных стратегий матрицы, а могут высказать лишь обобщенное и субъективное представление о состоянии и развитии конкуренции на понятных для них рынках (чаще – региональных B2C), необходимо структурирование проблемы оценки конкуренции на понятном для потребителей языке. В качестве обобщенных факторов, определяющих состояние конкуренции для конкретного потребителя, можно выделить два показателя. Во-первых, основные конкурентные свойства товара (в восприятии потребителя). Этот показатель имеет два значения: цена и неценовые характеристики. Во-вторых, влияние на конкуренцию факторов рыночного спроса со значениями слабого или сильного влияния. Значения обоих показателей достаточно легко декомпозируются и операционализируются для построения опросной модели конечных потребителей.

В результате такого исследования определяется и статистически обобщается позиция потребительского восприятия типа рыночной конкуренции, свойственной рассматриваемому рынку. Эта позиция детерминируется четырьмя зонами матрицы (табл. 2), построенной на значениях предложенных ранее показателей. Соотнесение преобладающего типа рыночной конкуренции (ценовая – P или неценовая – *N*) и силы влияния на конкуренцию факторов спроса (сильное – *S* или слабое – *W*) позволяет выделить четыре типа конкуренции на рассматриваемом рынке: *SP*, *SN*, *WP*, *WN*. Характеристика соответствующего типа конкуренции и может быть положена в основу принятия маркетинговых решений.

Предлагаемая матрица не противоречит матрице М. Е. Портера, но представляет собой несколько иное проявление сущности, заложенной в матрицу американского экономиста. Так, выделение целевого рынка (узкого или широкого) предполагает, что состояние спроса таково, что рынок может быть (или не быть) сегментирован. Тип конкурентного преимущества (в матрице М. Е. Портера) должен быть понимаем и воспринимаем потребителями (матрица типов рыночной конкуренции).

Предлагаемая матрица позволяет: а) формировать взгляд на конкуренцию не только со стороны потребителей; б) операционализировать параметры, определяющие квадранты матрицы, в т. ч. для потребителей; в) оценивая конкуренцию, матрица лишь косвенно определяет тип маркетинговой стратегии, дополняя информацию для принятия стратегических решений, в т. ч. на основе матрицы М. Е. Портера.

Предлагаемый метод оценки конкуренции на основе матрицы типов рыночной конкуренции путем определения квадранта, которому соответствует маркетинговая ситуация на рынке, предполагает реализацию следующих шагов:

(1) идентификация / описание общей модели оценки конкуренции потребителями;

(2) определение измеряемых переменных, их операционализация, определение метода сбора данных;

(3) определение метода анализа данных и интерпретация результатов исследования (опроса) потребителей;

Табл. 2. Матрица типов рыночной конкуренции (предложена авторами)
Tab. 2. Matrix of market competition types developed by the authors

Уровень влияния на конкуренцию факторов спроса	Основные конкурентные свойства товара (услуги)	
	P: цена	**N: неценовые свойства**
W: слабое	**WP**: конкуренция носит преимущественно ценовой характер; при этом факторы, определяющие условия спроса (рост / насыщенность рынка, особенности потребительского поведения и т. д.), незначительно влияют на конкуренцию	**WN**: конкуренция имеет преимущественно неценовой характер; при этом факторы, определяющие общие условия спроса, незначительно влияют на конкуренцию
S: сильное	**SP**: конкуренция носит преимущественно ценовой характер; при этом факторы, определяющие условия спроса, таковы, что рынок не растет, но может быть сегментирован	**SN**: конкуренция имеет преимущественно неценовой характер; при этом факторы, определяющие условия спроса, таковы, что рынок не растет / насыщен, но может быть сегментирован

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

(4) определение особенностей восприятия конкуренции производителями и ее оценки;

(5) определение способа интерпретации результатов как основы для разработки или корректировки маркетинговых решений.

(1) Общая модель оценки конкуренции потребителями

Общая оценка потребительского восприятия конкуренции на рынке получается путем агрегирования элементарных оценок. Эти оценки можно разделить на две группы.

Первая группа (*M*) – потребительские оценки результатов межфирменной конкурентной борьбы, которые проявляются в улучшении потребительских свойств продукта (*M1*), в расширении возможностей выбора потребителями товаров или услуг (*M2*), в снижении цен (*M3*).

Вторая группа (*C*) – потребительские оценки влияния неценовых факторов спроса на конкуренцию, которые связаны с изменением дохода потребителей (*C1*), с их информированностью (*C2*), с уровнем транзакционных издержек на поиск субститутов, переключение на них (*C3*) и другие (*C4*) (рис. 1).

Участвующие в модели переменные (элементарные и агрегируемые) находятся в сложных, чаще косвенных, иногда латентных, взаимосвязях между собой. Сила и характер этих взаимосвязей, скорее всего, не могут быть объяснены причинно-следственными зависимостями. Это обстоятельство, по сути, и обусловливает необходимость использования метода опроса и соответствующей декомпозиции и операционализации параметров модели. Таким образом, для выявления того, какому квадранту матрицы соответствует анализируемая рыночная ситуация, рационально основываться на результатах опроса потребителей.

(2) Переменные; измерительные шкалы

Декомпозиция переменных модели потребительской оценки конкуренции приведена в табл. 3. Переменные могут измеряться по дискретной (например, шкале Р. Лайкерта, с не менее чем семью градациями, чтобы шкалу можно было рассматривать как условно метрическую) или непрерывной (рис. 2) шкале. В ряде случаев может быть целесообразным использование взвешенной модели. В этом случае весы определяются на основе экспертных оценок. В то же время, как показывают выполненные тестовые исследования [23], можно использовать и равнозначные значения. Принципиально важным является правильное указание знака переменной (+ или –). Для переменных группы М знак «+» означает, что согласие, высказанное при ответе на соответствующий вопрос, соответствует относительному уменьшению ценового фактора конкуренции (*P*); для переменных группы *C* знак «+» соответствует более сильному влиянию фактора рыночного спроса на товарную конкуренцию (*S*).

В результате проведения опроса и агрегирования элементарных данных на основе модели (рис. 1) будет сформирована следующая таблица (табл. 4).

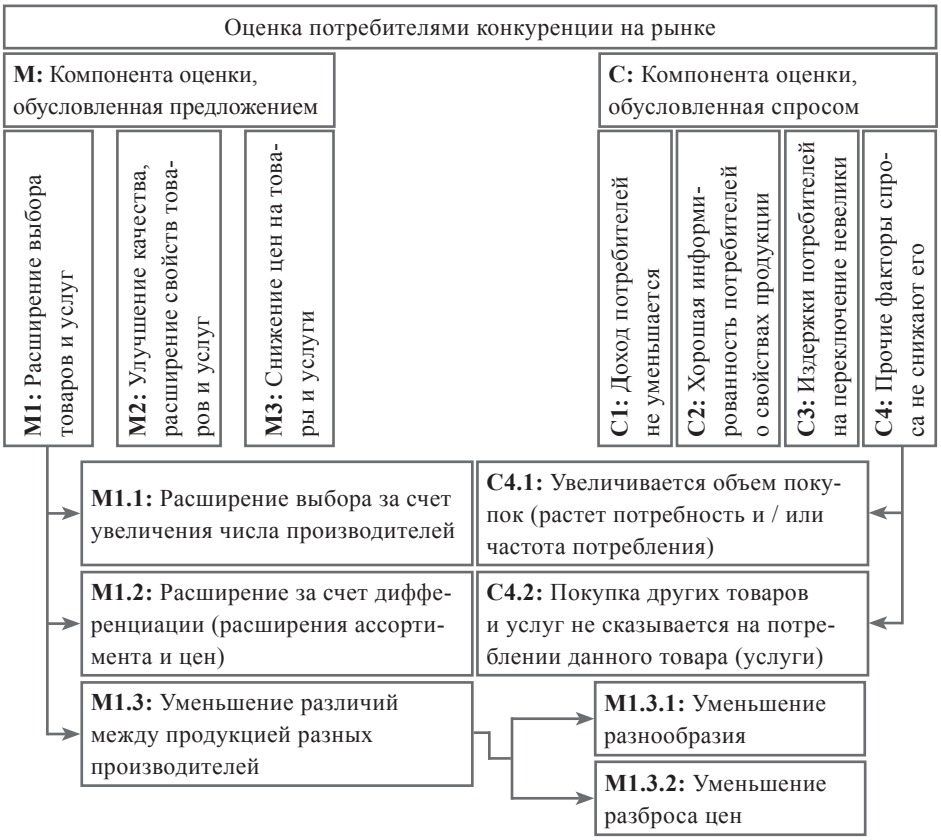


Рис. 1. Модель декомпозиции потребительской оценки развития конкуренции на региональных рынках B2C
Fig. 1. Decomposition model of consumer evaluation of competition development on regional B2C markets

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

Табл. 3. Измеряемые переменные в опросе «Потребительская оценка конкуренции на рынке»
Tab. 3. Measured variables in the survey "Consumer assessment of competition on the market"

Группа переменных	Переменная	Знак	Формулировка* измеряемой переменной
M: отражает результаты межфирменной конкурентной борьбы (влияние со стороны предложения)	M1	–	качество товаров и услуг на данном рынке улучшилось
	M2.1	+	увеличилось число компаний (продавцов) на данном рынке
	M2.2	–	товары стали значительно разнообразнее и по качеству, и по цене
	M2.3.1	+	на рынке имеется широкий ассортимент продукции, но он одинаково разнообразен у большинства компаний
	M2.3.2	+	цены на аналогичные товары у разных производителей приблизительно одинаковые
	M3	+	цены на данный товар снижаются или по крайней мере не растут (относительно цен на другие товары)
C: отражает влияние неценовых факторов спроса на конкуренцию (влияние со стороны спроса)	C1	+	доход домохозяйства позволяет приобретать данный товар для полного удовлетворения потребности в нем
	C2	+	для осознанного выбора товара на данном рынке имеется вся необходимая информация
	C3	–	если Вы не можете приобрести данный товар (услугу), подходящий Вам по качеству и цене, в доступном для Вас месте и в удобное время, то Вы готовы приобрести аналогичный товар или услугу у другого доступного продавца
	C4.1	–	потребность домохозяйства в данном товаре выросла
	C4.2.1	+	если вырастут затраты на другие товары, то затраты на данный товар придется сократить
	C4.2.2	–	если уменьшатся затраты на другие товары и услуги, то затраты на данный товар целесообразно увеличить

* *Прим.*: во всех вопросах анкеты указывается период, за который осуществляется оценка, как правило, 1–2 года; вопросы в анкете направлены на выяснение степени согласия или несогласия респондента с соответствующей формулировкой. Например, первый вопрос может быть сформулирован следующим образом: «Согласны ли Вы с утверждением, что качество товаров и услуг на данном рынке за последние 1–2 года улучшилось».

Табл. 4. Агрегированные результаты анализа
Tab. 4. Aggregated analysis results

№ респондента	**M:** отражает результаты межфирменной конкурентной борьбы (влияние со стороны предложения)	**C:** отражает влияние неценовых факторов спроса на конкуренцию (влияние со стороны спроса)	Сегментирующие переменные*		
1	–1,7	2,7			
2	–0,5	1,9			
…					
n	…	…	…	…	…

* *Прим.*: Помимо вопросов о восприятии конкуренции в анкете целесообразно использовать вопросы, обусловленные возможными параметрами сегментирования (возраст, пол, социальное положение, уровень дохода, место жительства и др.).

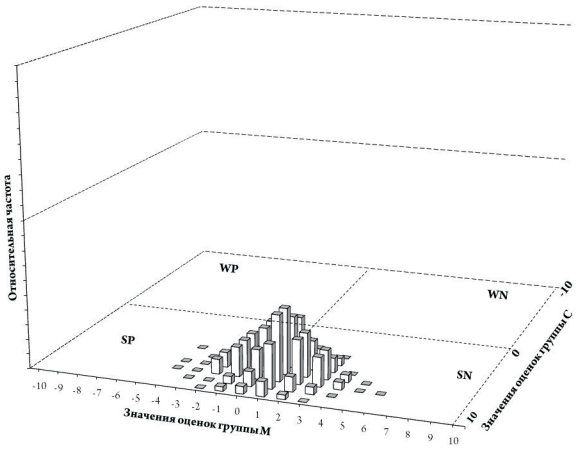
Рис. 2. Непрерывная шкала (a – шкала, отображаемая в форме электронного опроса; b – шкала измерения, не отображаемая в форме опроса, но используемая для определения значения переменной; X – значение измеряемой переменной (координата положения ползунка); X∈[–10;10])
Fig. 2. Continuous scale (a – the scale displayed in the form of an electronic survey; b – the scale of measurement that is not displayed in the survey form, but used to determine the value of a variable; X – value of the measured variable (slider position coordinate); X∈ [–10;10])

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

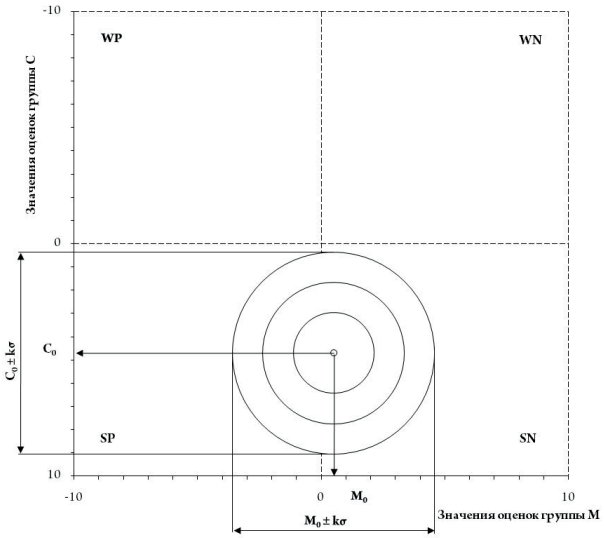
DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

(3) Анализ данных

Помимо простейшего дескриптивного анализа: определения средних или средневзвешенных; дисперсии, интервалов распределения и т. д., в том числе с учетом классифицирующих (сегментирующих) признаков, – целесообразно построить гистограмму распределения оценок и выполнить проверку на нормальность. Последнее (при условии нормальности распределения) позволит констатировать наличие усредненно-типичного восприятия потребителями конкуренции на рассматриваемом рынке (рис. 3).



а) пространственная визуализация двухмерной гистограммы распределения данных



б) проекция распределения на плоскости оценок

Рис. 3. Потребительская оценка конкуренции на рынке: C_0 и M_0 – средние значения оценок по группе; σ – стандартное отклонение соответствующего распределения; k – коэффициент (при k=1 полоса охватывает более 68 % значений распределения, при k=2 более 95 %)

Fig. 3. Consumer assessment of competition on the market: C_0 and M_0 – mean values of assessments in the group; σ – the standard deviation of the corresponding distribution; k – coefficient (at k=1 the band covers more than 68 % of the distribution values, at k=2 more than 95 %)

(4) Оценка восприятия конкуренции производителями (продавцами)

Для оценки восприятия конкуренции производителями целесообразно адаптировать предлагаемый способ оценки восприятия конкуренции потребителями. Адаптация должна основываться на следующих обстоятельствах:

- восприятие конкуренции производителями должно иметь маркетинговую подоплеку, т. е. оцениванию должно подвергаться не то, как воспринимают состояние конкуренции производители, а то, что они (производители) предполагают о восприятии конкуренции потребителями;
- исходя из замечания, высказанного в предыдущем абзаце, формулировку вопросов, которые предлагаются потребителям (табл. 3), для производителей необходимо скорректировать. Например, первый вопрос: *Согласны ли Вы с утверждением: потребители считают, что качество товаров и услуг на данном рынке за последние 1–2 года улучшилось*? Формулировка остальных вопросов должна быть скорректирована аналогичным образом.
- измерительные шкалы опроса производителей целесообразно использовать те же самые, что и при опросе потребителей. Это позволит сопоставить их с оценками потребителей и выявить расхождения.

(5) Интерпретация результатов

Сравнивая результаты восприятия конкуренции потребителями и производителями, можно понять, насколько адекватно производители понимают своих потребителей. Количественной мерой корректности такого восприятия может выступить разница ΔPN и ΔWS в средних оценках производителей и потребителей (рис. 4). Учитывая статистическую природу сравниваемых данных, целесообразно ограничиваться визуальной оценкой расхождения, а использовать статистические оценки различия средних, например t-тест [24, с. 168–170].

Восприятие состояния рыночной конкуренции потребителями может отличаться от оценок конкуренции, которые делают производители. На основании величины и характера расхождения можно выдвигать гипотезы:

а) об асимметрии рынка;

б) о неверном понимании конкурентной ситуации на рынке (не маркетингово-потребительского взгляда на ситуацию) рядом производителей;

в) о недостаточных потребительских компетенциях потребителей, в том числе в части их информированности, погруженности в процесс выбора товаров и услуг и т. п.;

г) о неверной интерпретации производителями информации о конкуренции, предоставляемой органами региональной власти [25].

В зависимости от значимости расхождения оценок, а также от расположения относительно друг друга зон восприятия конкуренции маркетологи могут делать различные содержательные выводы, принимать решения

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

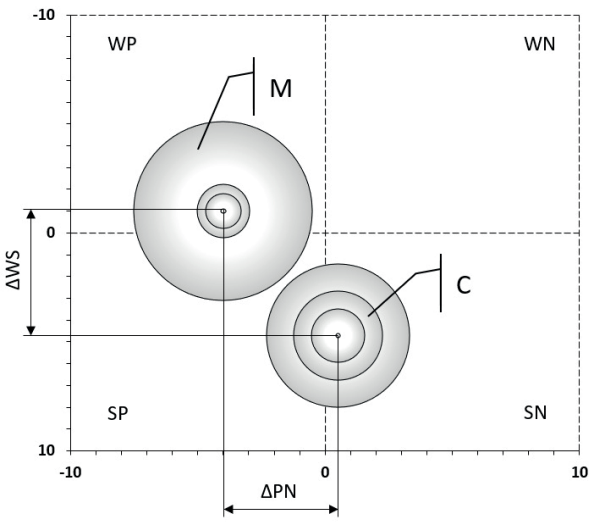


Рис. 4. Зоны восприятия конкуренции потребителями (C) и производителями (M): концентрические круги характеризуют распределения оценок; ΔPN – расхождение оценок потребителей и производителей относительно ценового (P) – неценового (N) характера конкуренции; ΔWS – расхождение оценок потребителей и производителей относительно силы влияния на конкуренцию факторов спроса

Fig. 4. Zones of competition perception by consumers (C) and producers (M): concentric circles characterize the distribution of estimates; ΔPN – divergence of consumer and producer estimates relative to price (P) – non-price (N) nature of competition; ΔWS – divergence of consumer and producer estimates relative to forces of influence on competition of demand factors

по корректировке маркетинговых программ. Выявляемые параметры расхождения оценок конкуренции группами субъектов будут определять направления изменения маркетинговых стратегий конкретных фирм – игроков регионального рынка. Проверка и учет этих гипотез при разработке маркетинговых стратегий выходит за круг рассматриваемых в данной статье проблем.

Заключение

Особенности развития регионально локализованных потребительских рынков обусловливают необходимость при разработке маркетинговых стратегических решений основываться на множестве факторов, важнейшим из которых является оценка развития конкуренции. Оценка должна исходить из восприятий конкуренции как со стороны фирм-производителей, так и со стороны конечных потребителей. Предложено использовать в качестве маркетинговых результатов конкуренции стратегические интересы потребителей: а) оценку потребителями тенденции к снижению уровня цен на однородные товары или услуги; б) оценку потребителями расширения количества торговых марок продукта; в) оценку потребителями расширения разнообразия свойств продуктов. Важной особенностью предложенного метода является акцентирование на необходимости оценивания расхождений в оценке конкуренции с разных сторон рынка. Модель направлена на выявление такого расхождения. Для производителей оценка этих различий может послужить основой разработки и принятия управленческих решений. По сути, именно в этом состоит основное назначение предлагаемого метода.

Литература

1. Нейман Д. фон, Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение / пер. Н. Н. Воробьева. М.: Наука, 1970. 707 с.
2. Баззел Р. Д., Кокс Д. Ф., Браун Р. В. Информация и риск в маркетинге / пер., под ред. М. Р. Ефимовой. М.: Финстатинформ, 1993. 93 с.
3. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг Менеджмент / пер. В. Кузина. СПб.: Питер, 2018. 844 с.
4. Круглый стол «Вопросы теории конкуренции» // Современная конкуренция. 2010. № 3. С. 4–37.
5. Князева И. В. Сохранение конкуренции на рынке – стратегическая задача антимонопольной политики в Сибирском федеральном округе // Научные записки Сибирской академии государственной службы / гл. ред. Е. А. Бойко. Новосибирск: Изд-во Сибирской академии государственной службы, 2006. С. 3–8.
6. Заикин Н. Н. Теоретические аспекты функционирования конкурентной среды региона // Молодежь в аграрной науке и образовании – инновационный потенциал будущего: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (Новосибирск, 20–21 сентября 2013 г.) Новосибирск, 2013. С. 219–221.
7. Волков В. В. Неофакторы повышения конкурентоспособности субъектов хозяйственной деятельности регионального рынка // Социально-экономические явления и процессы. 2014. № 4. С. 17–22.
8. Никифорова О. П. Совершенствование механизма регулирования локального продовольственного рынка // Модернизация экономики: проблемы и перспективы: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Улан-Удэ, 17–20 сентября 2013 г.) Улан-Удэ, 2013. С. 104–106.
9. Черкасов В. А., Юрина Е. А. Механизм регулирования развития локального продовольственного рынка // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 1. С. 204–208.
10. Медведева Н. Б. Развитие инновационной деятельности в Российской Федерации: основные тенденции и проблемы // Вестник университета. 2015. № 10. С. 38–46.
11. Чимитдоржиева Е. Ц., Чепик А. Е. Экономико-статистическая оценка неравномерности развития муниципальных образований региона // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 43. С. 28–40.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

12. Найт Ф. Х. Риск, неопределенность и прибыль / пер. М. Я. Каждана; науч. ред. В. Г. Гребенников. М.: Дело, 2003. 359 с.
13. Юданов А. Ю. Теория конкуренции: прикладные аспекты // Мировая экономика и международные отношения. 1997. № 6. С. 41–53.
14. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / пер. В. С. Автономова. М.: Эксмо, 2007. 861 с.
15. Кирцнер И. М. Конкуренция и предпринимательство / пер., под ред. А. Н. Романова. М.: ЮНИТИ-Дана, 2001. 238 с.
16. Шмелев А. Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции. М.: Магистр, 1997. 56 с.
17. Томпсон А. А., Стрикленд А. Д. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации. М.: ИНФРА-М, 2000. 411 с.
18. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996, 207 с.
19. Altomonte C., Nicolini M., Rungi A., Ogliari L. Assessing the competitive behaviour of firms in the single market: a micro-based approach. Brussels: European Union, 2010. 136 p. DOI: 10.2765/41054
20. Бурук А. Ф. Определение сущности понятия конкуренции и проблемы ее измерения // Мир экономики и управления. 2016. Т. 16. № 3. С. 84–99.
21. Borenstein S., Shepard A. Dynamic pricing in retail gasoline markets // The RAND Journal of Economics. 1996. Vol. 27. № 3. P. 429–451.
22. Porter M. E. Consumer behavior, retailer power and market performance in consumer goods industries // The Review of Economics and Statistics. 1974. Vol. 56. № 4. P. 419–436. DOI: 10.2307/1924458
23. Апенько С. Н., Мамонтов С. А. Восприятие конкуренции на региональных потребительских рынках фирмами-производителями // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2018. № 1. С. 58–66. DOI: 10.21603/2500-3372-2018-1-58-66
24. Поллард Д. Справочник по вычислительным методам статистики / пер. В. С. Занадворова; под ред. Е. М. Четыркина. М.: Финансы и статистика, 1982. 344 с.
25. Чернобаева Г. Е. Возможности использования индекса CSI для оценки удовлетворенности предпринимателей официальной информацией о развитии конкуренции в регионе // Региональные проблемы преобразования экономики. 2018. № 12. С. 304–319. DOI: 10.26726/1812-7096-2018-11-311-319

original article

Competition Assessment as a Marketing Decisions Factor on Regional B2C Markets: Methodological Aspect

Sergey A. Mamontov [a, ID1]; Gulnara E. Chernobaeva [b, @, ID2]
[a] Novosibirsk State Technical University, Russia, Novosibirsk
[b] Dostoevsky Omsk State University, Russia, Omsk
[@] ch_g@bk.ru
[ID1] https://orcid.org/0000-0001-9130-1375
[ID2] https://orcid.org/0000-0002-0930-6706

Received 14.12.2019. Accepted 29.02.2020.

Abstract: Many companies use methods based on official statistical data to assess the state of competition. However, the peculiarities of the development of regional consumer markets require taking into account the marketing assessment of competition from both manufacturers and end-consumers. The research objective was to substantiate the competition assessment model and method in the development and adoption of marketing decisions on the regional B2C markets. The behavioral approach made it possible to develop a marketing-oriented methodology for competition assessment. The main idea was to identify the inconsistencies in the subjective perception of the state and the development of competition by different members of the regional market. The authors constructed a matrix of market competition types and described a model for competition assessment by consumers. The article features variables and methods for data analysis. The authors also described the specifics of perception and evaluation of competition by manufacturers. The methods of interpretation of similarities and differences between the competition assessment by consumers and sellers served as a basis for development or adjustment of marketing decisions. The new method is not an alternative to other methods of competition assessment in the development of strategic marketing decisions. However, it is a useful adjunct for marketing management of regional companies.

Keywords: regional consumer market, behavioral approach, perception of competition by consumers, perception of competition by producers, demand factors, competitive property

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

For citation: Mamontov S. A., Chernobaeva G. E. Competition Assessment as a Marketing Decisions Factor on Regional B2C Markets: Methodological Aspect. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 103–112. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-103-112

References

1. Neumann J. von, Morgenstern O. *Theory of games and economic behavior,* tr. Vorobev N. N. Moscow: Nauka, 1970, 770. (In Russ.)
2. Buzzel R. D., Cox D. F., Brown R. V. *Marketing research and information systems*, tr. and ed. Efimova M. R. Moscow: Finstatinform, 1993, 93. (In Russ.)
3. Kotler P., Keller K. L. *Marketing management*, tr. Kuzin V. St. Petersburg: Piter, 2018, 844. (In Russ.)
4. Discussion at the panel discussion "Questions of theory of competition". *Sovremennaia konkurentsiia,* 2010, (3): 4–37. (In Russ.)
5. Knyazeva I. V. Maintaining competition on the market is a strategic task of antitrust policy in the Siberian Federal District. *Scientific notes of the Siberian Academy of Public Administration*, ed. Boiko E. A. Novosibirsk: Izd-vo Sibirskoi akademii gosudarstvennoi sluzhby, 2006, 3–8. (In Russ.)
6. Zaikin N. N. Theoretical aspects of the functioning of the region's competitive environment. *Young scientists in agrarian science and education – innovative potential of the future*: Proc. All-Russian Sci.-Prac. Conf., Novosibirsk, September 20–21, 2013. Novosibirsk, 2013, 219–221. (In Russ.)
7. Volkov V. V. Neofactors of increase of competitiveness of subjects of economic activity of the regional market. *Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy*, 2014, (4): 17–22. (In Russ.)
8. Nikiforova O. P. Improving the mechanism of regulation of the local food market. *Modernization of the economy: problems and prospects*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Ulan-Ude, September 17–20, 2013. Ulan-Ude, 2013, 104–106. (In Russ.)
9. Cherkasov V. A., Yurina Ye. A. Mechanism of development regulation of the local food market. *Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy,* 2013, (1): 204–208. (In Russ.)
10. Medvedeva N. B. Development of innovation in the Russian Federation: key trends and problems. *Vestnik Universiteta*, 2015, (10): 38–46. (In Russ.)
11. Chimitdorzhieva E. Ts., Chepik A. E. Economic-statistical evaluation of development disparity of municipalities in the region. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika*, 2014, (43): 28–40. (In Russ.)
12. Knight F. H. *Risk, uncertainty and profit*, tr. Kazhdan M. Ia.; ed. Grebennikov V. G.. Moscow: Delo, 2003, 359. (In Russ.)
13. Yudanov A. Yu. The theory of competition: applied aspects. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya*, 1997, (6): 41–53. (In Russ.)
14. Schumpeter J. A. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. *Capitalism, socialism and democracy*, tr. Avtonomov V. S. Moscow: Eksmo, 2007, 861. (In Russ.)
15. Kirzner I. M. *Competition and entrepreneurship*, tr. and ed. Romanov A. N. Moscow: IuNITI-Dana, 2001, 238. (In Russ.)
16. Shmelev A. G. Productive competition. *Experience in designing a unifying concept*. Moscow: Magistr, 1997, 56. (In Russ.)
17. Thompson A. A., Strickland A. J. Strategic management. Moscow: INFRA-M, 2000, 411. (In Russ.)
18. Azoev G. L. *Competition: analysis, strategy, and practice*. Moscow: Tsentr ekonomiki i marketinga, 1996, 207. (In Russ.)
19. Altomonte C., Nicolini M., Rungi A., Ogliari L. *Assessing the competitive behavior of firms in the single market: a micro-based approac*h. Brussels: European Union, 2010, 136. DOI: 10.2765/41054
20. Buruk A. F. Definition of the concept of competition and the problems of its measurement. *World of Economics and Management*, 2016, 16(3): 84–99. (In Russ.)
21. Borenstein S., Shepard A. Dynamic pricing in retail gasoline markets. *The RAND Journal of Economics,* 1996, 27(3): 429–451. DOI: 10.2307/2555838
22. Porter M. E. Consumer behavior, retailer power and market performance in consumer goods industries. *The Review of Economics and Statistics,* 1974, 56(4): 419–436. DOI: 10.2307/1924458
23. Apenko S. N., Mamontov S. A. The competition development perception on regional consumer markets by manufacturing companies. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2018, (1): 58–66. (In Russ.) DOI: 10.21603/2500-3372-2018-1-58-66
24. Pollard J. H. *A handbook of numerical and statistical techniques,* tr. Zanadvorov V. S., ed. Chetyrkin E. M. Moscow: Finansy i statistika, 1982, 344. (In Russ.)
25. Chernobayeva G. E. The possibilities of using the CSI index to evaluate the satisfaction of entrepreneurs with the official information on the development of competition in the region. *Regionalnye problemy preobrazovaniia ekonomiki*, 2018, (12): 304–319. (In Russ.) DOI: 10.26726/1812-7096-2018-11-311-319

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 0.21603/2500-3372-2020-5-1-113-120

оригинальная статья
УДК 338.12

Трансформация социального страхования как инструмента социальной защиты населения на региональном уровне

Ольга С. Миллер [a]; Елена А. Морозова [a, @, ID]
[a] Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
[@] morea@inbox.ru
[ID] https://orcid.org/0000-0003-2215-9808

Поступила в редакцию 02.03.2020. Принята к печати 23.03.2020.

Аннотация: Вопрос развития социального страхования рассматривается учеными достаточно давно, однако сегодня отсутствуют единые представления о его месте и роли в системе социальной защиты населения и о его трансформации в меняющихся социально-экономических условиях. Это обусловливает актуальность заявленной в названии темы. Цель – проанализировать развитие социального страхования как инструмента социальной защиты населения в России и Сибирском федеральном округе. Предмет – теоретические и практические аспекты применения социального страхования в системе социальной защиты населения в условиях ее изменения. Методологической основой является системный подход к пониманию социальной защиты и социального страхования. Исследование опиралось на обзор и анализ трудов отечественных и зарубежных ученых, нормативно-правовой базы соответствующей проблематики, статистических данных. Результатом работы стал анализ развития обязательного социального страхования в России как государственного инструмента, определение особенностей законодательной базы в области социального страхования. В настоящее время осуществляется глобальная государственная поддержка Фондов социального страхования. В Сибирском федеральном округе бюджет Фондов социального страхования увеличивается за счет роста числа страховых премий (в том числе налогов, пеней), а также благодаря участию государства. Сделан вывод, что в РФ явно проявляются процессы изменений в сфере социальной безопасности населения, что в основном влияет на социальное страхование и страхование как отрасль в целом.

Ключевые слова: страховые выплаты, страховые премии, социальная безопасность населения, Фонд социального страхования, страховой риск

Для цитирования: Миллер О. С., Морозова Е. А. Трансформация социального страхования как инструмента социальной защиты населения на региональном уровне // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 113–120. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-113-120

Введение

В настоящее время в России все более актуальным становится вопрос социальной защиты населения, которое ежедневно сталкивается с различными социальными рисками: безработицей, финансовыми трудностями, инфляцией и т. д. Система социальной защиты, существующая в настоящее время, сформировалась под воздействием социальных, экономических и политических факторов, благодаря которым становилось понятным, что необходимы гарантии, обеспечивающие безопасность населения. Социальные гарантии, предоставляемые государством сегодня, прошли серьезный путь становления, однако во многом отличаются от зарубежных стран.

В соответствии с этим целью исследования является анализ развития социального страхования как инструмента социальной защиты населения в России и в Сибирском федеральном округе (СФО); предметом – теоретические и практические аспекты применения социального страхования в системе социальной защиты населения в условиях ее изменения.

Актуальность социального страхования в настоящее время определяется существованием больших групп риска: экономических (временная нетрудоспособность, потеря работы, потеря кормильца и т. п.), биологических или физиологических (нетрудоспособность вследствие старости, инвалидности, болезни, увечий на предприятиях – опасных объектах и т. п.), демографических или социальных (материнство, уход за детьми, уход за инвалидами, выход на пенсию). Следовательно, социальное страхование защищает население от возможного изменения материального или социального положения и экономической нестабильности.

Методы и материалы

Теоретическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых, анализирующих

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 0.21603/2500-3372-2020-5-1-113-120

подходы к социальной защите населения, системе социального страхования как инструменту или механизму социозащитной функции [1–10].

В качестве базового методологического подхода использован системный, поскольку социальная защита, по мнению авторов, представляет собой комплекс мер, направленных на устранение или сглаживание социального неравенства, обеспечение всех членов общества определенным минимумом социальных благ [11]. В ходе исследования были применены метод анализа нормативно-правовых документов и законодательных актов, разработанных и внедренных за период становления и развития рыночной экономики, экономико-статистический метод (использовались официальные данные Федеральной службы государственной статистики, Фонда социального страхования (ФСС), Единой межведомственной информационно-статистической системы и данные Центрального банка РФ). Такое изучение институциональной базы способствует формированию четкого представления о функционировании системы социального страхования [12].

Результаты

Социальное положение человека достигается за счет многообразных факторов, которые его формируют и со своей стороны зависят от уровня развития отдельных институтов общества и государства. Следовательно, создание общества, где будут реализованы благоприятные условия жизни и развития человека с учетом местных требований и особенностей, возможно лишь при наличии высокоэффективной системы социального обеспечения человека и различных социальных групп. Одним из самых главных показателей создания такой системы будет уровень социальной защищенности, т. е. системы необходимых мер, нивелирующих социальные риски для человека (потеря здоровья, работы, доходов, жилья).

Защита от социальных рисков – это объективно закономерная функция современного общества в его взаимоотношениях с людьми, общностями, социальными группами, т. е. с элементами общественной инфраструктуры. Сущность этой функции – обеспечение условий существования каждого члена общества и устойчивости самого общества как целостного образования. Основная задача, которую должна решать социальная защита, – устранение рисков, связанных с наступлением старости, а именно: снижение или потеря доходов в связи прекращением трудовой деятельности; связанных с потерей лиц (родственников, членов семьи), способных осуществлять уход за человеком в старости.

Опыт государств в создании систем социальной защиты населения показал, что наиболее эффективные системы складываются при централизованном, финансово достаточном и административно независимом подходе. Из чего следует, что для эффективной работы системы социальной защиты населения требуется наличие общегосударственного закона о пенсиях, социальных выплатах и пособиях, подлежащего обязательному исполнению на территории всего государства.

Развитие России в целом и отдельно взятых регионов начиная с 1992 г. характеризуется трансформацией системы социальной защиты населения, потому что количество социально-экономических рисков, которые непосредственно связаны с жизнедеятельностью человека, увеличивается с каждым годом. В современных условиях развитие рассматриваемой сферы основано на взаимодействии государства с экономикой и населением, что позволяет решать социальные вопросы наиболее эффективно и значительно быстрее. Инструментом для защиты населения выступает социальное страхование, являющееся частью государственной системы социальной защиты населения, спецификой которой является осуществляемое в соответствии с федеральным законом страхование работающих граждан от возможного изменения материального и социального положения, в том числе по независящим от них обстоятельствам [1].

В рамках социальной защиты населения крайне необходимо выявить и обеспечить финансовую защищенность граждан в ситуации какого-либо страхового случая: потеря кормильца, инвалидность, временная нетрудоспособность и пр. Современная система социального страхования, а также виды страховых услуг основываются на опыте советской социальной защиты и применении совершенно новых форм и механизмов. Например, создание ФСС с учетом разнообразных потребностей людей, создание условий для здорового образа жизни и стабильности в обществе [1].

Правовые основы механизма социальной защиты населения заключаются в том, что защитная деятельность предполагает законодательное установление социальных обязательств государства и их строгую нормативную регламентацию. Законодательство устанавливает цели, задачи, принципы, направления, программы социальной защиты граждан, порядок осуществления конкретных мер. Чем больше мер социальной поддержки предусмотрено законодательством, тем богаче социозащитная деятельность и выше уровень защищенности населения.

Первым шагом перехода от советской системы социальной защиты к системе западного образца стало принятие в августе 1993 г. Концепции развития социального обслуживания населения РФ [13]. В рамках данной концепции социальная защита основывалась на трех функциональных блоках: социальное обеспечение населения, социальное страхование и социальная помощь. Данные блоки являлись основой советской социальной системы, которые взаимодействовали друг с другом. В связи с развитием рыночных отношений и различными преобразованиями в законодательстве был создан новый надежный институт социальной защиты – ФСС, благодаря чему часть функций социального обеспечения была переложена

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 0.21603/2500-3372-2020-5-1-113-120

на социальное страхование. С 2000-х гг. система социальной защиты России изменила функциональные блоки. Появились обязательное социальное страхование, государственная социальная поддержка населения (пособия, пенсии, единовременные выплаты, льготы), услуги в области социальной помощи (социально-медицинские, социально-бытовые, социально-правовые и т. д.). Базисным элементом новой системы социальной защиты населения становится сокращение социально-экономических рисков населения, на основе чего осуществляется профессиональное консультирование по вопросам социальной защиты, поддержка населения, находящегося в трудном финансово-социальном положении [13].

Если рассматривать современный этап рыночных отношений, где социальная политика формирует ориентиры и направления для социального развития общества, а страхование наделено функцией контроля финансовых потоков, осуществляемых для сохранения социальной безопасности населения, то формы социального страхования на основании закона «Об основах обязательного социального страхования»[1] можно разделить на:

- пенсионное страхование (по старости, инвалидности, потере кормильца);
- медицинское страхование (оплата временной нетрудоспособности);
- страхование от несчастных случаев на производстве (производственная травма, профессиональное заболевание, пенсия иждивенцам и т. п.);
- страхование в связи с безработицей (пособие по безработице, переобучение и трудоустройство) [14].

Система социального страхования является значимым проявлением социально ориентированного государства. Она играет знаковую роль в системах социальной защиты населения, что позволяет поддерживать высокие жизненные стандарты для тех, кто получает страховые выплаты [15]. Целью функционирования системы социального страхования является обеспечение эффективной и качественной защиты населения за счет:

- создания механизма для работающих граждан, которые обеспечивают для себя социальные права посредством работы по найму. В итоге они зарабатывают для себя пенсии, пособия и т. п.;
- реализации законодательных механизмов функционирования социального страхования, которое основывается на страховых премиях от работодателей и страховых выплатах гражданам;
- доступной и прозрачной информации по социальному страхованию, доступной для всех слоев населения. Это позволит гражданам знать свои права и обязанности и то, в какую организацию им необходимо обратиться при наступлении страхового случая [16].

Уникальность института социального страхования заключается в том, что он балансирует социально-рыночный менталитет населения, т. к. включает в себя индивидуальную ответственность граждан за свое финансовое положение, а также социально-демократическое устройство населения, что является своего рода коллективной взаимопомощью (работодатель, ФСС) [17]. Первоначально в систему социального страхования были включены трудоустроенные граждане, однако со временем в состав объектов страхования были включены и семьи работников. Это способствовало стабилизации общества. На основе всех изменений, которые происходили в период развития рыночной экономики, был сформирован комплекс из социального, медицинского и пенсионного страхования.

Под данные виды страхования были сформированы внебюджетные фонды, источником средств которых являются страховые взносы страхователей. Если наступает дефицит бюджета, недостаток средств покрывается трансфертными платежами, которые направляет федеральный бюджет России [4]. Сегодня система социальной защиты включает в себя ФСС, фонд обязательного медицинского страхования, Пенсионный фонд РФ (ПФР), между которыми аккумулируются и распределяются финансовые средства. Данные внебюджетные фонды функционируют, чтобы реализовывать программу социальной защиты, которая является основным финансово-социальным инструментом социальной безопасности населения. Основываясь на солидарности и справедливости, вышеуказанные внебюджетные страховые фонды сокращают или полностью компенсируют возможные расходы человека, нуждающегося в финансовой поддержке [18].

Рассмотрим доходную часть бюджетов фондов в период становления рыночных отношений. Основным источником финансирования до начала 2001 г. были обязательные страховые премии работодателей, а в ПФР дополнительно взимались премии с работников. Уже в 2001 г. был введен Единый социальный налог (ЕСН) для работодателей и работников. ЕСН позволил заменить обязательные страховые премии. В итоге применение ЕСН было признано неэффективным, поэтому в 2010 г. он был заменен на премии, которые взимались с работодателей по общей ставке 26 % от заработной платы работника, при которой размер заработной платы должен быть менее или равен 415 тыс. руб. в год. С 2011 г. ставка стала равна 34 %, что позволяет устранить дефицит бюджета в период финансового кризиса [17].

Сегодня, как говорилось ранее, доходную часть бюджетов функционирующих фондов формируют сами страхователи – физические и юридические лица на основе страховых премий. В бюджет ПФР работодатели должны направлять страховые премии по обязательному социальному страхованию на индивидуальный

[1] Об основах обязательного социального страхования. ФЗ от 16.07.1999 № 165-ФЗ (ред. от 03.08.2018). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_4059/ (дата обращения: 05.12.2019).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 0.21603/2500-3372-2020-5-1-113-120

лицевой счет работника. Данные взносы имеют целевое назначение и являются гарантом для человека получения пенсионных выплат по достижении им пенсионного возраста в размере, эквивалентном сумме страховых премий. Работодатели направляют премии в ПФР для финансирования доплат к пенсии работников некоторых специальностей (например, экипажи воздушных судов гражданской авиации) [17].

Для того чтобы обеспечить техносферную безопасность на предприятиях повышенной опасности и с высоким риском увечий, работодатель должен направлять страховые премии в ФСС от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Данные премии рассчитываются по формуле, которая основывается на ставке страхового тарифа с дополнительными бонус-малусами. Еще одним основным фактором в расчете является коэффициент опасности предприятия и степень риска для жизни и здоровья работника.

Деятельность любого предприятия тесно связана с социальным страхованием на случай временной нетрудоспособности работника. Страховые премии по данному риску могут оплачиваться на добровольной основе страхователями в соответствии с законом[2].

Итак, система социального страхования сегодня представлена деятельностью внебюджетных фондов, которая способствует реализации социальной защиты населения. Основную часть рисков финансирует ФСС, функционирующий с начала 1991 г.[3] [19]. Все изменения в законодательстве в области трансформации и модернизации системы социальной защиты населения можно увидеть

Рис. Динамика доходов и расходов по социальному страхованию РФ за 2014–2018 гг., млрд руб.

Fig. Income and expenses on social insurance in the Russian Federation in 2014–2018, billion rubles

и на показателях финансовой деятельности ФСС. Рассмотрим динамику расходов и доходов по социальному страхованию в период 2014–2018 гг. на рисунке[4].

В период 2014–2018 гг. наблюдается увеличение объема страховых премий и страховых выплат на 22 %, что говорит о росте ФСС и его мощностей. В целом Фонд способен обеспечить защитой население РФ. В 2015 г. наблюдается наименьшее значение доходов по социальному страхованию – 541,3 млрд руб., но уже к 2016 г. показатель вырос на 12 % (616,4 млрд руб.). Наибольшее значение доходов по социальному страхованию отмечено в 2018 г., когда данный показатель был равен 735,2 млрд руб. Можно предположить, что уровень доходов находится в прямой зависимости от экономической ситуации в стране: объем доходов по социальному страхованию растет в период улучшения процессов в экономике и роста совокупного фонда оплаты труда.

Рассмотрим изменения в социально-экономических показателях социального страхования СФО, которые влияют на степень социальной защиты населения региона (табл.[5]). Показатели со знаком «–» демонстрируют отрицательное значение сальдо.

Бюджет отделений ФСС Сибири за период 2010–2018 гг. увеличился на 22 млрд руб. и в 2018 г. составил 63 млрд руб. Средний прирост за этот период – 300 млн в год. При этом больший объем страховых премий на протяжении всего рассматриваемого периода на социальную защиту наблюдается в Красноярском крае, Кемеровской и Новосибирской областях. В целом отделения ФСС в данных регионах собрали более половины всех страховых премий обязательного социального страхования по СФО. Динамика выплаты ФСС в СФО с 2010 г. имела незначительный рост, и к 2018 г. выплаты составили 85,8 млрд руб. Большая часть выплат ФСС была направлена на социальную защиту населения Красноярского края, Кемеровской и Новосибирской областей. Видна тенденция к сокращению дефицита бюджета во всех регионах СФО. В 2018 г. введенные меры регулирования и модернизации системы социальной безопасности способствовали снижению дефицита с 32 млрд руб. до 22 млрд руб. В 2010 г. дефицит был равен 77 % доходной части бюджета ФСС, а в 2017 г. – 36 %. Самое большое значение дефицита бюджета наблюдается в отделениях ФСС Кемеровской области (5,8 млрд руб.), что связано с высоким уровнем страховых рисков на производствах угольной промышленности и большой финансовой нагрузкой на восстановление здоровья населения. Регионами с минимальным

[2] Об обеспечении пособиями по обязательному социальному страхованию граждан, работающих в организациях и у индивидуальных предпринимателей, применяющих специальные налоговые режимы, и некоторых других категорий граждан. ФЗ от 31.12.2002 № 190-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40267/ (дата обращения: 05.12.2019).

[3] О совершенствовании управления и порядка финансирования расходов на социальное страхование трудящихся РСФСР. Постановление Совмина РСФСР № 600, Федерации Независимых Профсоюзов РСФСР N 9-3 от 25.12.1990 (ред. от 26.10.1993). Режим доступа: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=28825#008194560656303684 (дата обращения: 05.12.2019).

[4] По данным Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС). Режим доступа: http://fedstat.ru/ (дата обращения: 05.12.2019).

[5] Составлено и рассчитано авторами по данным ЕМИСС.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 0.21603/2500-3372-2020-5-1-113-120

Табл. Динамика социально-экономических показателей социального страхования СФО
Tab. Socio-economic indicators of social insurance in the Siberian Federal District

Субъект СФО	Страховые премии (млрд руб.)		Страховые выплаты (млрд руб.)		Дефицит (млрд руб.)		Размер страховых выплат на 1 человека (руб.)	
	2010	2018	2010	2018	2010	2018	2010	2018
Республика Алтай	0,30	0,40	0,90	0,90	–0,60	–0,50	1455	3970
Республика Бурятия	1,60	2,00	3,40	3,50	–1,80	–1,50	1646	3582
Республика Тыва	0,40	0,60	1,40	1,08	–1,00	–0,48	1298	3399
Республика Хакасия	0,90	1,40	1,90	2,01	–1,00	–0,61	1690	3748
Алтайский край	3,00	4,00	6,50	6,80	–3,50	–2,80	1239	2902
Забайкальский край	2,40	3,50	3,90	4,30	–1,50	–0,80	2167	3966
Красноярский край	8,10	12,80	11,80	14,70	–3,70	–1,90	2864	5104
Иркутская область	5,60	9,70	9,10	11,03	–3,50	–1,33	2305	4587
Кемеровская область	7,50	10,80	14,40	16,60	–6,90	–5,80	2714	6155
Новосибирская область	6,20	10,40	10,20	13,70	–40	–3,30	2325	4927
Омская область	3,00	5,00	5,70	6,30	–2,70	–1,30	1516	3213
Томская область	2,30	3,70	4,20	4,90	–1,90	–1,20	2195	4524
СФО	41,30	63,30	73,40	85,80	–32,10	–22,50	2144	4403

дефицитом являются Республики Тыва, Алтай и Хакасия. Размер дефицита отделений ФСС составляет порядка 0,5 млрд руб. в каждом регионе. За рассматриваемый период размер страховых выплат на 1 человека увеличился в 2 раза, в 2018 г. средний показатель по СФО составил 4,4 тыс. руб. на человека. Кемеровская область является лидером по размеру страховых выплат, где в среднем на каждого человека направлено более 6 тыс. руб. Значения выплат выше среднего имеют Красноярский край (5,1 тыс. руб. на человека) и Новосибирская область (4,9 тыс. руб. на человека). Минимальное значение показателя наблюдается в Алтайском крае – менее 3 тыс. руб. на человека.

Можно сделать вывод, что на уровень социальной защищенности населения СФО влияют не только демографические показатели, но и социально-экономический статус и производственный потенциал региона [15].

Ключевые недостатки системы социального страхования

Существует острая проблема в разнице размеров заработной платы в регионах страны. Это оказывает крайне негативное воздействие на развитие системы социального страхования. Некоторые работодатели, скрывая реальный уровень заработной платы работников, стараются уйти от уплаты налогов, что влечет сокращение реальных средств на социальное страхование. По данным статистики, скрытые заработные платы составляют 25–40 %.

Негативным образом сказывается налоговая система, существующая в государстве. В настоящее время принята регрессивная шкала налогообложения, что способствует снижению поступления денежных средств на социальную сферу. Например, индивидуальные предприниматели могут получать налоговый вычет за счет оплаты средств в ФСС и ПФР – это снижает реальное денежное поступление.

Диспропорция правоотношений в системе социального страхования означает, что все средства ФСС являются собственностью РФ, а граждане претендуют на данные средства в форме права на пособия, пенсии и медицинскую помощь. В зарубежной практике такое положение дел неприемлемо. Традиционно считается, что сумма накопленных отчислений от заработной платы является своего рода резервом на различные страховые случаи. Данные средства закреплены за гражданами в виде их собственности [14].

Одна из проблем системы социального страхования в настоящее время – задержка и сокращение размеров выплачиваемых пособий и сокращение бюджета на социально значимые программы. Это происходит из-за диспропорций системы в целом, а также необходимости реформирования механизма формирования фондов.

Отсутствие четкой методологической базы и научного обоснования развития социального страхования формирует ряд вытекающих проблем.

Если социальное страхование выступает как социально-экономическая гарантия для населения, то важно рассматривать перспективы его развития в будущем. К существенным изменениям системы социального страхования в России относятся новые IT-технологии, которые позволяют упростить процесс информационного взаимодействия ФСС со страхователями и застрахованными лицами. Примером одного из самых крупномасштабных социальных проектов стал электронный листок нетрудоспособности, действующий с 01.07.2017 и являющийся равнозначным листам нетрудоспособности на бумажном носителе. В настоящее время планируется полностью устранить бумажную форму листка во всех субъектах РФ [15].

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 0.21603/2500-3372-2020-5-1-113-120

Значимым аспектом деятельности ФСС в перспективе является сокращение расходной части бюджета на организацию страхования на случай временной нетрудоспособности. Существующий механизм прямых выплат будет способствовать ликвидации зависимости застрахованных лиц от работодателей посредством незамедлительного начисления на лицевой счет работника денежных средств. Данное изменение позволит решить вопрос с выплатами различных пособий для работников предприятий с финансовой устойчивостью или предприятий, готовящихся к банкротству.

Применение IT-технологий в работе фондов позволит уменьшить число мошенников в сфере социального страхования, на устранение действий которых выделяется большое количество денежных средств фонда.

Необходимо предоставлять информацию, которая бы позволяла отслеживать гражданам фактические траты ФСС, что позволит ограничить вмешательство государства на местах и в целом по стране в систему социального страхования, что также улучшит систему защиты граждан.

С учетом специфики изменений нужно формировать такую систему социальной защиты в России, которая могла бы отвечать таким критериям, как стабильность, своевременность, ответственность и профессионализм. Данные критерии позволят создать единые стандарты деятельности в области социального страхования, отличные от западных примеров и способные повысить лояльность страхователей и застрахованных лиц.

По мнению многих ученых и специалистов в области социального страхования, действующий внебюджетный ФСС может существовать как публично-правовая компания с полным государственным участием, основная деятельность которой должна сохраниться в первозданном виде: *страхователь (работодатель) – застрахованное лицо (работник)* [16].

Детальное изучение страховых операций в отношении застрахованных лиц, занятых в бюджетной сфере экономики, позволит исключить мошенничество в сфере услуг социальной защиты. Важным вопросом остается конкретика и модернизация страховых тарифов и коэффициентов, пособий, полноценности данных и т. д. Модернизация сферы социального страхования не только затрагивает базисные основы деятельности внебюджетных фондов социального страхования и системы социальной безопасности населения в целом, но и служит отправной точкой для трансформации национальной системы обязательного социального страхования [16].

Заключение

В период становления и развития рыночных отношений в РФ явно проявляются процессы изменений в сфере социальной безопасности населения, что в основном влияет на социальное страхование и страхование как отрасль в целом. Сегодня, когда происходит процесс модернизации института социальной защиты, социальное страхование является базисной категорией, которая выступает инструментом социальной защиты и способствует расширению спектра услуг в области социального обслуживания граждан. Изменения в нормативно-правовых документах в данной области затрагивают компенсации страховых выплат по основным социальным рискам и поддержке необходимого уровня социальной безопасности населения в период социально-экономических трудностей. Социальное страхование активно развивается и становится базисным элементом, осуществляющим гарантию материальной ответственности перед застрахованным населением. Изучение законодательной базы, документации, статистических данных и периодической литературы позволяет оценить эффективность изменений системы на современном этапе. С помощью современных технологий, которые активно развиваются, повышается уровень социальной защищенности в целом, формируется страховая культура населения РФ. Решение проблем, существующих в системе социального страхования, позволит обеспечить более эффективную защиту населения. Необходимо произвести изменения в правовой, финансовой и организационной сферах, чтобы учесть все нюансы развития системы социального страхования. В связи с тем, что система социального страхования включает в себя и социальный и экономический базисы, реформирование является сложным процессом, который не должен привести к диспропорциям. Следует осуществить реформирование таким образом, чтобы обеспечить сбалансированный механизм социальной защиты застрахованных граждан. Для этого требуется провести глубинное изучение нормативно-правовой базы, произвести андеррайтинг страховых премий и страховых выплат, изучить размер их начисления и т. п.

Литература

1. Газизова И. З. Политика и проблемы социальной защиты населения в России // Вопросы науки и образования. 2019. № 2. С. 46–50.
2. Борисов А. Ф., Домашова Е. В. Механизм формирования управления системой социальной защиты на региональном уровне // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. № 6. С. 140–144.
3. Кубрак И. А. Концептуальные направления повышения эффективности социальной защиты населения в Российской Федерации // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2019. № 2. С. 73–79. DOI: 10.18384/2310-6646-2019-2-73-79
4. Мигранова Л. А., Роик В. Д. Заработная плата и социальное страхование // Народонаселение. 2019. № 2. С. 64–77. DOI: 10.24411/1561-7785-2019-00016

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 0.21603/2500-3372-2020-5-1-113-120

5. Ильин А. Е., Некрасов А. В. Модель корпоративной системы социального страхования // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2019. № 2. С. 181–185.
6. Степанова М. Н. Современная роль профсоюзов в осуществлении социального страхования // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2019. № 1. С. 116–120.
7. Stahl C., Karlsson E. A., Sandqvist J., Hensing G., Brouwer S., Friberg E., MacEachen E. Social insurance literacy: a scoping review on how to define and measure it // Disability and Rehabilitation. 2019. DOI: 10.1080/09638288.2019.1672111
8. Kilgour E., Kosny A., McKenzie D., Collie A. Interactions between injured workers and insurers in workers' compensation systems: a systematic review of qualitative research literature // Journal of Occupational Rehabilitation. 2015. Vol. 25. № 1. P. 160–181. DOI: 10.1007/s10926-014-9513-x
9. Ma X. Impact of social insurance contributions on wages // Economic transition and labor market reform in China. Singapore: Palgrave Macmillan, 2018. P. 273–298. DOI: 10.1007/978-981-13-1987-7_10
10. Klimaviciute J., Pestieau P. Long-term care social insurance: how to avoid big losses? // International Tax and Public Finance. 2018. Vol. 25. P. 99–139. DOI: 10.1007/s10797-017-9445-4
11. Морозова Е. А., Добрынина А. Ю. Механизмы социальной защиты населения региона // Экономика региона. 2012. № 1. С. 235–241. DOI: 10.17059/2012-1-23
12. Морозова Е. А. Социальная защита населения: системное изучение. Новосибирск: Изд-во СО РАН. 2006. 287 с.
13. Кижикина В. В. Эволюция системы социальной защиты населения в России (сравнение со странами Европы) // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2013. № 3. С. 80–94.
14. Бухарбаева Д. М. Формирование механизма социального страхования как инструмента управления социальными рисками // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2013. № 1. С. 31–34.
15. Суменкова Л. А. Трансформация российской системы социальной защиты населения на примере работы Фонда социального страхования сибирских территорий // Институциональная трансформация экономики: пространство и время: мат-лы V Междунар. науч. конф. (Кемерово, 24–27 мая 2017 г.) Кемерово, 2017. С. 223–228.
16. Князева Е. Г., Юзвович Л. И. Модельное реформирование национальной системы социального страхования в Российской Федерации // Фундаментальные исследования. 2015. № 2-9. С. 1954–1956.
17. Касачева О. В. Анализ результатов замены страховых взносов во внебюджетные социальные фонды единым социальным налогом // Вестник Томского государственного университета. 2009. № 327. С. 152–155.
18. Ивашина М. М. Социальное страхование как экономическая основа разрешения социальных проблем // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2012. № 2. С. 24–27.
19. Кашеваров М. А., Закиров А. И. Инновационные аспекты деятельности Фонда социального страхования Российской Федерации // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3-2. С. 277–280.

original article

Transformation of Social Insurance as an Instrument of Social Security

Olga S. Miller [a]; Elena A. Morozova [a, @, ID]
[a] Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
[@] morea@inbox.ru
[ID] https://orcid.org/0000-0003-2215-9808

Received 02.03.2020. Accepted 23.03.2020.

Abstract: The development of social insurance is a highly researched issue. However, its place and role in the system of social protection remains understudied, as well as its current transformations under the changing socio-economic conditions. The research objective was to analyze the development of social insurance as an instrument of social security in Russia and in the Siberian Federal District. The study featured the theoretical and practical aspects of the application of social insurance in the changing system of social security. The research was based on a systematic approach to social security and social insurance as one of its most important mechanisms. The article introduces a review of domestic and foreign researches. It also focuses on an analysis of related regulations and statistic data. The methods and materials made it possible to conduct a thorough analysis of the development of the compulsory social insurance in Russia as a governmental instrument. The authors also described the legal framework in the field of social insurance. The government supports the Social Security Funds. In the Siberian Federal District, the budget of the Social Security Funds increased due to the growing number of insurance premiums, e.g. taxes and penalties, as well as due to the state participation. The research revealed some changes processes in the sphere of social security in the Russian Federation. The changes proved to affect social insurance and the whole insurance industry.

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 0.21603/2500-3372-2020-5-1-113-120

Keywords: insurance payments, insurance premiums, social security of the population, Social Security Fund, insurance risk

For citation: Miller O. S., Morozova E. A. Transformation of Social Insurance as an Instrument of Social Security. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 113–120. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-113-120

References

1. Gazizova I. Z. Politics and problems of social security in Russia. *Voprosy nauki i obrazovaniia*, 2019, (2): 46–50. (In Russ.)
2. Borisov A. F., Domashova E. V. The mechanism of formation of management system of social protection at the regional level. *Izvestiia Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta,* 2019, (6): 140–144. (In Russ.)
3. Kubrak I. A. Basic directions of increasing social protection efficiency in the Russian Federation. *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Economics*, 2019, (2): 73–79. (In Russ.) DOI: 10.18384/2310-6646-2019-2-73-79
4. Migranova L. A., Roik V. D. Wages and social insurance. *Population*, 2019, (2): 64–77. (In Russ.) DOI: 10.24411/1561-7785-2019-00016
5. Ilyin A. E., Nekrasov A. V. Model of a corporate system of social insurance. *Bulletin of the Kursk State Agricultural Academy*, 2019, (2): 181–185. (In Russ.)
6. Stepanova M. N. Current role of trade unions in ensuring social welfare. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta*, 2019, (1): 116–120. (In Russ.)
7. Stahl C., Karlsson A., Sandqvist J., Hensing G., Brouwer S., Friberg E., MacEachen E. Social insurance literacy: a scoping review on how to define and measure it. *Disability and Rehabilitation*, 2019. DOI: 10.1080/09638288.2019.1672111
8. Kilgour E., Kosny A., McKenzie D., Collie A. Interactions between injured workers and insurers in workers' compensation systems: a systematic review of qualitative research literature. *Journal of Occupational Rehabilitation*, 2015, 25(1): 160–181. DOI: 10.1007/s10926-014-9513-x
9. Ma X. Economic transition and labor market reform in China. *Singapore: Palgrave Macmillan*, 2018. P. 273–298. DOI: 10.1007/978-981-13-1987-7_10
10. Klimaviciute J., Pestieau P. Long-term care social insurance: how to avoid big losses? *International Tax and Public Finance,* 2018, 25: 99–139. DOI: 10.1007/s10797-017-9445-4
11. Morozova E. A., Dobrynina A. Yu. Regional social protection mechanisms. *Economy of the region*, 2012, (1): 235–241. (In Russ.) DOI: 10.17059/2012-1-23
12. Morozova E. A. Social security: a systematic study. Novosibirsk: Izd-vo SO RAN, 2006, 287. (In Russ.)
13. Kizhikina V. V. Evolution of the social protection system in Russia (comparison to European countries). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika*, 2013, (3): 80–94. (In Russ.)
14. Bukharbaeva D. M. The formation of social insurance mechanism as the tool of social risks managing. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta*, 2013, (1): 31–34. (In Russ.)
15. Sumenkova L. A. Transformation of the Russian system of social protection on the example of the Social Insurance Fund of Siberian territories. *Institutional transformation of the economy: space and time*: Proc. V Intern. Sci. Conf., Kemerovo, May 24–27, 2017. Kemerovo, 2017, 223–228. (In Russ.)
16. Knyazeva E. G., Yuzvovich L. I. Model reform of the national social insurance system in the Russian Federation. *Fundamentalnye issledovaniia*, 2015, (2-9): 1954–1956. (In Russ.)
17. Kasacheva O. V. The analysis of results of replacement of insurance fees in off-budget social funds by the single social tax. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2009, (327): 152–155. (In Russ.)
18. Ivashina M. M. Social insurance as economic foundation for resolving social problems. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta*, 2012, (2): 24–27. (In Russ.)
19. Kashevarov M. A., Zakirov A. I. Innovative aspects of activity of Fund Social Insurance of the Russian Federation. *Journal of the Bryansk State University*, 2012, (3-2): 277–280. (In Russ.)

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

оригинальная статья
УДК 336.71

Сущность механизма проведения финансового оздоровления кредитных организаций

Дарья С. Осипова [a, @]; Ирина В. Гавриленко [a, ID]
[a] Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
[@] darya.3546@mail.ru
[ID] http://orcid.org/0000-0002-6530-473X

Поступила в редакцию 13.01.2020. Принята к печати 19.02.2020.

Аннотация: Современная ситуация в банковском секторе РФ характеризуется высокой степенью неустойчивости действующих кредитных организаций. В связи с этим Банк России, выступая как мегарегулятор, активно проводит политику стабилизации банковского рынка, применяя различные финансовые и административные инструменты. Большинство коммерческих банков, представленных в секторе, уходят с рынка, признавая свою несостоятельность справиться с новыми требованиями и нормативами, предъявляемыми со стороны государства. Подтверждением сложившейся ситуации выступает приведенная в исследовании статистика за последние шесть лет. Законодательство недостаточно точно определяет понятие несостоятельности коммерческого банка, в связи с чем авторами была предложена более конкретизированная формулировка, в полной мере отражающая суть данного экономического явления. С целью избежать банкротства кредитная организация может прибегнуть к процедуре финансового оздоровления. Если эту процедуру применить своевременно и в полном объеме, то есть возможность избежать негативных последствий и возобновить банковскую деятельность на рынке. Для процедуры финансового оздоровления авторы предложили новую трактовку, чтобы осветить сущность механизма и особенности ее применения в сложившихся экономических условиях. Для раскрытия механизма финансового оздоровления приведены составляющие его меры, разбитые на группы, а также план реализации мероприятий с описанием формирующих его элементов. Реализация плана поэтапно позволит провести финансовое оздоровление кредитной организации, что будет рассматриваться как развитие объекта экономики.

Ключевые слова: несостоятельность, банкротство, план финансового оздоровления, финансовая устойчивость, банковский сектор, Банк России

Для цитирования: Осипова Д. С., Гавриленко И. В. Сущность механизма проведения финансового оздоровления кредитных организаций // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 121–129. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

Введение

Залогом процветания экономики государства является финансовая устойчивость как национальной банковской системы в целом, так и отдельно взятого коммерческого банка. Сегодня целый ряд кредитных организаций ощутил проблему своей несостоятельности в полной мере: некоторые банки были лишены лицензий на осуществление деятельности, другие находятся в состоянии банкротства. Данные обстоятельства поставили перед Центральным Банком РФ задачу стабилизировать банковскую систему государства путем своевременного использования досудебных мер по улучшению финансового состояния кредитных организаций, находящихся в затруднительном финансовом положении. Одной из таких мер согласно ст. 189.20 закона «О несостоятельности (банкротстве)»[1] является финансовое оздоровление кредитных организаций.

Актуальность темы подтверждается тем, что финансовое оздоровление коммерческих банков для восстановления их устойчивости представляет особую значимость не только для банковского сегмента, но и всей экономической системы страны, что подтверждается работами Д. С. Биджояна [1], Д. А. Малининой [2], С. И. Овсянникова [3], С. А. Пальниченко и А. Л. Байбараковой [4] и др. При всей важности тема финансового оздоровления кредитных организаций остается недостаточно изученной.

Институциональная характеристика банковского сектора

Банк России на протяжении последних лет проводит ликвидацию ненадежных банков из банковского сектора путем ужесточения обязательных нормативов к финансовому положению кредитных организаций, вследствие чего некоторые банки не справляются с предъявляемыми

[1] О несостоятельности (банкротстве). ФЗ от 26.10.2002 № 127-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/ (дата обращения: 04.02.2020).

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

экономическими требованиями, теряют конкурентоспособность и утрачивают свою финансовую устойчивость. Например, были ужесточены требования к надзору за соблюдением банками нормативов достаточности собственного капитала (Н1) с целью регулирования риска несостоятельности банков, чтобы минимальная величина собственных средств банка была достаточна для покрытия кредитного, операционного и рыночного рисков [5–7].

Также Банк России ужесточил требования к предоставлению отчетности кредитных организаций. В частности, с 2018 г. все банки перешли на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), что привело к реальному отражению качества активов банка. В результате таких изменений капитал всего сектора по итогам 2018 г. уменьшился на 0,9 трлн руб. (около 10 %). Введение в российскую практику системы показателей Базель III еще больше усилило требования для осуществления банковской деятельности. В результате многие финансово устойчивые кредитные организации перешли в категорию организаций с сомнительными активами, что в конечном счете привело к еще большему сокращению кредитных организаций [8].

Еще одним фактором, послужившим сокращению числа банков, являются структурные изменения в банковской системе – введение классификации банков, разделивших их на банки с базовой лицензией и банки с универсальной лицензией. Это в свою очередь изменило требование к капиталу банка, согласно которому минимальный размер собственных средств (капитала) составляет 1 млрд руб. для банков с универсальной лицензией и 300 млн руб. – для банков с базовой лицензией. В связи с данными изменениями в законодательстве малые банки не справлялись с требованиями по наращиванию капитала в короткий промежуток времени и были вынуждены уходить с рынка [9]. Происходящие изменения и нововведения напрямую отражаются на состоянии банковского сектора (табл. 1)[2].

В течение рассматриваемого периода структура сектора остается практически неизменной – более 90 % субъектов рынка представляют коммерческие банки. В целом количество функционирующих кредитных организаций за последние пять лет сократилось на 47 %.

Очевидно, что количество банков в разы превышает количество небанковских кредитных организаций в банковском секторе РФ. Однако в связи с тем, что Банк России в последнее время борется с ненадежными банками, их количество, конечно, существенно сокращается с каждым годом. Число банков за анализируемый период сократилось на 48,66 % (381 банк). Наибольшее сокращение кредитных организаций приходится на 2015 г. и 2016 г., когда число кредитных организаций сократилось более чем на 100 единиц. Это вызвано введением новых требований относительно величины минимального капитала Центральным Банком. Многие банки не смогли увеличить размер капитала до нужной величины, в связи с чем были вынуждены либо покинуть рынок, либо сменить свой статус на небанковскую кредитную организацию. Ситуация с небанковскими кредитными организациями выглядит иначе: в период 2014–2019 гг. с банковского рынка ушло 11 организаций, или 21,57 %.

На фоне вышеприведенных данных логично отметить, что за рассматриваемый период в два раза увеличилось число кредитных организаций, в отношении которых принято решение о банкротстве. Многие добровольно покинули рынок, не справившись с новыми требованиями мегарегулятора, о которых упоминалось выше, другие же были вынуждены это сделать в связи с новыми нормативами, установленными в банковском секторе. Поскольку рынок активно покидают слабые и ненадежные банки, оставшиеся кредитные организации, понимая, что, если они будут вести неосмотрительную политику, могут лишиться лицензий, улучшили свой риск-менеджмент[3].

Число кредитных организаций снижается не только из-за отзыва лицензий, но и в результате ликвидации банков по инициативе собственников, сделок по приобретению

Табл. 1. Институциональная характеристика банковского сектора РФ в 2014–2019 гг. (по состоянию на 1 января)
Tab. 1. Institutional characteristics of the banking sector of the Russian Federation 2014–2019 (as of January 1)

Категория организаций	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Действующие кредитные организации	834	733	623	561	484	442
• банки	783	681	575	517	440	402
• небанковские кредитные организации	51	52	48	44	44	40
Кредитные организации, в отношении которых принято решение о банкротстве	162	213	288	320	342	349

[2] Банк России. Режим доступа: https://cbr.ru/banking_sector/analytics/ (дата обращения: 09.02.2020).

[3] Выступление Председателя Банка России Эльвиры Набиуллиной на пленарном заседании Государственной Думы РФ: годовой отчет Банка России // Банк России. 09.06.2017. Режим доступа: http://www.cbr.ru/press/event/?id=1149#highlight=причиной%7Сотзыва%7Слицензий (дата обращения: 14.11.2019).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

и объединению банков. За последние 10 лет было ликвидировано 355 кредитных организаций, а еще 103 банка были реорганизованы и присоединены к другим кредитным организациям[4].

Сложившаяся на банковском рынке ситуация требует непременного вмешательства со стороны государства. Даже если кредитная организация выполняет все требования со стороны регулятора, все равно возникает риск неспособности выполнения своих обязательств. Такой риск может быть спровоцирован кризисными явлениями в экономике, геополитическими волнениями (примером чего могут выступать вводимые санкции или прекращение дипломатических связей с другими странами), усилением конкуренции со стороны вновь созданных банков или проведением агрессивной маркетинговой политики уже действующих кредитных организаций. Применение инструментов финансового оздоровления коммерческих банков является необходимостью в целях поддержания стабильности национальной банковской системы [10].

Несостоятельность и финансовое оздоровление кредитных организаций

Несостоятельность (банкротство) возникает в процессе непродуктивной деятельности или применения модели ведения бизнеса, чувствительной к внешним кризисным событиям. Мотивацией для обстоятельного подхода к анализу деятельности и деловой репутации банка для его потенциальных клиентов становится высокая вероятность потери собственных средств, что способствует образованию дисциплинирующего эффекта для менеджеров и собственников банка [11].

Можно выделить следующие признаки несостоятельности кредитной организации [12]:

1) недостаточность имущества, объясняющаяся нехваткой стоимости имущества для покрытия обязательств;

2) неплатежеспособность, которую можно трактовать как отсутствие способности к удовлетворению требований и исполнению своих обязательств.

Согласно ст. 189.8 закона «О несостоятельности (банкротстве)», кредитная организация признается несостоятельной в том случае, когда считается неспособной удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам о выплате выходных пособий и (или) об оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, если соответствующие обязанности не исполнены ею в течение четырнадцати дней после наступления даты их исполнения, и (или) стоимость имущества (активов) кредитной организации недостаточна для исполнения ее обязательств перед кредиторами и (или) обязанности по уплате обязательных платежей[5].

Законодательство толкует несостоятельность (банкротство) как экономическое состояние, которое признано судом, но не стоит рассматривать несостоятельность исключительно в данном ключе. В соответствии со ст. 8 упомянутого закона должник может самостоятельно подать в суд заявление, если обстоятельства свидетельствуют о возможной ситуации его банкротства (т. е. при осознании невозможности исполнить взятые на себя обязательства). Также в данном определении говорится, что несостоятельность – это ситуация, когда должник не способен в полном объеме удовлетворить требования кредитора. Однако если у должника есть возможность ответить по обязательствам, но не в полном объеме и не в один момент времени, это уже свидетельствует о его финансовых трудностях, которые впоследствии приведут к финансовой несостоятельности[6].

Изучение сущности несостоятельности кредитной организации легло в основу работ многих современных экономистов [12–14]. По мнению И. А. Вафина и Д. Ф Закировой, несостоятельность кредитной организации – это качественная характеристика неэффективности банка, внешней стороной которой выступает неплатежеспособность в виде неспособности должника выполнить свои обязательства и удовлетворить требования кредиторов на какую-то определенную дату [15]. И. В. Шорохова отмечает, что несостоятельность – это факт потери кредитной организацией платежеспособности, который характеризует крайнюю фазу ее финансового неблагополучия [16].

Резюмируя, конкретизируем формулировку исследуемого понятия. Несостоятельность (банкротство) коммерческого банка – качественная характеристика финансового состояния банка, при котором он не имеет возможности удовлетворять требования по денежным обязательствам перед кредиторами, вкладчиками, сотрудниками и государственными органами ввиду превышения этих требований и обязательств над его имущественными правами в законодательно установленные сроки. В представленной трактовке можно увидеть лаконичное описание всех участников процедуры и ее экономическую составляющую, что не противоречит ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)».

Предупреждение несостоятельности (банкротства) кредитных организаций является важной составляющей для поддержания стабильного функционирования банковского сектора в экономике государства, которое, согласно закону[7], осуществляется с помощью таких мер,

[4] Банковский сектор в 2018 году: ставка на крупных // Эксперт РА. 30.01.2019. Режим доступа: https://raexpert.ru/researches/banks/bank_sector_2018 (дата обращения: 08.10.2019).

[5] О несостоятельности (банкротстве)...

[6] Там же.

[7] Там же. Ст. 189.9.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

как финансовое оздоровление, назначение временной администрации, реорганизация кредитной организации, меры по предупреждению банкротства с участием Банка России или Агентства по страхованию вкладов[8]. Указанные меры способствуют уменьшению числа банкротств банковских кредитных организаций, у которых возникли финансовые трудности. Их применение заключается в ограничении власти органов управления кредитной организации в отношении ее имущества [17].

Решение о применении мер по финансовому оздоровлению кредитной организации может быть принято либо советом директоров кредитной организации (в лице исполнительного органа), либо по решению Банка России. Если же Банк России принял решение о начале процедуры, то к кредитной организации применяются ограничения, например, распределение прибыли между учредителями, выплата дивидендов и пр. [18].

Среди мер по предупреждению несостоятельности (банкротства) самой популярной и востребованной является мера по финансовому оздоровлению, поскольку в этом случае банковская кредитная организация получает прямую поддержку государства.

Впервые участие государства в финансовом оздоровлении проблемных банков зафиксировано в конце 1990-х гг., в момент создания Агентства по реструктуризации кредитных организации (АРКО). Со временем ситуация в стране стала улучшаться, поэтому в 2004 г. было принято решение о ликвидации АРКО [19].

С началом международного финансового кризиса в период 2007–2008 гг. проблема финансового оздоровления вновь стала актуальной. Поэтому в 2008 г. для укрепления и поддержания стабильности банковского сегмента функции по финансовому оздоровлению были возложены на Агентство по страхованию вкладов [20].

На практике меры финансового оздоровления в отношении банковских конгломератов с целью одновременной санации группы связанных банков, находящихся в собственности одного и того же акционера, стали применяться с 2014 г. [21].

Несмотря на длительную практику применения финансового оздоровления, однозначного трактования или закрепленного законодательством термина в его отношении не существует. Только в законе «О несостоятельности (банкротстве)» отмечено, что финансовое оздоровление предполагает осуществление во внесудебном порядке мер, предусмотренных ст. 189.14 ФЗ, например, изменение структуры активов и структуры пассивов, оказание финансовой помощи кредитной организации, изменение организационной структуры и т. д.[9]

Различные авторы предлагают свои трактовки термина *финансовое оздоровление*, но все они довольно однотипные, раскрывают понятие только с одной стороны (табл. 2).

Нами под финансовым оздоровлением кредитной организации понимается план действий, который во внесудебном порядке осуществляется по отношению к банку-должнику согласно специально разработанному графику погашения задолженности с целью возобновления

Табл. 2. Сравнительный анализ подходов к определению термина финансовое оздоровление
Tab. 2. Comparative analysis of approaches to the definition of the term "financial recovery"

Автор	Определение	Комментарий
Глечиков С. А. [22]	комплекс мер, предназначенных для восстановления долгосрочной финансовой устойчивости кредитной организации, что подразумевает восстановление банковских нормативов и стабильное получение положительной чистой прибыли	отражена сущность финансового оздоровления, но не указаны конкретные мероприятия и сроки их осуществления
Романова А. В., Марушкина Н. Е. [23]	программа по реализации мероприятий, целью которых является восстановление платежеспособности и финансовой устойчивости кредитной организации	не указаны срок процедуры и необходимость ее осуществления в определенном графике
Фролов И. В. [24]	одна из процедур, применяемая к должнику в целях восстановления его платежеспособности и погашения задолженности в соответствии с графиком	лаконичная формулировка термина, отражающая сущность данного процесса
Мушба Б. В. [25]	комплекс мер, направленных на восстановление собственного капитала банка до величины, при которой будут выполняться обязательные экономические нормативы для его устойчивой работы	нет временного периода проведения процедуры, графика, в рамках которого она должна осуществляться

[8] Там же.

[9] Там же.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

его прибыльной деятельности. Приведенное определение подчеркивает суть данной операции: одновременное «торможение» финансового кризиса должника и возможность предоставить гарантии кредиторам для выполнения их требований в будущем. Предлагаемая трактовка в полной мере раскрывает сущность финансового оздоровления, ограничивая процедуру заранее оговоренным графиком и сроком.

Финансовое оздоровление – процедура, осуществляемая, чтобы предупредить банкротство, применяемая к должнику для восстановления его состоятельности и выплаты задолженности в соответствии с утвержденным графиком погашения задолженности. При этом в графике учитываются погашения всех требований кредиторов, включенные в реестр не позднее, чем за месяц до даты окончания срока финансового оздоровления, при соблюдении условия, что погашение требований кредиторов первой и второй очереди должно производиться не позднее, чем через шесть месяцев с даты введения финансового оздоровления [26].

Данная процедура внедряется на срок не более двух лет. Принцип работы финансового оздоровления состоит в осуществлении комплекса мероприятий, которые направлены на восстановление ликвидности и прибыльной деятельности кредитной организации [27]. Цель – восстановление собственного капитала и приведение кредитной организации в нормальное устойчивое состояние [28]. Главной задачей, реализуемой в рамках процедуры финансового оздоровления кредитной организации, является ограждение физических и юридических лиц от вероятных последствий неэффективной работы коммерческих банков [29].

Согласно закону «О несостоятельности (банкротстве)»[10], процесс финансового оздоровления кредитной организации включает в себя определенные меры, условно разделим их на две группы:

1) финансово-экономические (оказание финансовой помощи кредитной организации, изменение структуры активов и пассивов, приведение в соответствие размера уставного капитала и величины собственных средств кредитной организации);

2) организационно-управленческие (изменение организационной структуры кредитной организации).

Правовой регламент процедуры финансового оздоровления кредитной организации установлен гл. IX параграфом 4.1 ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)».

В случае, когда кредитная организация сама принимает решение, ее единоличный исполнительный орган при возникновении основания для осуществления мер по финансовому оздоровлению в течение десяти дней обязан обратиться в совет директоров (наблюдательный совет) кредитной организации с ходатайством об осуществлении данных мер, содержащим рекомендации о формах, характере и сроках их осуществления. Совет директоров должен принять решение в отношении направленного ходатайства в течение десяти дней с момента его направления и проинформировать о принятом решении Банк России[11].

В случае, когда Банк России принимает такое решение, он направляет требование в кредитную организацию об осуществлении мер финансового оздоровления, которое содержит причины, послужившие основанием для его направления, а также рекомендации о формах и сроках осуществления данных мер. После получения требования руководитель кредитной организации в течение пяти дней обязан обратиться в совет директоров с ходатайством об осуществлении данных мер. Далее кредитная организация направляет отчетность в Банк России, по результатам которой, если выявлено, что величина собственных средств (капитала) кредитной организации оказалась меньше размера ее уставного капитала, Банк России обязан направить в такую кредитную организацию требование о приведении в соответствие размера уставного капитала[12].

План мер по финансовому оздоровлению кредитных организаций

В ходе процедуры финансового оздоровления по требованию Банка России может быть составлен план по финансовому оздоровлению. Он представляет собой документ, содержащий в себе наиболее подробное и точное описание приемов и методов, которые поспособствуют улучшению финансового состояния кредитной организации, а также прогнозные показатели их ожидаемой эффективности.

План финансового оздоровления дает возможность видеть не только картину текущего финансового положения должника, но и картину будущего состояния, позволяет контролировать процесс применения разработанных мер и при необходимости корректировать их. Помимо всего прочего план должен быть направлен на устранение причин ухудшения финансового состояния кредитной организации [30].

План финансового оздоровления – это инструмент планирования финансово-экономических мероприятий по реформированию несостоятельной кредитной организации с учетом потребностей рынка, основная цель которых – восстановление платежеспособности [31].

В ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» содержатся элементы, которые в обязательном порядке должны отражаться в плане мер по финансовому оздоровлению кредитной организации[13]. Указанные элементы авторы разделили на предварительные, текущие и перспективные (табл. 3).

[10] Там же. Ст. 189.14.

[11] Там же. Ст. 189.19.

[12] Там же. Ст. 189.20.

[13] Там же. Ст. 189.21.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

Табл. 3. Элементы плана по финансовому оздоровлению
Tab. 3. Elements of a financial recovery roadmap

Предварительные	Текущие	Перспективные
• оценка финансового состояния кредитной организации; • указание на формы и размеры участия учредителей (участников) кредитной организации и иных лиц в ее финансовом оздоровлении	• меры по сокращению расходов на содержание кредитной организации; • меры по получению дополнительных доходов; • меры по возврату просроченной дебиторской задолженности; • меры по изменению организационной структуры кредитной организации	• срок восстановления уровня достаточности собственных средств и текущей ликвидности кредитной организации

Форма плана мер по финансовому оздоровлению кредитной организации устанавливается нормативным актом Банка России. Порядок и сроки представления плана мер по финансовому оздоровлению, а также порядок и сроки осуществления контроля над выполнением плана финансового оздоровления устанавливаются Банком России [32].

При составлении плана мер по финансовому оздоровлению кредитная организация должна учитывать некоторые требования, которые прописаны в Инструкции «О порядке регулирования отношений, связанных с осуществлением мер по предупреждению несостоятельности (банкротства) кредитных организаций». В соответствии с данной Инструкцией план мер по финансовому оздоровлению состоит из трех частей[14].

Первая часть: причины возникновения оснований для осуществления мер по финансовому оздоровлению, финансовое состояние кредитной организации.

Вторая часть: сведения о предполагаемом результате выполнения мер по финансовому оздоровлению (значения обязательных нормативов, динамика изменения величины капитала).

Третья часть: приложения к плану (сведения о мерах по финансовому оздоровлению, график с указанием конкретных сроков и сумм погашения).

Таким образом, чтобы приступить к проведению процедуры финансового оздоровления, для начала следует оценить финансовое состояние кредитной организации: провести оценку платежеспособности, ликвидности, анализ финансовой устойчивости [23]. Итогом проведения представленного плана мер является либо полное финансовое оздоровление банка, т. е. приведение его в положение, при котором коммерческий банк сумеет продолжить свою деятельность уверенно и устойчиво, либо начало процедуры банкротства.

Заключение

Результат исследования сущности механизма финансового оздоровления кредитных организаций – определение понятия процедуры финансового оздоровления, описание применяемых при этом сгруппированных мер и элементов плана. Эта мера может использоваться в качестве действенного инструмента в целях поддержания финансовой устойчивости как конкретного коммерческого банка, так и банковского сектора в целом. Стоит отметить, что Банк России сумел найти альтернативу отзыву лицензии, что позволяет в дальнейшем изменить финансовое положение банковских кредитных организаций, вернуть доверие вкладчиков и кредиторов, решить проблемы с платежеспособностью. Таким образом, банки получают возможность в дальнейшем восстановить ликвидность и свою деловую репутацию.

Литература

1. Биджоян Д. С. Модель оценки вероятности отзыва лицензии у российского банка // Финансы: теория и практика. 2018. Т. 22. № 2. С. 26–37. DOI: 10.26794/2587-5671-2018-22-2-26-37
2. Малинина Д. А. Механизм финансового оздоровления коммерческого банка на примере ОАО КБ «Солидарность» // Стратегия бизнеса. 2014. № 2. С. 78–81.
3. Овсянников С. И. Риски ликвидности коммерческого банка: особенности оценки в новых экономических условиях // Символ науки. 2015. № 7-1. С. 99–104.
4. Пальниченко С. А., Байбаракова А. Л. Санирование банков как мера укрепления устойчивости банковской системы РФ // Economics. 2017. № 1. С. 72–75.

[14] О порядке регулирования отношений, связанных с осуществлением мер по предупреждению несостоятельности (банкротства) кредитных организаций. Инструкция Банка России от 11.11.2005 № 126-И (ред. от 12.07.2017). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_57038/ (дата обращения: 28.11.2019).

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

5. Гулиев Ш. Р. Оценка состояния банковского сектора и кредитования МСБ // European science. 2018. № 10. С. 30–32.
6. Каплунов А. А., Коваженков М. А., Рябикова Т. А. Состояние банковской системы в России в настоящий момент и перспективы ее развития // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. № 8. С. 143–148.
7. Шелкунова Т. Г., Таболов Г. А. Организация системы риск-менеджмента в коммерческом банке // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 4. С. 271–276.
8. Федотов Д. А., Стародубова Н. Н. Проблемы функционирования института банкротства кредитных организаций в России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 6-2. С. 142–145. DOI: 10.24411/2411-0450-2019-10880
9. Софронова В. В. Регулирование банковского сектора России. Новые тенденции // Финансы и кредит. 2018. Т. 24. № 2. С. 335–350. DOI: 10.24891/fc.24.2.335
10. Белозор М. И. Деятельность Банка России по финансовому оздоровлению коммерческих банков // Современное состояние и перспективы развития национальной финансово-кредитной системы: сб. мат-лов II Междунар. науч. конф. студентов специалитета, бакалавриата и магистратуры (Воронеж, 30 ноября 2017 г.) / под ред. С. П. Федосовой. Воронеж, 2018. С. 22–25.
11. Barth J. R., Caprio, C. Jr., Levine R. Bank regulation and supervision: what works best // Journal of Financial Intermediation. 2004. Vol. 13. Iss. 2. P. 205–248. DOI: 10.1016/j.jfi.2003.06.002
12. Шишмарева Т. П. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» и практика его применения. М.: Статут, 2015. 415 с.
13. Казимагомедов А. А. Банковское дело: организация деятельности Центрального Банка и коммерческого банка, небанковских организаций. М.: ИНФРА-М, 2017. 500 с.
14. Сергеев О. В. Банкротство кредитных организаций: сущность, причины, факторы // European scientific conference: сб. ст. XI Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 7 сентября 2018 г.) Пенза, 2018. С. 112–115.
15. Вафин И. А., Закирова Д. Ф. Исследование соотношения понятий «несостоятельность», «банкротство» и «неплатежеспособность» кредитных организаций // Современные научные исследования и разработки. 2018. № 3. С. 174–177.
16. Шорохова И. В. Банкротство кредитных организаций: сущность, причины, факторы // Молодой ученый. 2016. № 1. С. 532–536.
17. Гордина К. К. Сравнительно-правовой анализ мер по предупреждению банкротства банковских кредитных организаций // Право. Общество. Государство / отв. ред. Д. В. Рыбин, Е. В. Трофимов. СПб.: Санкт-Петербургский институт (филиал) ВГУЮ (РПА Минюста России), 2017. С. 39–42.
18. Одинцов С. В. Процедура финансового оздоровления – основные положения банковского права Великобритании и Российской Федерации // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2014. № 10. С. 80–87.
19. Гиблова Н. М. Влияние денежно-кредитной политики на экономический рост в условиях нестабильности // Банковское дело. 2015. № 2. С. 14–20.
20. Господарчук Г. Г., Аникин А. В. Оценка уровня стабильности российской банковской системы // Деньги и кредит. 2014. № 5. С. 24–30.
21. Леонов М. В. Особенности формирования и деятельности банковских конгломератов в России // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3, Экономика. Экология. 2014. № 2. С. 62–69. DOI: 10.15688/jvolsu3.2014.2.7
22. Глечиков С. А. Финансовое оздоровление кредитных организаций за счет средств Фонда консолидации банковского сектора: промежуточные итоги // Вестник науки. 2020. Т. 2. № 1. С. 120–125.
23. Романова А. В., Марушкина Н. Е. Финансовое оздоровление как конструктивный этап банкротства // Симбирский научный вестник. 2017. № 2. С. 82–87.
24. Фролов И. В. Управление процедурами банкротства: теория и юридическая практика. Новосибирск: Альфа-Порте, 2013. 584 с.
25. Мушба Б. В. Финансовое оздоровление банков в России // Вектор экономики. 2019. № 3. С. 64–71.
26. Глухова О. Ю., Шевяков А. Ю. Конкурсное производство в процедуре несостоятельности (банкротства) // Социально-экономические явления и процессы. 2017. Т. 12. № 2. С. 184–189.
27. Кабанова Ю. В., Лябушева А. А., Тарадаева А. В. Финансовое оздоровление кредитных организаций // Системное управление. 2013. № 3. С. 12–20.
28. Тарасенко О. А. Банкротство кредитных организаций: особенности и проблемы правового регулирования // Актуальные проблемы российского права. 2016. № 8. С. 84–95. DOI: 10.17803/1994-1471.2016.69.8.084-095

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

29. Артеменко Д. А., Шишков С. А. Анализ эффективности мер по предупреждению несостоятельности (банкротства) кредитных организаций // Научный вестник Южного института менеджмента. 2017. № 4. С. 34–39. DOI: 10.31775/2305-3100-2017-4-34-39
30. Кошелева Т. Н. Антикризисное управление кредитными организациями. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2014. 164 с.
31. Леонов М. В., Заернюк В. М. Финансовое оздоровление как инструмент регулирования банковской деятельности // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2015. Т. 11. № 27. С. 2–11.
32. Воронкова Т. Н., Чернышева Е. Н. Финансовое оздоровление как основная мера по предупреждению несостоятельности (банкротства) коммерческого банка // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2012. № 5. С. 43–45.

original article

The Essence and Mechanism of Financial Recovery of Lending Institutions

Daria S. Osipova [a, @]; Irina V. Gavrilenko [a, ID]
[a] Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
[@] darya.3546@mail.ru
[ID] http://orcid.org/0000-0002-6530-473X

Received 13.01.2020. Accepted 19.02.2020.

Abstract: The current situation in the banking sector of the Russian Federation reveals a high degree of instability of lending institutions. In this regard, the Bank of Russia acts as a mega-regulator: its policy is to stabilize the banking market by using various financial and administrative instruments. Most commercial banks are not able to cope with the new requirements and regulations imposed by the state. As a result, they leave the market and recognize their insolvency. The present article introduces some statistics that characterizes the state of the banking sector over the past six years and confirms the situation described above. The existing banking legislation proved unable to determine the concept of insolvency of a commercial bank. The authors proposed a more specific definition of this concept, which fully reflects the essence of this economic phenomenon. In order to avoid bankruptcy, a credit institution may resort to a financial recovery procedure. A prompt and complete procedure gives an opportunity to avoid negative consequences and resume banking activities. The authors introduced a new interpretation of the financial recovery procedure in order to highlight the essence and specific features of the mechanism in the current economic conditions. The article presents a classification and a detailed roadmap of financial recovery measures. The roadmap provides a gradual financial recovery of the lending institution, which can be interpreted as the development of an economy.

Keywords: insolvency, bankruptcy, financial recovery plan, financial recovery plan, banking sector, Bank of Russia

For citation: Osipova D. S., Gavrilenko I. V. The Essence and Mechanism of Financial Recovery of Lending Institutions. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 121–129. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

References

1. Bidzhoyan D. S. Model for assessing the probability of revocation of a license from the Russian bank. *Finance: theory and practice*, 2018, 22(2): 26–37. (In Russ.) DOI: 10.26794/2587-5671-2018-22-2-26-37
2. Malinina D. A. Mechanism of financial rehabilitation of a commercial bank by the example of KB "Solidarity". *Strategii biznesa*, 2014, (2): 78–81. (In Russ.)
3. Ovsiannikov S. I. Liquidity risks of a commercial bank: assessment features in the new economic conditions. *Simvol nauki,* 2015, (7-1): 99–104. (In Russ.)
4. Palnichenko S. A., Bajbarakova A. L. Redeveloped banks as building measure stable banking system of the Russian Federation. *Economics*, 2017, (1): 72–75. (In Russ.)
5. Guliev Sh. R. Assessment of the banking sector and lending to SMES. *European science*, 2018, (10): 30–32. (In Russ.)
6. Kaplunov A. A., Kovazhenkov M. A., Ryabikova T. A. The state of the banking system in Russia at the present moment and prospects of its development. *Innovatsionnaia ekonomika: perspektivy razvitiia i sovershenstvovaniia*, 2018, (8): 143–148. (In Russ.)

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-121-129

7. Shelkunova T. G., Tabolov G. A. The organization of system of risk management in commercial bank. *Ekonomika i biznes: teoriia i praktika*, 2018, (4): 271–276. (In Russ.)
8. Fedotov D. A., Starodubova N. N. Functional problems of the bankruptcy institution of credit companies in Russia. *Ekonomika i biznes: teoriia i praktika*, 2019, (6-2): 142–145. (In Russ.) DOI: 10.24411/2411-0450-2019-10880
9. Sofronova V. V. Regulation of the Russian banking sector. New trends. *Finance and Credit,* 2018, 24(2): 335–350. (In Russ.) DOI: 10.24891/fc.24.2.335
10. Belozor M. I. The activities of the Bank of Russia in the financial rehabilitation of commercial banks. *Current status and development prospects of the national financial and credit system*: Proc. II Intern. Sci. Conf. undergraduate and postgraduate students, Voronezh, November 30, 2017, ed. Fedosova S. P. Voronezh, 2018, 22–25. (In Russ.)
11. Barth J. R., Caprio, C. Jr., Levine R. Bank regulation and supervision: what works best. *Journal of Financial Intermediation*, 2004, 13(2): 205–248. DOI: 10.1016/j.jfi.2003.06.002
12. Shishmareva T. P. *Federal law "On Insolvency (Bankruptcy)" and the practice of its application*. Moscow: Statut, 2015, 415. (In Russ.)
13. Kazimagomedov A. A. *Banking: organization of the activities of the Central Bank and a commercial bank, non-banking organizations.* Moscow: INFRA-M, 2017, 500. (In Russ.)
14. Sergeev O. V. The bankruptcy of credit institutions: the nature, causes, factors. *European scientific conference*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Penza, September 7, 2018. Penza, 2018, 112–115. (In Russ.)
15. Vafin I. A., Zakirova D. F. Research of concepts "insolvency" and "bankruptcy" of credit institutions' correlation. *Sovremennye nauchnye issledovaniia i razrabotki*, 2018, (3): 174–177. (In Russ.)
16. Shorokhova I. V. Bankruptcy of credit organizations: essence, reasons, factors. *Molodoi uchenyi*, 2016, (1): 532–536. (In Russ.)
17. Gordina X. K. The comparative-lawful analysis of measures for warning of bankruptcy of the bank credit organizations. *Law. Society. State*, eds. Rybin D. V., Trofimov E. V. St. Petersburg: Sankt-Peterburgskii institut (filial) VGUIu (RPA Miniusta Rossii), 2017, 39–42. (In Russ.)
18. Odintsov S. V. Procedure of financial improvement – basic provisions of the banking legislation of Great Britain and the Russian Federation. *Imushchestvennye otnosheniia v Rossiiskoi Federatsii*, 2014, 10: 80–87. (In Russ.)
19. Giblova N. M. The influence of monetary policy on economic growth in conditions of instability. *Bankovskoe delo*, 2015, (2): 14–20. (In Russ.)
20. Gospodarchuk G. G., Anikin A. V. Assessing the stability of the Russian banking system. *Dengi i kredit*, 2014, (5): 24–30. (In Russ.)
21. Leonov M. V. Emergence and activity of banking conglomerates in Russia. *Vestnik VolGU. Seriya 3. Ekonomika. Ekologiya*, 2014, (2): 62–69. (In Russ.) DOI: 10.15688/jvolsu3.2014.2.7
22. Glechikov S. A. Financial recovery of credit organizations at the expense of the Fund for the Consolidation of the banking sector: interim results. *Vestnik nauki*, 2020, 2(1): 120–125. (In Russ.)
23. Romanova A. V., Marushkina N. E. Financial restructuring as a constructive stage of bankruptcy. *Simbirskiy nauchnyj vestnik*, 2017, (2): 82–87. (In Russ.)
24. Frolov I. V. *Management of bankruptcy procedures: theory and legal practice*. Novosibirsk: Alfa-Porte, 2013, 584. (In Russ.)
25. Mushba B. V. Financial health of banks in Russia. *Vektor ekonomiki*, 2019, (3): 64–71. (In Russ.)
26. Glukhova O. Yu., Shevyakov A. Yu. Bankruptcy proceedings in the procedure of insolvency (bankruptcy). *Social-economic phenomena and processes,* 2017, 12(2): 184–189. (In Russ.)
27. Kabanova Yu. V., Lyabusheva A. A., Taradaeva A. V. Financial recovery of credit organizations. *Sistemnoe upravlenie*, 2013, (3): 12–20. (In Russ.)
28. Tarasenko O. A. Bankruptcy of credit organizations: peculiarities and problems of legal regulation. *Aktual'nye problemy rossijskogo prava*, 2016, (8): 84–95. (In Russ.) DOI: 10.17803/1994-1471.2016.69.8.084-095
29. Artemenko D. A., Shishkov S. A. Analysis of effectiveness of measures for preventing insolvency (bankruptcy) of credit organizations. *Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management*, 2017, (4): 34–39. (In Russ.) DOI: 10.31775/2305-3100-2017-4-34-39
30. Kosheleva T. N. *Crisis management of lending institutions*. St. Petersburg: Izd-vo Sankt-Peterburgskogo universiteta upravleniia i ekonomiki, 2014, 164. (In Russ.)
31. Leonov M. V., Zaernyuk V. M. Financial resolution as an instrument to regulate banking activities. *National Interests: Priorities and Security*, 2015, 11(27): 2–11. (In Russ.)
32. Voronkova T. N., Chernysheva E. N. Financial rehabilitation as the basic measure of prevention of commercial banks insolvency (bankruptcy). Ekonomika, statistika i informatika. *Vestnik UMO*, 2012, (5): 43–45. (In Russ.)

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

оригинальная статья
УДК 338.48

Опыт классификации объектов экотуризма и перспективы его развития в Азербайджане

Гусейн А. Халилов [a, @]
[a] Институт географии им. акад. Г. А. Алиева Национальной Академии Наук Азербайджана, Азербайджан, г. Баку
[@] huseynkhalilov@yahoo.com

Поступила в редакцию 04.12.2019. Принята к печати 04.03.2020.

Аннотация: Исходя из престижности экотуризма в системе общетуристической индустрии и большого значения в экономике, предметом исследования является классификация его объектов. Следовательно, основная цель – разработка концептуальных положений данного аспекта, классификация и упорядочение типологогенетической принадлежности и иерархического положения, а также критериев обособления природных и антропогенных памятников в общей схеме предложенной систематики. При этом, согласно принятой в работе методологии, теоретическую основу составляет парадигма о тесной связи, или же предопределенности, развития экотуризма фактором наличия памятников материального и духовного наследия, а методическую основу – методы камеральных и полевых исследований и анализ результатов литературных и натурных данных. Под объектами экотуризма в работе подразумеваются памятники природы и культуры в отдельности и в их сочетании, которые, представляя собой информационные носители, играют важную роль в реконструкции и прослеживании условий возникновения и истории эволюции природы и человеческих цивилизаций. Следовательно, они как уникальные и весьма интересные, великолепно-построенные и эстетически привлекательные достопримечательности природы и образцы культурного наследия являются важнейшими стимулирующими факторами расширения экотуризма. В свете данной парадигмы прогресс этой современной, весьма респектабельной и перспективной, экономически рентабельной, а в отношении рационального использования естественных ресурсов и осознанной охраны окружающей среды, более целесообразной отрасли туристической индустрии тесно связан с целенаправленным и углубленным изучением ее объектов, где важная роль принадлежит разработке и усовершенствованию их классификации. Благодаря значительной сложности и многообразию физико-географических условий, богатству природных ресурсов и культурного наследия, Азербайджан характеризуется наличием почти всех известных на планете природных и антропогенных памятников. Все это в совокупности свидетельствует об огромном потенциале экотуризма в стране, исходя из чего в работе обосновываются перспективы развития здесь данной области общетуристической индустрии.

Ключевые слова: памятник, природный памятник, антропогенный памятник, хорологический памятник, археологический памятник, архитектурный памятник

Для цитирования: Халилов Г. А. Опыт классификации объектов экотуризма и перспективы его развития в Азербайджане // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1. С. 130–138. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

Введение

Учитывая перспективность и значение экотуризма в развитии рекреационно-туристической индустрии, предметом данной работы является классификация его объектов. Поскольку под понятием последних подразумеваются природные, антропогенные и природно-антропогенные памятники, то рациональное использование их в этих целях тесно связано с целенаправленным и углубленным изучением этих памятников, в котором важная роль принадлежит разработке и усовершенствованию их классификации. Согласно логической сути понятия, классификация – это, по Н. Ф. Реймерсу, «разделение совокупности субъектов, индивидов, предметов и процессов на группы по любому сходному признаку или нескольким признакам» [1, с. 230]. Следовательно, она является необходимым подспорьем для конкретизации объекта изучения, обобщения результатов исследования и тем самым разработки путей развития науки в будущем. В связи с изложенным нами сделана попытка создать более универсальную классификацию объектов экотуризма. Между тем следует отметить, что термин *экотуризм*, отражающий название нового направления туристической индустрии, был официально предложен на одной из международных конференций мексиканским экологом Гектором Себальосом-Ласкурайном в 1983 г. в качестве концепции о гармонии между рекреацией и экологией [2], став преобладающим направлением в общетуристической индустрии, о значении которого свидетельствует и тот факт, что 2002 г. был объявлен ООН международным годом экотуризма.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

Учитывая отсутствие общепринятой трактовки термина *экотуризм*, в настоящей работе мы придерживались в основном дефиниций Международного союза охраны природы о том, что экотуризм – путешествие с целью изучения и наслаждения природными и культурными достопримечательностями, и Всемирного фонда дикой природы, согласно которому экотуризм – это туризм, включающий путешествия с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, а также исследований А. В. Дроздова [3], И. Н. Панова [4], Т. К. Сергеевой [5]. Наряду с природными памятниками, представляющими в сущности основные объекты данного природно-экологически ориентированного туризма, нами в систему его объектов включаются и неотделимые от природного окружения образцы культурного наследия, т. е. объекты природно-антропогенного и антропогенного происхождения.

Следует отметить, что возникший, в частности, под влиянием движения Зеленых и развития экологического мировоззрения современности экотуризм, помимо обладания достаточными навыками наблюдательности и внимательности туристов и путешественников, требует от них и определенных знаний в областях природоведческих и исторических наук.

Эта просветительская – познавательная и научно-прикладная – функция данной весьма привлекательной отрасли туристической индустрии предполагает изучение генезиса и закономерностей возникновения природных и антропогенных памятников как объектов экотуризма и как достоверных носителей информации об эволюции природной среды и об этнокультурных и созидательно-творческих наследиях человечества. Этим и порождается чувство ответственности и целесообразности бережного отношения к памятникам, предопределяющее важность формирования экологической культуры. Помимо того, систематизация и упорядочение объектов экотуризма, как и отмечается в специальных коллективных трудах [6] и в работах ряда исследователей, таких как Н. С. Мироненко, Н. Т. Твердохлебов [7], В. С. Тодоровских, И. О. Боговая [8], Д. А. Рубан [9] и др., позволят целенаправленно углубленному изучению этих объектов наметить рациональные пути развития данной отрасли туризма и осознанной охраны национальных богатств.

Объекты экотуризма и их классификация

Согласно вышеприведенным дефинициям, а также общему мнению и концепции Всемирного наследия ЮНЕСКО, объекты экотуризма характеризуются значительным разнообразием и многочисленностью принадлежащих к ним памятников. Это биотические (живые), абиотические (неживые), разнородно-сложные (гетерогенные), простые (гомогенные), разновременные (гетерохронные), эндогенные, экзогенные, космогенные, индивидуальные – по качественным, и комплексные – по количественным характеристикам и другие природные, антропогенные, природно-антропогенные памятники. При этом, учитывая обилие подобных и других различного содержания эпитетов памятников, в случае их систематизации мы придерживались положения о значительной сложности или же почти невозможности отображения на единой схеме классификации всех их признаков и атрибутов. Об этом, в частности, свидетельствуют подтверждения Д. А. Рубана [9] и других исследователей о том, что памятники могут классифицироваться по различным характеристикам, т. е. по происхождению, проявлению в пространстве, степени сохранности (по-видимому, и по их целенаправленному использованию, охране, научной специализации, образу существования, таксономическим категориям и по другим критериям и параметрам).

Исходя из сложности проблемы мы в настоящей работе сочли целесообразным придерживаться, на наш взгляд, наиболее упрощенного в данном случае варианта классификации памятников экотуризма. Так, в общей схеме классификации они нами систематизируются по основным, функционально-генетическим характеристикам, или же по наиболее универсальным их параметрам – генезис, таксономическая категория и статус.

Таким образом, на предложенной схеме классификации объектов экотуризма они по генезису подразделяются на природные (естественные), антропогенные (искусственные) или культурные, и природно-антропогенные (естественно-искусственные); по таксономическим категориям – на типы, классы, роды (характерный для биотических классификационных таксономических единиц род здесь в отношении абиотических памятников экотуризма принят согласно подразделению облаков на соответствующий таксономический ранг в международных классификациях) и виды; а по статусу, т. е. по уровню значимости и занимаемом месте в системе всемирного наследия, – на глобальные, национальные, региональные и локальные ранги. При этом объекты экотуризма подразделяются на следующие генетические комплексы памятников: природный – на геологический, геоморфологический, географический и биологический; антропогенный – на изобразительный, неизобразительный, музейный и археологический; природно-антропогенный – на ландшафтно-архитектурный и горно-технический типы, которые соответствуют самой высокой категории таксономического ранжирования предлагаемой схемы классификации.

В этой системе к геологическому типу памятников относятся тектонический (структурный), магматический (мантийный), минерагенический, петрологический, литологический, палеонтологический, стратиграфический, гидрогеологический, а также условно космогенный; геоморфологическому типу – морфоструктурный и морфоскульптурный; географическому типу – гидрологический и хорологический (от греч. *choros* место, пространство); биологическому типу – ботанический

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

и зоологический; изобразительному типу – живописный и скульптурный; неизобразительному типу – декоративный и архитектурный; музейному типу – профильный, мемориальный и комплексный; археологическому типу – раскопанный и наскальный; ландшафтно-архитектурному типу – конструктивный, рекреационный и агрокультурный; горно-техническому типу – поисково-разведочный и эксплуатационный классы, которые в свою очередь подразделяются на соответствующие роды, а последние – на виды. Памятники, относимые к определяемому в качестве самой низкой таксономической категорией – виду, составляют основу классификационных единиц, которые по статусу подразделяются на глобальные, региональные, национальные и локальные ранги. При этом глобальным статусом обладают в основном памятники, включенные в список Всемирного наследия ЮНЕСКО и МСОП и имеющие планетарное значение, региональным статусом обладают памятники, представляющие интерес в пространстве материковых физико-географических стран, национальный статус имеют памятники, включенные в Красную книгу государства, а локальным – в пределах его административно-территориальных единиц.

Следует отметить, что данная классификация не лишена неизбежных объективных и субъективных недостатков, которые помимо невозможности охвата всех сущностных показателей – характеристик памятников в единой схеме классификации – связаны, в частности, с неполнотой иерархических уровней понятий, как генетического, так и таксономического рядов. При этом заметную роль играет и неравенство, или же несоответствие, количественных составляющих классификационных атрибутов памятников, где они в отношении генезиса, помимо природного, природно-антропогенного и антропогенного, могут подразделяться и на эндогенную, экзогенную, моногенную и гетерогенную разновидности; в отношении формы существования – на биотические (геобиосы) и абиотические (геотопы); в отношении количества – на единичные (моносомы) и множественные (полисомы); в отношении научной специализации – на системы и отрасли наук и т. д.

Принятая в данной схеме классификации объектов экотуризма система таксономических единиц абиотических памятников (тип→класс→род→вид) не является совершенной и резко отличается от более или менее строгой системы таксономических единиц биотических памятников (царство→тип или отдел→подтип или подотдел→надкласс→класс→подкласс→надотряд→отряд или порядок→подотряд→семейство→подсемейство→род→вид→подвид). Между тем определяемые таксономические категории памятников часто не соответствуют иерархическим их уровням, как, например, памятники, относимые к категории *род*, могут оказаться рангом выше или ниже, вид – рангом выше, а к категориям тип и класс – как рангом выше, так и ниже и т. д. Следовательно, исходя из затронутых положений при составлении схемы классификации объектов экотуризма, использовалась система упрощенных генетических и таксономических единиц памятников (табл.).

Табл. Классификация объектов экотуризма
Tab. Classification of ecotourism objects

Генезис	Таксономические категории				Статус			
	Тип	Класс	Род	Вид	Глобальный	Национальный	Региональный	Локальный
Природный	Геологический	Тектонический (структурный)	Пликативный	Антиклиналь, синклиналь, моноклиналь, диапир и др.				
			Дизъюнктивный	Рифт, сброс, взброс, надвиг, шарьяж и др.				
		Магматический (мантийный)	Плутонический	Батолит, лакколит, шток, дайка и др.				
			Вулканический	Конус, кратер, поток, покров, купол и др.				
		Грязевой (брекчиевый)	Псевдовулканический	Сопка, грифон и др.				
		Минерагенический	Залежный	Металлический, неметаллический, горючий и др.				
			Минеральный	Самородный, самоцветный, силикатный, фосфатный и др.				
		Гидрогеологический	Ювенильный	Гейзер, термальный, минеральный и др.				
			Подземный	Родниковый, грунтовый, артезианский и др.				
		Петрографический	Интрузивный	Гипербазиты, габбро, граниты, офиолиты[1] и др.				
			Эффузивный	Базальты, андезиты, трахиты и др.				
			Метаморфический	Сланцы, гнейсы, мрамор, скарны, филлиты и др.				

[1] Геологический словарь / отв. ред. К. Н. Паффенгольц. М.: Недра, 1973. Т. 1. С. 159.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

Генезис	Таксономические категории				Статус			
	Тип	Класс	Род	Вид	Глобальный	Национальный	Региональный	Локальный
Природный	Геологический	Литологический	Морской	Известняки, песчаники, доломиты, галогены и др.				
			Континентальный	Галечники, пески, глины, морены и др.				
		Палеонтологический	Биоморфный	Местонахождение фауны и флоры				
			Фоссильный	Образцы фауны и флоры				
		Стратиграфический	Биостратиграфический	Стратотипический и др.				
			Седиментационный	Ингрессивный, азимутальный				
		Космогенный	Ударно-взрывной	Астроблема, кратер				
			Телесный	Метеорит, импактит				
	Геоморфологический	Морфоструктурный [10]	Морфотектотурный [11]	Хребет, гряда, возвышенность, плато, долина, котловина, антецедентная долина, рифт, уступ и др.				
			Морфомагматурный [11]	Интрузивный массив, экструзивный, купол, вулканический конус, кратер, столбы и др.				
			Морфопелетурный [11]	Конус грязевого вулкана, сопка грязевого вулкана и др.				
		Морфоскульптурный	Флювиальный	Долины, каньоны, овраги, балки, конусы выноса и др.				
			Гляциальный	Курчавые скалы, нунатаки, цирки, кары, фьорды, морены и др.				
			Талассогенный	Эстуарий, пляж, бен, арка, бар, терраса и др.				
			Гравитационный	Лавины, осыпи, обвалы, оползни, курумы и др.				
			Карстовый	Шратты, колодцы, воронки, полья, поноры, пещеры и др.				
			Эоловый	Барханы, дюны, ярданги, экзотические скалы и земляные пирамиды и др.				
			Органогенный	Коралловые рифы, термитники, кротовины и др.				
	Географический	Гидрологический	Наземный	Море, озеро, водопады, родники, ледники, болота и др.				
			Подземный	Пресноводные родники, кягрызы и др.				
		Хорологический	Особоохраняемый	Национальные парки, биосферные и другие заповедники, резерваты и др.				
			Ландшафтный	Фации, урочище, местность и др.				
	Биологический	Биологический	Теломный (высшее растение)	Сфагнум, лиственница, рододендрон, секвоя, баобаб и др.				
			Талломный (низшее растение)	Кулерпа, саргассум, фикус и др.				
		Зоологический	Ихтиосный (рыбный)	Осетр, форель, лопатонос, акула и др.				
			Амфибийный (земноводный)	Крестовка, саламандра, тритон и др.				
			Рептилий (пресмыкающий)	Черепаха, крокодил, удав, игуана и др.				
			Териосный (млекопитающий)	Кенгуру, медведь, гепард, бегемот, зебра, слон, кит и др.				
			Орнитосный (птиц)	Пингвин, пеликан, лебедь, фламинго и др.				
			Антроподный (членистоногий)	Бабочки, стрекоза и др.				

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

Генезис	Таксономические категории				Статус			
	Тип	Класс	Род	Вид	Глобальный	Национальный	Региональный	Локальный
Антропогенный	Изобразительный	Живописный	Монументально-декоративный	Росписи, панно и др.				
			Станковый	Картины и др.				
			Декоративный	Эскизы, декорации, мозаика и др.				
		Скульптурный	Круглый	Статуи, статуэтки, бюсты и др.				
	Неизобразительный	Скульптурный	Рельефный	Барельеф, горельеф и др.				
			Монументальный	Памятник, монумент, фонтаны и др.				
		Декоративный	Прикладной	Утварь, мебель, украшения, игрушки и др.				
			Оформительский	Экспозиции, витрины, стенды и др.				
		Архитектурный	Культовый	Храм, церковь, мечеть, зиккураты и др.				
			Мемориальный	Мавзолеи, пантеоны, гробницы и др.				
			Общественный	Дворцы, замки, крепости и др.				
	Музейный	Профильный	Исторический	Археологический, этнографический и др.				
			Естественно-научный	Антропологический, палеонтологический, биологический и др.				
			Искусствоведческий	Литературоведческий, музыкальный и др.				
		Мемориальный	Ансамблевый	Усадебный, дворцовый, квартийный и др.				
		Комплексный	Территориальный	Краеведческий, заповедный и др.				
Антропогенный	Археологический	Раскопный	Предметный (артефактный)	Орудия труда, оружие, сосуды и др.				
			Комплексный	Поселения, клады, могильники и др.				
		Наскальный	Писаница	Петроглифы, рисунки, надписи и др.				
Природно-антропогенный	Ландшафтно-архитектурный	Конструктивный	Мемориальный	Музейно-усадебный, дворцово-парковый и др.				
			Оборонительный	Пещеры, крепости и др.				
		Рекреационный	Садово-парковый	Парки, скверы, бульвары и др.				
			Санаторно-курортный	Климатический, грязевой, минераловодный и др.				
		Агрокультурный	Плантационный	Банановый, чайный и др.				
	Горнотехнический	Поисково-разведочный	Горнопроходческий	Штольни, шахты, канавы и др.				
		Эксплуатационный	Горнодобывающий	Рудники, копи, промысли, карьеры и др.				

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

Факторы развития экотуризма в Азербайджане

Следует отметить, что исследования в данном направлении окажут плодотворное влияние и сыграют важную роль в развитии экотуризма в Азербайджане, которому, как и в других странах мира, уделяется должное внимание. В этом отношении достаточно ссылаться на то, что в 1999 г. был принят закон о туризме[1], в 2002–2005 и 2010–2014 гг. были приняты государственные программы о развитии туризма[2]. 2011 г. был объявлен годом, а 27 сентября – днем туризма в республике, что свидетельствовало о возведении его в ранг государственной политики и сыграло существенную роль в расширении деятельности в данном секторе туристической индустрии и создании ее инфраструктуры. Между тем на формирование представлений об экотуризме и его развитии в Азербайджане существенное влияние оказали достигнутые значительные успехи в данной области в Российской Федерации, где экологический туризм занимает передовые позиции на мировом рынке этого сектора туристической индустрии. Об этом, помимо обладания страной с большим туристическим потенциалом, свидетельствуют как факт внедрения экотуризма в практику общетуристической индустрии вскоре после появления его на западе, так и то, что одной из первых экотуристических организаций была созданная здесь Российская ассоциация экологического туризма. Таким образом, становится очевидным приоритет России в развитии и формировании методологических основ исследований в области экотуризма, природоохранная и социально-экономическая роль, практические рекомендации по развитию и другие проблемно-концептуальные вопросы, которые рассматривались и широко обсуждались вышеуказанными исследователями данной страны [3–9].

В отношении перспективы развития экотуризма в Азербайджане следует отметить, что помимо наличия здесь соответствующего потенциала она предопределяется географическим положением и условиями геологической эволюции территории на стыке Европы и Азии и историей развития самой страны. Располагаясь на Восточном Кавказе и охватывая части горных систем Большого, Малого Кавказа, Талыша и межгорных котловин Куринской и Среднеараксинской депрессий, она граничит на севере с Россией, на западе – с Грузией, на юге – с Арменией, Ираном и Турцией, а на востоке омывается Каспийским морем. В геотектоническом отношении территория республики, согласно М. И. Рустамову, соответствуя Кавказскому перешейку центральной части Альпийско-Гималайского эпигеосинклинального шовного, подвижного горно-складчатого пояса и развиваясь в коллизионной зоне Афроаравийской и Евразийской глобальных литосферных плит, пережила сложную геодинамическую и длительную геологическую историю развития и формировалась по рифтогенным и островодужным геодинамическим единицам океанических складчато-глыбовых систем Тетиса [12]. При этом, по схеме тектонического районирования Т. Н. Кенгерли, она охватывает весьма сложно построенные и неоднородные структурные зоны Гусар-Дивичинской, Бокового хребта, Южного склона Большого Кавказа, Кахети-Вандам-Гобустанской, Средне- и Нижнекуринской, Артвин-Болнисской, Аразской и Талышской мегазон [13], а согласно геоморфологическому районированию Б. А. Будагова – районы Самур-Дивичинской, Восточно-Большекавказской, Куринской областей Крымско-Кавказской горной страны и районы областей Внешней и Внутренней Малокавказской и Талышской областей страны Переднеазиатского нагорья [14].

Благодаря отмеченным сложностям и многообразию природных условий территория республики характеризуется значительной сложностью геолого-геоморфологического строения в сочетании разнородных тектонических структур и форм рельефа с распространением широкого спектра комплексов морских и континентальных отложений, магматических и метаморфических горных пород от позднего криптозоя и фанерозоя до голоцена включительно [15; 16]. Между тем благоприятные природно-экологические условия и географическое положение территории страны способствовали поселению и созидательной жизнедеятельности человека здесь начиная с древнейших времен. При этом обнаруженные и изученные здесь многочисленные стоянки и археологические находки, а также наскальные рисунки и письменные источники, согласно Р. Меликову, свидетельствуют, что человек прошел здесь все исторические этапы развития начиная с первобытнообщинной стадии [17]. Обусловленные всеми этими факторами многообразие природных ресурсов и принадлежность страны к древним цивилизациям предопределили в совокупности богатство ее соответствующих объектов экотуризма.

Изучение памятников в Азербайджане в целях экотуризма начато недавно и отражено в немногочисленных работах, проведенных здесь Г. А. Халиловым [18–21], Н. А. Садыховой [20; 21], Г. Маммадовым и др. [22; 23]. Между тем огромный потенциал развития в республике туризма в целом, помимо исследований этих авторов, подтверждается и работами Б. А. Будагова [24], Х. Исмаилова и З. Султанова [25], Г. Б. Солтановой [26], Р. Гумбатова и Н. Новрузова [27] и др. Оно подтверждается наличием здесь почти всех известных на планете генетических и типологических разновидностей памятников, которые, привлекая внимание присущими им причудливостью, великолепием, таинственностью, необыкновенностью, уникальностью, контрастностью внешнего облика с величественными параметрами, эстетической привлекательностью, культурно-бытовой значимостью, познавательной

[1] О туризме. Закон Азербайджанской Руспублики № 674-IQ от 4 июня 1999 г.

[2] Государственная программа развития туризма в Азербайджансой Республике в 2002–2005 гг. Баку, 2001; Государственная программа развития туризма в Азербайджанской Республике в 2010–2014 гг. Баку, 2010. Принята 6 апреля 2010 г.

Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

сущностью, генетическими и индивидуальными особенностями и другими достопримечательными уникальностями, представляют огромный интерес и тем самым являются классическими объектами экотуризма. Следовательно, планомерное и целеустремленное изучение объектов экотуризма в Азербайджанской Республике является весьма актуальным и имеет большую перспективу как в научном, так и прикладном аспектах.

Уникальные объекты экотуризма Азербайджана

Об уникальности ряда объектов экотуризма в Азербайджане свидетельствует и тот факт, что в комплексе из известных здесь многочисленных материальных памятников Государственный Историко-архитектурный заповедник *Ичеришехер* (Крепость) с комплексом дворца Ширваншахов и Девичьей Башней, Государственный историко-археологический Заповедник *Гобустан* и исторический город *Шеки* с Дворцом шекинских ханов включены в основной Список памятников Всемирного материального наследия ЮНЕСКО, а памятники – *гора Бакинского яруса* (оригинальная антиклинальная структура с классическим стратиграфическим разрезом нижнечетвертичных отложений), *Бинагадинское кировое кладбище* фауны и флоры четвертичного периода, грязевой вулкан *Локбатан, Гирканский национальный парк* (эндемичная и реликтовая растительность), *Атешгях* (храм огнепоклонников), *оборонительные конструкции* на берегу Каспийского моря (Бешбармаг, Гильгильчай, Шабран, Мардакан, Байыл, Нардаран, Рамана), *Мавзолеи Нахчивана* (Гюлистан, Момине Хатун, Гарабаглар) с архитектурным комплексом Атабеков, *Загатальский* Государственный природный заповедник, исторические города *Ордубад* и *Шуша* – в Список временных кандидатов Всемирного наследия ЮНЕСКО. Среди нематериальных памятников народного достояния страны – *мугам* (классический жанр народной музыки), *ашугское искусство* (национальное музыкально-эпическое творение), *новруз* (праздник весны), искусство игры на *таре* (народный щипковый музыкальный инструмент) и мастерство его изготовления, *човган* (конное поло) – спортивная игра на карабахских конях, изготовление и традиционное искусство ношения *калагайи* (женский головной убор), Лагичское искусство *занятия медников*, искусство выпечки *лаваша* (вид хлеба), искусство игры на *кяманче* (смычковый музыкальный инструмент), искусство изготовления долмы (национальное блюдо), традиционные групповые *танцы Нахчывана* (яллы, кочери, тензага), эпосные – культура, сказки и музыка *Деде Горгуд* включены в основной, а искусства изготовления и исполнения на *балабане* (духовой инструмент подобно волынке), культурные *среды Нидж, Красная Слобода* (древние поселения) включены в резервный Список культурного наследия ЮНЕСКО.

Уникальные экструзивные купола *Гейазан* и *Иландаг*, Государственный природный заповедник *Гейгель* с одноименным каскадом запрудных горных озер и следами землетрясения (разрушенная г. Кяпяз), гигантские глыбы (курумы), уникально-классические *антецедентные долины* Гарамарьямской гряды, историко-архитектурные заповедники *Атешгях* и *Нардаран*, мавзолеи *Ноя, Гарабаглар, Гюлистан* и др. по всем параметрам заслуживают включения в Список памятников Всемирного материального наследия ЮНЕСКО.

Заключение

Анализ результатов исследования свидетельствует о значительной актуальности классификации объектов экотуризма, которая является весьма необходимым подспорьем для изучения природных и антропогенных памятников и играет важную роль в привлечении их в сферу экотуризма. Помимо того, в работе из имеющихся на территории Азербайджанской Республики многочисленных объектов экотуризма затрагивались лишь памятники, по статусу соответствующие глобальным и региональным уровням. Между тем сложность физико-географических условий, богатство и разнообразие природных ресурсов и памятников, наряду с замечательными творениями человеческого разума и труда, предопределяют высокую перспективу развития здесь экологического туризма.

Литература

1. Реймерс Н. Ф. Природопользование. М.: Мысль, 1990. 639 с.
2. Ceballos-Lascurain H. Tourism, ecotourism and protected areas. Gland: IUCN, 1996. 315 p. DOI: https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.1996.7.en
3. Дроздов А. В. Основы экологического туризма. М.: Гардарики, 2005, 271 с.
4. Панов И. Н. Экологический туризм // География. 1997. № 45. С. 9–13.
5. Сергеева Т. К. Экологический туризм. М.: Финансы и статистика, 2004. 360 с.
6. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт // ред.-сост. Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева, А. В. Дроздов. Тула: Гриф и К, 2002. 284 с.
7. Мироненко Н. С., Твердохлебов Н. Т. Рекреационная география. М.: МГУ, 1981, 271 с.
8. Теодоронский В. С., Боговая И. О. Объекты ландшафтной архитектуры. М.: МГУЛ, 2003. 300 с.
9. Ruban D. A. Geoturism – A geographycal review of the literature // Tourism Management Perspectives. 2015. Vol. 15. P. 1–15.

 Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

10. Герасимов И. П. Опыт геоморфологической интерпретации общей схемы геологического строения СССР // Проблемы физической географии. М.-Л.: АН СССР, 1946. Вып. XII. С. 3–29.
11. Халилов Г. А. Морфоструктуры восточной части Малого Кавказа (Анализ рельефа: вопросы теории и практики). Баку: Азербайджанская Энциклопедия, 1999. 278 с.
12. Рустамов М. И. Южнокаспийский бассейн: геодинамические события и процессы. Баку: Nafta-press, 2005. 345 с.
13. Кенгерли Т. Н. Тектоническое районирование // Геология Азербайджана. Т. IV. Тектоника / гл. ред. В. Е. Хаин, Ак. А. Ализаде. Баку: Nafta-press, 2005. С. 32–42.
14. Будагов Б. А. Геоморфологическое районирование // Алиев Г., Ширинов Н. Рельеф Азербайджана. Баку: Элм, 1993. С. 147–151.
15. Алиев Г., Ширинов Н. Рельеф Азербайджана. Баку: Элм, 1993. 291 с.
16. Геология Азербайджана. Т. II. Литология / гл. ред. В. Е. Хаин, Ак. А. Ализаде. Баку, 2005, 278 с.
17. Меликов Р. Азербайджан в эпоху древности // Азербайджанская Национальная Энциклопедия. Спецтом «Азербайджан». Баку, 2012. С. 167–188.
18. Халилов Г. А. Природные памятники Азербайджанской Республики и экотуризм // Панорама Азербайджана. 2006. № 1. С. 102–109.
19. Халилов Г. А. О геологических объектах экотуризма Азербайджанской Республики, и принципы их классификации // Труды филиала БГУ Азербайджанского ГО. Баку, 2009. Т. 2. С. 275–280.
20. Халилов Г. А., Садыхова Н. А. Уникальные геологические памятники экотуризма Азербайджана // Туризм в глубине России: сб. тр. III Междунар. науч. семинара. (Пермь, 21–26 июля 2014 г.) Пермь: ПГНИУ, 2014. С. 110–114.
21. Халилов Г. А., Садыхова Н. А. Природный потенциал развития экотуризма в Азербайджане // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Биологические, технические науки и науки о Земле. 2018. № 1. С. 74–80.
22. Mammadov G., Yusifov E., Khalilov M., Kerimov V. Azerbaijan: ecoturism potencial. Baku, 2012. Vol. 1. 360 p.
23. Mammadov G., Yusifov E., Khalilov M., Kerimov V. Azerbaijan: ecoturism potencial. Baku, 2012. Vol. 2. 420 p.
24. Будагов Б. А. Памятники природы Азербайджана // Изв. НАН Азербайджана. Науки о Земле. 2000. № 3. С. 3–8.
25. Ismailov Ch., Sultanov Z. New conditions of tourism development in Azerbaijan // Touravel '18: Intern. Conf. Istanbul, 2018. P. 18–25.
26. Солтанова Г. Б. Туризм в Азербайджанской Республике и его развитие. Баку, 2015. 475 с.
27. Humbatov R., Novruzov N. Azerbaijan: travel information. Baku: Azer Olympic International, 2008. 24 p.

original article

Classification of Ecotourism Objects and its Perspective in Azerbaijan

Huseyn A. Khalilov [a, @]
[a] Aliyev Institute of Geography, Azerbaijan National Academy of Sciences, Azerbaijan Republic, Baku
[@] huseynkhalilov@yahoo.com

Received 04.12.2019. Accepted 04.03.2020.

Abstract: Ecotourism is an important sector of tourism. The present article introduces a classification of its material and non-material objects. They are natural, anthropogenic, and fossil-anthropogenic monuments, which serve as information transmitters, and thereby play a significant role for local history. Objects of ecotourism are unique, attractive, and aesthetically appealing sights and samples of cultural heritage that stimulate ecotourism and the sustainable development of the region. The paradigm of ecotourism is modern, promising, profitable, and environmentally friendly. It presupposes a thorough in-depth study of its objects, as well as their development and classification. Azerbaijan boasts a considerable variety of physical and geographical conditions. This territory possesses both natural resources and the cultural heritage. Therefore, the country demonstrates a huge long-term potential for ecotourism.

Keywords: monument, natural monument, anthropogenic monument, taxonomy monument, chorological monument, archaeological monument, architectural monument

For citation: Khalilov H. A. Classification of Ecotourism Objects and its Perspective in Azerbaijan. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 130–138. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-1-130-138

References

1. Reimers N. F. *Nature management*. Moscow: Mysl, 1990, 639. (In Russ.)
2. Ceballos-Lascurain H. *Tourism, ecotourism and protected areas*. Gland: IUCN, 1996, 315. DOI: https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.1996.7.en
3. Drozdov A. V. *Fundamentals of ecotourism.* Moscow: Gardariki, 2005, 271. (In Russ.)
4. Panov I. N. Ecological tourism. *Geografiia*, 1997, (45): 9–13. (In Russ.)
5. Sergeeva T. K. *Ecological tourism*. Moscow: Financy and Statistika, 2004, 360. (In Russ.)
6. Ecotourism on the way to Russia. *Principles, recommendations, Russian and foreign experience*, eds. and comps. Ledovskikh E. Yu., Moraleva N. V., Drozdov A. V. Tula: Grif and K, 2002, 284. (In Russ.)
7. Mironenko N. S., Tverdokhlebov N. T. *Recreational geography*. Moscow: MGU, 1981, 271. (In Russ.)
8. Theodoronsky V. S., Bogovaya I. O. *Objects of landscape architecture*. Moscow: MGUL, 2003, 300. (In Russ.)
9. Ruban D. A. Geoturism – A geographycal review of the literature. *Tourism Management Perspectives*, 2015, 15: 1–15.
10. Gerasimov I. P. Experience of geomorphological interpretation of the general scheme of the geological structure of the USSR. *Problems of physical geography*. Moscow-Leningrad: AN SSSR, 1946, iss. XII, 3–29. (In Russ.)
11. Khalilov H. A. *Morphological structures of the eastern part of Lesser Caucasus (Relief analysis: theory and practice)*. Baku: Azerbaidzhanskaia Entsiklopediia, 1999, 278. (In Russ.)
12. Rustamov M. I. *South Caspian basin: geodynamic events and processes*. Baku: Nafta-press, 2005, 345. (In Russ.)
13. Kengerli T. N. Tectonic zoning. *Geology of Azerbaijan. Vol. IV. Tectonics*, eds. Hain V. E., Alizade Ak. A. Baku: Nafta-press, 2005, 32–42. (In Russ.)
14. Budagov B. A. Geomorphological zoning. Aliev G., Shirinov N. *Relief of Azerbaijan*. Baku: Elm, 1993, 147–151. (In Russ.)
15. Aliev G., Shirinov N. *Relief of Azerbaijan*. Baku: Elm, 1993, 291. (In Russ.)
16. *Geology of Azerbaijan. Vol. II. Lithology*, eds. Hain V. E., Alizade Ak. A. Baku: Nafta-press, 2005, 278. (In Russ.)
17. Melikov R. The Ancient Azerbaijan. *Azerbaijan National Encyclopedia. The special "Azerbaijan"*. Baku, 2012, 167–188. (In Russ.)
18. Khalilov H. A. Natural monuments of the Azerbaijan Republic and ecotourism. *Panorama Azerbaidzhana*, 2006, (1): 102–109. (In Russ.)
19. Khalilov H. A. To the geological objects of ecotourism of the Azerbaijan Republic and the principles of their classification. *Proceedigns of the BSU branch of Azerbaijan State University.* Baku, 2009, vol. 2, 275–280. (In Russ.)
20. Unique geological monuments of ecotourism of Azerbaijan. *Tourism in the continental Russia*: Proc. III Intern. Sci. workshop, Perm, July 21–26, 2014. Perm: PGNIU, 2014, 110–114. (In Russ.)
21. Khalilov H. A., Sadikhova N. A. Natural Potential of the Ecotourism Development in Azerbaijan. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Biologicheskie, tekhnicheskie nauki i nauki o Zemle*, 2018, (1): 74–80. (In Russ.)
22. Mammadov G., Yusifov E., Khalilov M., Kerimov V. *Azerbaijan: ecoturism potencial*. Baku, 2012, vol. 1, 360.
23. Mammadov G., Yusifov E., Khalilov M., Kerimov V. *Azerbaijan: ecoturism potencial.* Baku, 2012, vol. 2, 420.
24. Budagov B. A. Natural monuments in Azerbaijan. *Izv. NAN Azerbaĭdzhana. Nauki o Zemle*, 2000, (3): 3–8. (In Russ.)
25. Ismailov Ch., Sultanov Z. New conditions of tourism development in Azerbaijan. *Touravel '18*: Intern. Conf. Istanbul, 2018, 18–25.
26. Soltanova G. B. *Tourism in the Azerbaijan Republic and its development.* Baku, 2015, 447. (In Russ.)
27. Humbatov R., Novruzov N. *Azerbaijan: travel information*. Baku: Azer Olympic International, 2008, 24.

 This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

16+

Вестник Кемеровского государственного университета.
Серия: Политические, социологические и экономические науки.
Научный журнал

Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic Sciences. Scientific Journal

Контакты для сотрудничества:
Морозова Елена Алексеевна, главный редактор
morea@inbox.ru
Митько Наталья Викторовна, редактор
8(384-2)58-13-01; vestnik@kemsu.ru; vs-seriya@yandex.ru

Contacts for co-operation:
Elena A. Morozova, Editor-in-Chief
morea@inbox.ru
Nataliya V. Mitko, Editor
8(3842)58-13-01; vestnik@kemsu.ru; vs-seriya@yandex.ru

Редакторы выпуска:
Лоншакова К. А., Митько Н. В., Рабкина Н. В., Старикова Л. С.

Подписано к печати 10.04.2020.
Дата выхода в свет 24.04.2020.
Печать офсетная. Бумага Sveto Copy.
Формат А 4. Усл. печ. л. – 17,75. Уч.-изд. л. – 15,4.
Тираж 500 экз. Заказ _____
Цена свободная.
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».
Россия, Кемеровская область, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6,
http://kemsu.ru.
Адрес типографии: Россия, Кемеровская область, 650000, г. Кемерово,
пр. Советский, 73.