



Электронный
экономический вестник
№3 (июль-сентябрь 2018
года)

ISSN 2224-8331

Свидетельство о регистрации СМИ от 21.04.2011 Эл № ФС77-44716,
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных
технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Учредитель и издатель

Государственное бюджетное учреждение
«Центр перспективных экономических исследований Академии наук РТ»

Адрес: 420111, Россия, РТ, г.Казань, ул.Островского, д.23, литер 1, 4 этаж.
Тел.: (843) 292-00-10
Сайт: <http://cpei.tatarstan.ru/>
e-mail: c.p@tatar.ru

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Статьи рецензируются.

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале,
допускается только с письменного разрешения редакции.
Мнения авторов могут не совпадать с мнением редакции.

© ЦПЭИ

Оглавление

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН	5
ПРОГНОЗ ОСНОВНЫХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА 2018 ГОД РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	5
МОДЕЛИ ПОДЪЁМА РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК	15
КАК ОСУЩЕСТВЛЯТЬ «ОЖИВЛЕНИЕ» РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК (Опыт Японии по поддержке экономического развития регионов)	15
Введение	16
Что такое оживление экономики регионов	16
Проекты оживления экономики регионов	19
Что понимается под передовыми технологиями?	27
Примеры проектов оживления туристической индустрии	30
Основные направления развития регионального туризма	30
Что такое «зеленый туризм»	32
Что такое «придорожная станция»	33
Примеры проектов создания местных брендов	35
Что такое местные бренды	35
Что может быть взято из японского опыта для подъема регионов РФ	37
ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	39
ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОКУМЕНТАМИ	39
СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ ТАТАРСТАНА: МЕТОДОЛОГИЯ, ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ	45
ЖИЛЬЕ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ И СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ	45
ПЕРЕПОДГОТОВКА И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ НАСЕЛЕНИЯ	50

РАЗРАБОТКА МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ МНЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ О ПРОВОДИМЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕОБРАЗОВАНИЯХ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	55
СОЦИАЛЬНЫЕ НАСТРОЕНИЯ РОССИЯН: ОБЗОР ДИНАМИКИ И ИНТЕРПРЕТАЦИОННАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ЧАСТНЫХ ИНДЕКСОВ	55
ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ	65
ПЕРЕПОДГОТОВКА И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ НАСЕЛЕНИЯ	70
АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ВУЗЕ.....	75
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	80
ЭКОНОМИКА РЕПУТАЦИЙ В СЕТИ: ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН).....	80
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ	86
АННОТАЦИИ / ABSTRACTS	91

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

*Зайнуллина Миляуша Рашитовна
к.э.н., заведующий отделом микро и мезоисследований
ГБУ ЦПЭИ АН РТ,
доцент кафедры общего менеджмента
ИУТР КПФУ
M.Zaynullina@tatar.ru*

ПРОГНОЗ ОСНОВНЫХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА 2018 ГОД РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ **FORECASTS OF THE MAIN MACROECONOMIC INDICATORS FOR 2018** **THE RUSSIAN FEDERATION**

Статья посвящена анализу и прогнозированию основных макроэкономических показателей Российской Федерации. Представлены основные тенденции развития. Приведены рекомендации по развитию экономической сферы на период 2018 года.

Ключевые слова: валовый региональный продукт. Ставка рефинансирования ЦБ. Индексы потребительских цен на продовольственные товары. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата. Численность занятых в экономике.

This article analyzes and projections of key macroeconomic indicators of the Russian Federation. The main development trends. The recommendations for the development of the economic sphere for the period 2018.

Keywords: Gross regional product. Central Bank refinancing rate. Consumer price indices for food products. Average nominal monthly wages. The number of employed in the economy.

В 2018 году в Российской Федерации прошли знаменательные политические события - выборы Президента РФ. Это во многом обусловило тот

экономический курс, который был выбран ранее. Продолжают действовать санкции со стороны европейских и американских компаний. Пост кризисное время (2015 г.) складывается для России противоречивыми тенденциями. С одной стороны наблюдается незначительный рост макроэкономических показателей, с другой доходы населения снижаются. Одним из негативных тенденций являются невыгодные условия для малого и среднего бизнеса. Кроме того, продолжает наблюдаться тенденция оттока талантливых кадров и отток капитала. Во второй половине 2018 года экономическая ситуация демонстрирует более позитивные сдвиги благодаря росту цены на нефть и поддержанию высокого валютного курса. Наша стабильность и благополучие будет зависеть от того, насколько экономически грамотно будут распределены сверх доходны от нефти, и дальнейшая макроэкономическая политика.

Проведем математическое моделирование основных макро показателей на 2018 год для формирования объективной экономической картины. Представим прогноз основных макроэкономических показателей по РФ. Анализировались следующие показатели: валовый внутренний продукт (ВВП), ставка рефинансирования ЦБ, индексы потребительских цен на продовольственные товары, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, количество занятых в экономике, стоимость основных производственных фондов (ОПФ).

Графическая иллюстрация изменения ВВП представлена на рис. 1. Как видно из данной модели, ВВП имеет линейную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель немного снижается. Используя корреляционно-регрессионный метод прогнозирования, мы получили расчетный показатель ВВП на 2018 год – 84518 млрд. руб. Для построения регрессионного уравнения анализировались показатели за 1994-2017 годы (см. приложение 1).

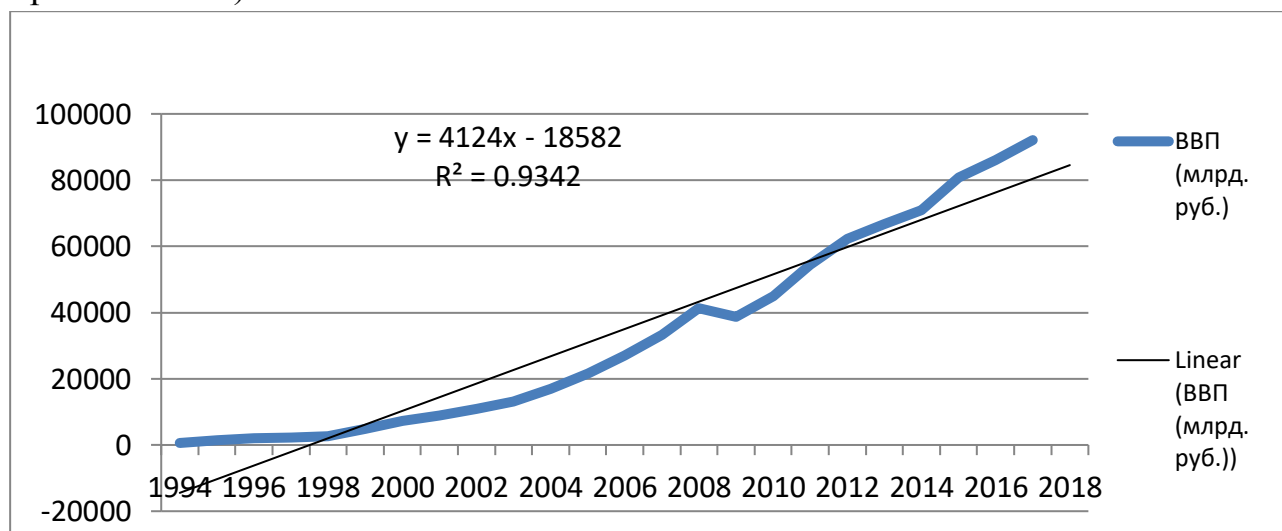


Рис. 1. Прогнозирование ВВП в динамике

Следующий показатель – ставка рефинансирования. Его графическая иллюстрация представлена на рис. 2. Как видно из данной модели, ставка рефинансирования имеет степенную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель снижается. Поскольку данный показатель регулируется ЦБ РФ, то расчетный показатель 8,25 % будет не реальным. Расчетный показатель мы получили тем же методом – корреляционно-регрессионным анализом. Более логичным прогнозом ставки рефинансирования будет прогнозирование методом скользящей средней и составит 11,26%. Для расчета были использованы данные за 1992-2017 годы (см. приложение 2).

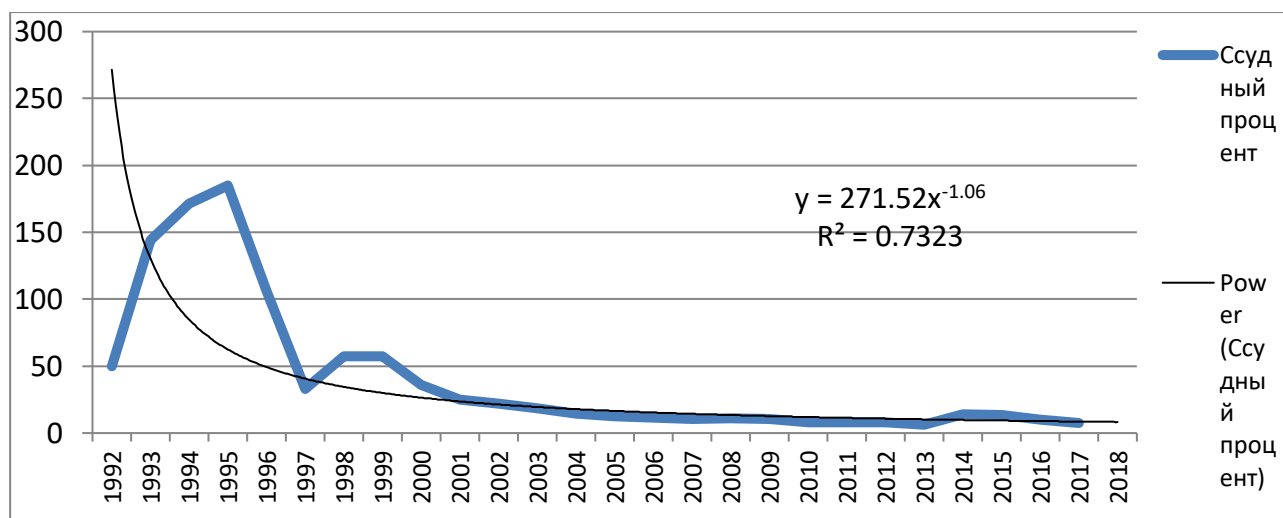


Рис. 2. Прогнозирование ставки рефинансирования в динамике

Графическая иллюстрация изменения индекса потребительских цен на продовольственные товары представлена на рис. 3. Как видно из данной модели, индекс потребительских цен на продовольственные товары имеет степенную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель снижается. Поскольку данный показатель зависит от ставки рефинансирования, от экономического роста, от политики ЦБ РФ, то расчетный показатель (95,69%) будет не реальным. Расчетный показатель мы получили методом корреляционно-регрессионного анализа. С нашей точки зрения, здесь уместнее использовать метод скользящей средней и наш прогноз - 108,77%. Для расчета были использованы данные за 1994-2017 годы (см. приложение 1).

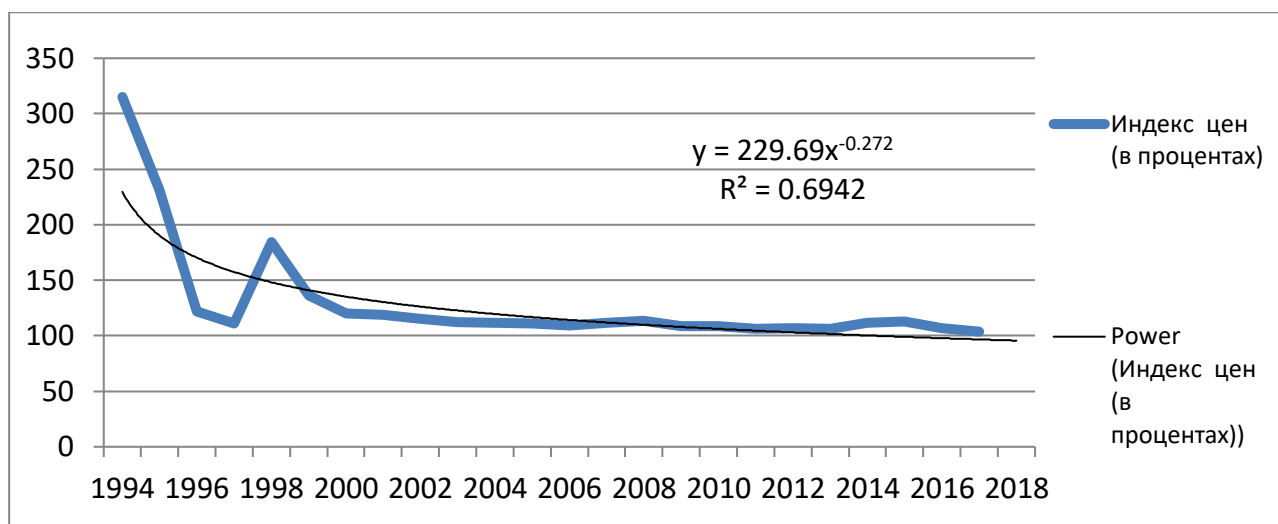


Рис. 3. Прогнозирование индекса потребительских цен на продовольственные товары в динамике

Графическая иллюстрация изменения среднемесячной номинальной начисленной заработной платы представлена на рис. 4. Как видно из данной модели, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата имеет линейную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель снижается. Расчетный показатель мы получили методом корреляционно-регрессионного анализа. Для расчета были использованы данные за 1992-2017 годы (см. приложение 3). Таким образом, наш прогноз на 2018 год – 35411,1 руб.

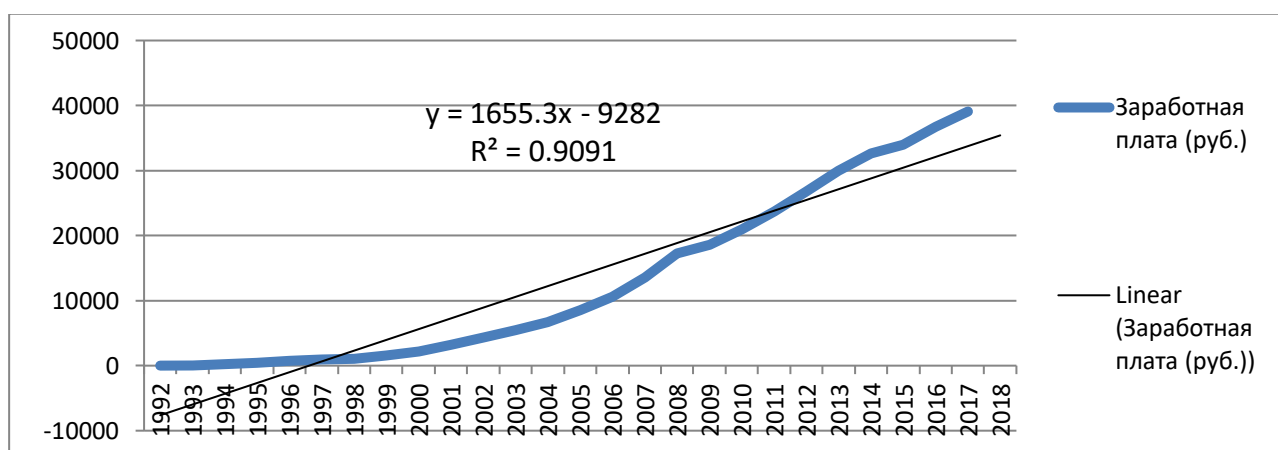


Рис. 4. Прогнозирование среднемесячной номинальной начисленной заработной платы

Графическая иллюстрация изменения численности занятых в экономике представлена на рис. 5. Как видно из данной модели, численность занятых в экономике имеет линейную зависимость. При продлении тенденций изменений

на один период, данный показатель повышается. Расчетный показатель мы получили методом корреляционно-регрессионного анализа. Для расчета были использованы данные за 1992-2017 годы (см. приложение 3). Таким образом, наш прогноз на 2018 год – 72857,95 тыс. чел. Данные на наш взгляд завышенные. Воспроизводство населения не может иметь такие темпы роста. Поэтому мы прогнозировали данный показатель методом скользящей средней и получили прогноз на уровне 72213,9 тыс. чел.

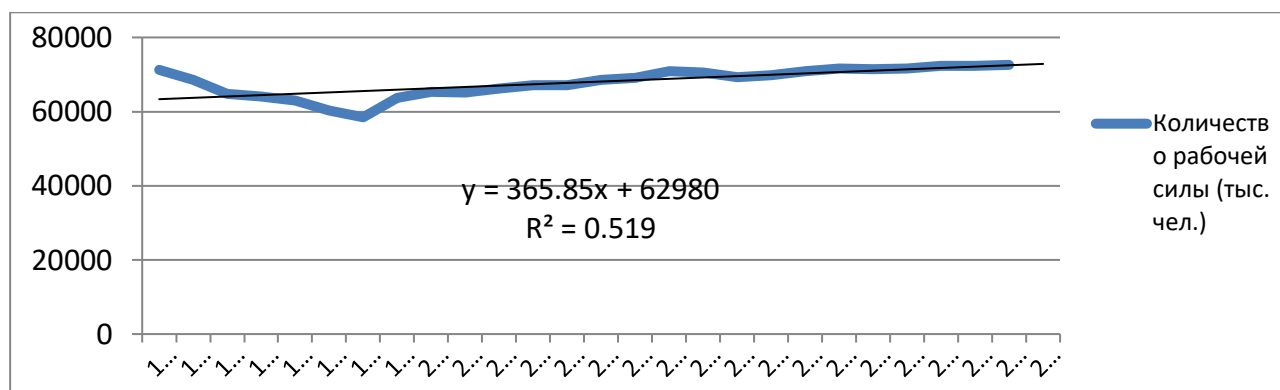


Рис. 5. Прогнозирование количества занятых в экономике

Графическая иллюстрация изменения основных производственных фондов (ОПФ) представлена на рис. 6. Как видно из данной модели, основные производственные фонды имеет линейную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель немного увеличивается. Расчетный показатель мы получили методом корреляционно-регрессионного анализа. Для расчета были использованы данные за 1992-2017 годы (см. приложение 2). Таким образом, наш прогноз на 2018 год – 149000000 млн. руб. Данные на наш взгляд заниженные. Поэтому мы прогнозировали данный показатель методом скользящей средней и получили прогноз на уровне 168775063 млн. руб.

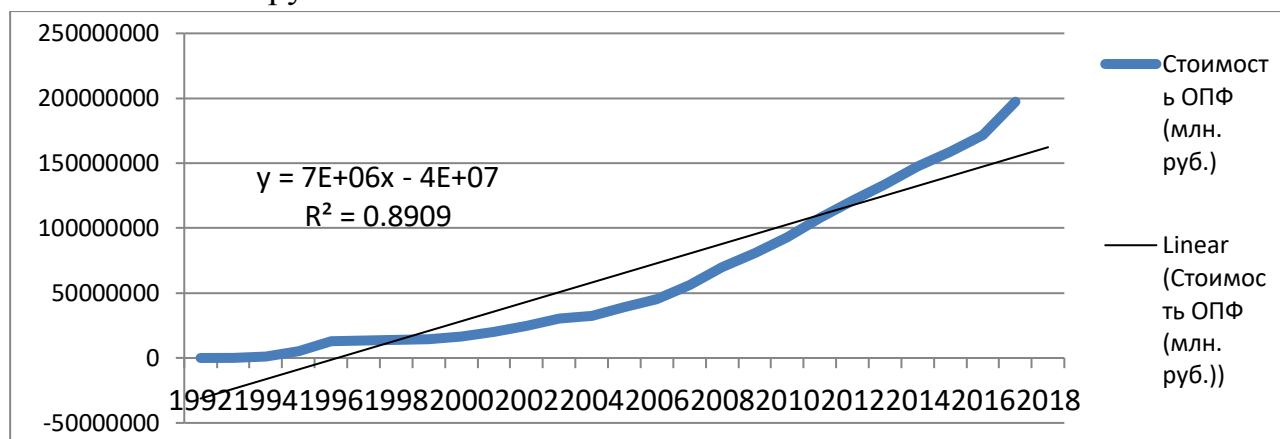


Рис. 6 Прогнозирование основных производственных фондов в экономике

Общие выводы:

В целом прогноз основных макроэкономических показателей свидетельствует об оживлении темпов развития экономической сферы. При незначительном снижении валового внутреннего продукта, ставка рефинансирования незначительно увеличивается, индекс потребительских цен незначительно повышается, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата незначительно уменьшается, количество занятых в экономике незначительно растет, основные производственные фонды увеличиваются с небольшим темпом. Все показатели свидетельствуют о незначительном росте.

Рассмотрим прогнозы некоторых экспертов и мировых сообществ. Всемирный банк прогнозирует рост ВВП России в 2018 году на 1,5%. Международный валютный фонд сохранил прогноз роста ВВП на 2018 год на уровне 1,7%.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) понизила прогноз роста реального ВВП России на текущий год на 0,1 процентного пункта по сравнению с ноябрьской оценкой – до 1,8%, говорится в промежуточном экономическом прогнозе организации.

Министерство Экономического развития РФ прогнозирует в базовом варианте в 2018 году рост ВВП на 4,0% , в «базовом+» на 4,3%, в целевом варианте на 3,9%.

Большая часть экспертов прогнозирует роста на 1,3-1,5%. Наши прогнозы также совпали с прогнозами экспертов. Министерство экономического развития РФ представило более оптимистичный прогноз.

Для развития экономической сферы в РФ необходимы меры по стимулированию малого и среднего бизнеса, причем желательно не прямыми, а косвенными методами. Разрабатывать политику занятости населения и трудоустройства молодежи. Совершенствовать законы по правам собственности и стабильности сохранения капитала.

Необходимо увеличивать не только стоимостные показатели по ВВП, но и количественные измерители. Кроме того, анализировать структуру ВВП и прогнозировать и планировать развитие приоритетных видов деятельности.

Приложение 1

Данные по ВВП и индексу цен за 1994-2017 годы и прогноз на 2018 год

Период	ВВП (млрд. руб.)	Прогноз (метод скользящей средней)	Индекс цен (в процентах)	Прогноз (метод скользящей средней)
1994	610,7		315,1	
1995	1428,5	#Н/Д	231,3	#Н/Д
1996	2007,8	#Н/Д	121,8	#Н/Д
1997	2342,5	#Н/Д	111	#Н/Д
1998	2629,6	1597,375	184,4	194,8
1999	4823,2	2102,1	136,5	162,125
2000	7305,6	2950,775	120,2	138,425
2001	8943,6	4275,225	118,6	138,025
2002	10819,2	5925,5	115,1	139,925
2003	13208,2	7972,9	112	122,6
2004	17027,2	10069,15	111,7	116,475
2005	21609,8	12499,55	110,9	114,35
2006	26917,2	15666,1	109	112,425
2007	33247,5	19690,6	111,9	110,9
2008	41276,8	24700,43	113,3	110,875
2009	38786,4	30762,83	108,8	111,275
2010	44939,2	35056,98	108,8	110,75
2011	54369,1	39562,48	106,1	110,7
2012	62356,9	44842,88	106,6	109,25
2013	66689,1	50112,9	106,5	107,575
2014	70975,8	57088,58	111,4	107
2015	80804	63597,73	112,9	107,65
2016	86043,6	70206,45	107,1	109,35
2017	92081,9	76128,13	103,7	109,475
2018		82476,33		108,775

Данные по ссудному проценту и стоимости ОПФ за 1992-2017 годы и прогноз на 2018 год

Период	Ссудный процент, процент	Прогноз (метод скользящей средней)	Стоимость ОПФ (млн. руб.)	Прогноз (метод скользящей средней)
1992	50		13819,2	
1993	144,2	#Н/Д	49113,8	#Н/Д
1994	171,6	#Н/Д	1198684,7	#Н/Д
1995	185	#Н/Д	5228697,5	#Н/Д
1996	106	137,7381	13104702	1622578,839
1997	33,1	151,7381	13324466	4895299,518
1998	57,5	123,9583	14169061,4	8214137,554
1999	57,5	95,41667	14271671,5	11456731,73
2000	36	63,54167	16759851,7	13717475,25
2001	25	46,04167	20109320,1	14631262,69
2002	22	44	24553338,5	16327476,23
2003	18,3	35,125	30448562,6	18923545,51
2004	14,3	25,33333	32384630,4	22967768,27
2005	12,5	19,91667	39114277	26873962,94
2006	11,5	16,79167	45058360,1	31625202,15
2007	10,5	14,16667	56193510,8	36751457,55
2008	11,1	12,20833	69687913,6	43187694,6
2009	10,7	11,39286	80462968,7	52513515,39
2010	8,13	10,96104	93185612	62850688,33
2011	8	10,11729	108001247	74882501,3
2012	8,25	9,492289	121269000	87834435,34
2013	9,5	8,786932	133522000	100729706,9
2014	14	7,65625	147430000	113994464,8
2015	13,33	9,125	158533000	127555561,8
2016	10	10,45	171764252	140188500
2017	7,75	10,8875	197373000	152812313
2018		11,2625		168775063

Данные по заработной плате и количеству рабочей силы за 1992-2017
годы и прогноз на 2018 год

Период	Заработная плата (руб.)	Прогноз (метод скользящей средней)	Количество рабочей силы (тыс. чел.)	Прогноз (метод скользящей средней)
1992	6		71171	
1993	58,7	#Н/Д	68565	#Н/Д
1994	220,4	#Н/Д	64858	#Н/Д
1995	472,4	#Н/Д	64055	#Н/Д
1996	790,2	189,375	63000	67162,25
1997	950,2	385,425	60208	65119,5
1998	1051,5	608,3	58464	63030,25
1999	1522,6	816,075	63633	61431,75
2000	2223,4	1078,625	65273	61326,25
2001	3240,4	1436,925	65124	61894,5
2002	4360,3	2009,475	66266	63123,5
2003	5498,5	2836,675	67152	65074
2004	6739,5	3830,65	67134	65953,75
2005	8554,9	4959,675	68603	66419
2006	10633,9	6288,3	69157	67288,75
2007	13593,4	7856,7	70814	68011,5
2008	17290,1	9880,425	70603	68927
2009	18637,5	12518,08	69285	69794,25
2010	20952,2	15038,73	69804	69964,75
2011	23693	17618,3	70933	70126,5
2012	26822	20143,2	71545	70156,25
2013	29960	22526,18	71391	70391,75
2014	32611	25356,8	71539	70918,25
2015	33981	28271,5	72324	71352
2016	36746	30843,5	72392,6	71699,75
2017	39085	33324,5	72600	71911,65
2018		35605,75		72213,9

Литература

1. Россия в цифрах. 2017: Крат. стат. сб./Росстат- М., 2018 - 511 с.
2. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации // http://www.cbr.ru/pw.aspx?file=/statistics/credit_statistics/refinancing_rates.htm.

3. Зайнуллина М.Р. Прогноз основных макроэкономических показателей на 2017 год Российской Федерации // Электронный экономический вестник Татарстана. 2017. № 3. С. 4-13.
4. Сафиуллин М.Р., Ельшин Л.А. Диагностика и прогнозирование среднесрочных экономических циклов: методология анализа и ее апробация на примере плановой экономики СССР // Экономический вестник Республики Татарстан. 2018. № 2. С. 18-28.
5. Сафиуллин М.Р., Ельшин Л.А., Абдукаева А.А. Разработка среднесрочного прогноза развития регионов Приволжского федерального округа на основе унифицированных моделей экономического роста // Экономический вестник Республики Татарстан. 2018. № 2. С. 29-37.
6. Всемирный банк подтвердил прогноз по росту ВВП России в 2018 году на уровне 1,5% // <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=10505960>
7. МВФ сохранил прогноз роста ВВП в России несмотря на санкции // <https://rg.ru/2018/05/23/mvf-sohranil-prognoz-rosta-vvp-v-rossii-nesmotria-na-sankcii.html>
8. ОЭСР понизила прогноз роста ВВП РФ на 2018 г, прогноз по мировой экономике повышен // <https://1prime.ru/articles/20180313/828594700.html>
9. Экономика России в 2018 году: прогноз экспертов // <https://pensiyaportal.ru/ekonomiya/ekonomika-rossii-v-2018>
10. Экономический прогноз 2018 от лучших экспертов: как спасти свои доходы // <https://www.mk.ru/economics/2017/12/19/ekonomicheskiiy-prognoz-2018-ot-luchshikh-ekspertov-kak-spasti-svoi-dokhody.html>
11. Сафиуллин М.Р., Ельшин Л.А., Прыгунова М.И. Разработка методики, прогнозов и сценариев развития экономики региона на основе моделирования деловой активности. Монография. Казань, 2015.
12. Сафиуллин М.Р., Ельшин Л.А., Прыгунова М.И. Разработка методологических подходов к прогнозированию динамики развития промышленных видов экономической деятельности регионов в условиях воздействия на национальную экономику внешних "импульсов" // Вестник ВЭГУ. 2014. № 6 (74). С. 84-95.
13. Ельшин Л.А., Шакирова А.И. Концепция методологии прогнозирования социально-экономического развития регионов // Электронный экономический вестник Татарстана. 2013. № 1. С. 67-96.

МОДЕЛИ ПОДЪЁМА РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК

*Савеличев Михаил Валерьевич,
к.э.н., заместитель директора по науке
Центра перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан
Mikhail.Savelichev@tatar.ru*

КАК ОСУЩЕСТВЛЯТЬ «ОЖИВЛЕНИЕ» РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК (Опыт Японии по поддержке экономического развития регионов)

HOW TO «REVIVE» REGIONAL ECONOMIES (JAPAN'S EXPERIENCE IN SUPPORTING THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONS)

Статья посвящена анализу опыта Японии по поддержке экономического развития своих регионов. За послевоенный период в этой стране сменилось несколько моделей стимулирования регионального развития, а в последнее десятилетие доминирующей концепцией стала концепция «оживления» регионов. Данная модель включает в себя целый ряд направлений и инструментов, которые позволяют учитывать региональную специфику и выстраивать наиболее эффективные стратегии развития. Опыт Японии может быть использован и в российских условиях, что особенно актуально в условиях, когда региональное развитие становится ключевым фактором развития экономики страны в целом.

Ключевые слова: региональное развитие, урбанизация, оживление регионов, брендинг территории, зеленый туризм

The article is devoted to the analysis of Japan's experience in supporting the economic development of its regions. During the post-war period, several models of regional development stimulation have changed in this country, and in the last decade the concept of "revitalizing" the regions became the dominant concept. This model includes a number of areas and tools that allow you to take into account regional specifics and build the most effective development strategies. Japan's experience can

also be used in Russian conditions, which is especially important in conditions when regional development becomes a key factor in the development of the country's economy as a whole.

Keywords: regional development, urbanization, regional revitalization, territory branding, green tourism

Введение

Данная статья написана по результатам стажировки автора в Японии в октябре-ноябре 2017 года в рамках программы «Активизация региональных экономик», организованной Министерством иностранных дел Японии и Японо-Российским Экономическим Центром.

Программа стажировки предусматривала теоретическую часть в формате лекций по истории данного вопроса, о том, как развивались в Японии методы стимулирования экономического развития регионов за последние пятьдесят лет, какие формы активизации местных производств используются в настоящее время, а также какие региональные проекты оказались наиболее успешными.

Лекции были прочитаны г-ном Сиро Комацу, специалистом по теории привлечения посетителей в города, теории городского управления, планированию оживления регионов, а также автором нескольких монографий по урбанистике.

Помимо теоретической части происходило знакомство с целым рядом производств, программ, осуществляемых как в Токио, так и в близлежащих регионах.

Автору представляется, что ряд методов, проектов, программ может оказаться эффективным в российских условиях при соответствующей их адаптации к нашим реалиям.

Что такое оживление экономики регионов

Оживление региона - это такое состояние социально-экономической среды, при котором живущие в регионе люди ведут бодрую, энергичную жизнь с активным творческим подходом, эффективно используя при этом местные ресурсы; или процесс, при котором осуществляется приложение всех усилий для достижения такого состояния.

При этом под живущими в регионе подразумеваются не только его население, но и предприятия и организации различных отраслей, а также органы государственного (муниципального) управления. Местные ресурсы включают в себя промышленные ресурсы, природные ресурсы, традиции и культуру. Жизнь с активным творческим подходом подразумевает гармоничное сочетание работы, досуга, увлечений, смысла жизни. Поскольку последнее все же нельзя в полной мере отнести к экономическим категориям, японские специалисты формулируют этот критерий так: если в глазах людей мы видим радость, в регионе идет оживление.

Надо сказать, что данная концепция имеет давнюю историю, хотя и претерпела за время своего существования определенную эволюцию. В послевоенные годы в Японии была разработана концепция «подъема регионов» (Regional Promotion), которая ставила главной целью развитие отраслей и промышленности на местном уровне.

В 1960-е годы данная концепция была изменена, поскольку остро встала задача количественного увеличения численности населения и соответствующего роста выпуска продукции и получения доходов, которые обеспечивали высокий уровень жизни жителей регионов. Эта концепция получила название «рост регионов» (Regional Growth).

В 80-е годы ей на смену пришла концепция «развития регионов» (Regional Development), согласно которой целевой установкой стали сбалансированность количественных и качественных показателей уровня развития. За предыдущие годы сформировался дисбаланс, в результате чего на местном уровне стала ощущаться нехватка школ, детских садов, транспортной инфраструктуры, и новая концепция была нацелена на его ликвидацию.

Во второй половине 1990-х годов началась многолетняя стагнация экономики Японии, что негативно сказалось и на региональном развитии, особенно в части усиления оттока населения из провинции в крупные города, в основном в Токио. В настоящее время в Токио проживает 27-28% населения Японии, а в трех крупнейших городах страны сконцентрирована почти половина населения Японии. Именно в них производится до 70% ВВП страны. (см.Рис.1)

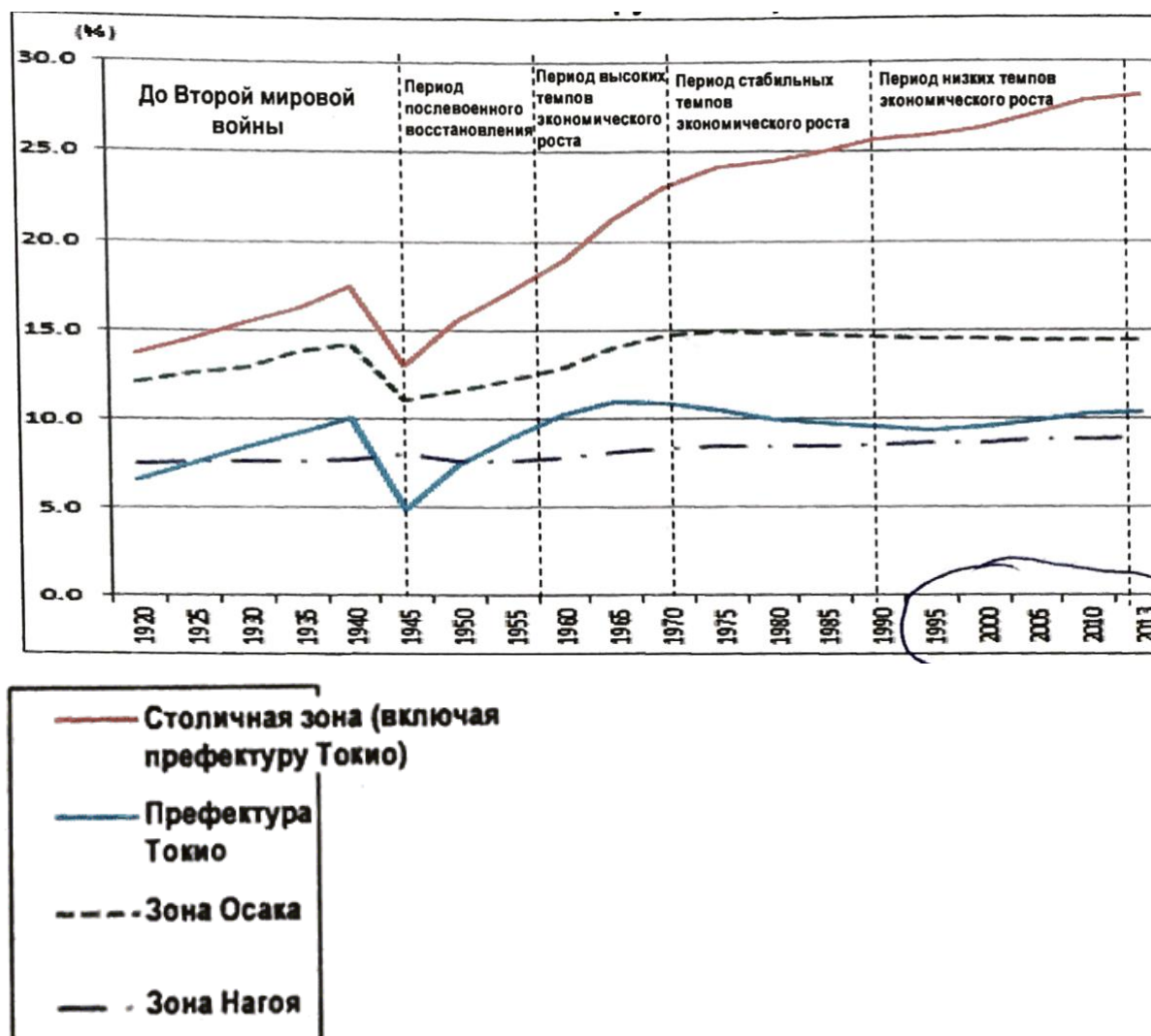


Рис.1. Концентрация населения крупных мегаполисах Японии

На этом фоне была разработана концепция «возрождения регионов» (Regional Re-Vitalization), что подразумевает создание на региональном уровне самостоятельного устойчивого общества на основе использования местной специфики, то есть речь идет о том, чтобы на полную мощность задействовать региональные ресурсы в области промышленности, туризма, культуры, торговли.

Среди обстоятельств, которые требуют активной региональной политики по экономическому развитию, прежде всего следует назвать уже отмеченный выше процесс концентрации населения страны в крупнейших городах Японии и, прежде всего, в Токийской агломерации.

Но, кроме этого обстоятельства следует назвать начавшееся с 2012 года сокращение населения Японии впервые с периода войны. В 2010 году численность населения страны составляла 128 млн. человек, а к 2048 году ожидается его сокращение до 99 млн.чел. На это накладывається процесс

старения населения. Если в 2010 году доля пожилых в Японии составляла 23%, то к 2060 году их число достигнет почти 40%. Причем процесс старения идет неравномерно - в регионах он развивается быстрее, чем в мегаполисах, что нетрудно понять - из провинции в города мигрирует в основном молодежь. (см.Рис.2.)

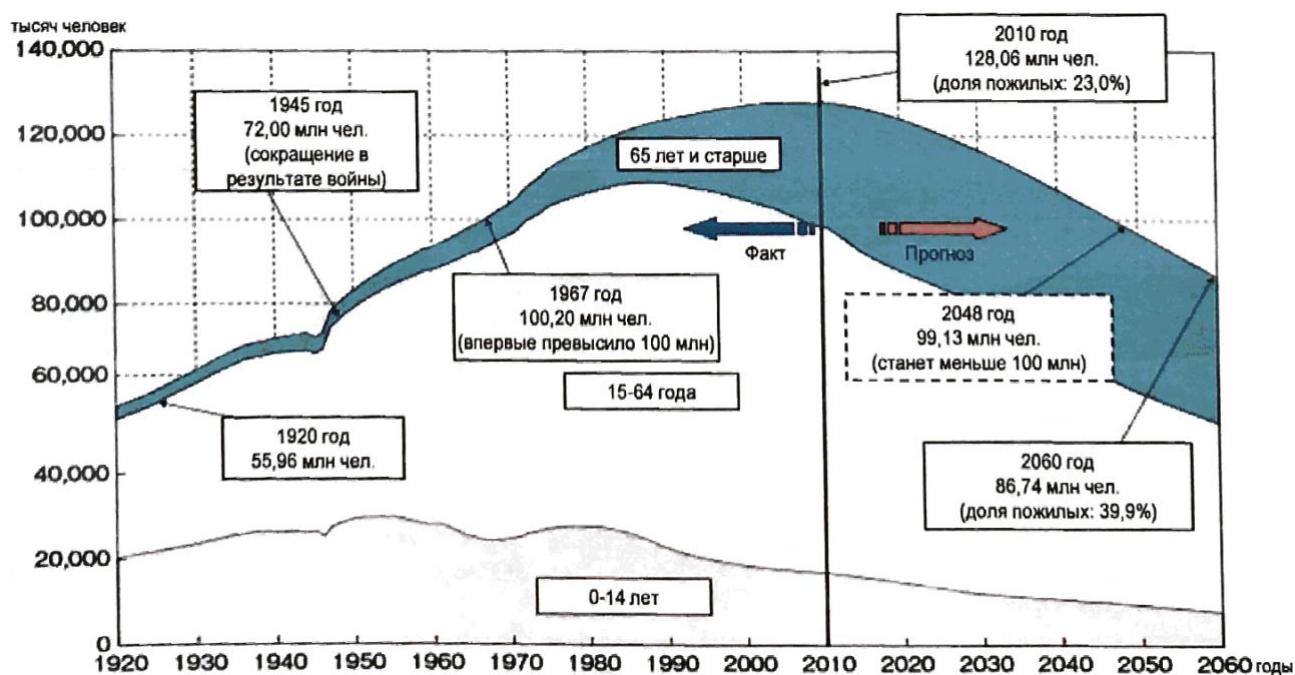


Рис.2. Динамика населения Японии

Проекты оживления экономики регионов

Под проектом оживления регионов понимается проект, реализуемый проживающими в данном регионе предпринимателями, местными малыми и средними предприятиями, которые в сотрудничестве между собой и используя местные ресурсы разрабатывают новые товары и услуги, способствуя тем самым росту числа деловых сделок, увеличению занятости и общему экономическому оживлению региона.

Здесь важно подчеркнуть два обстоятельства. Ресурсы, которые используют такие предприятия, обязательно должны иметь местное происхождение, а производимая из них продукция, услуги - являться в существенной степени новой, инновационной.

Типы проектов оживления регионов можно представить в виде матрицы. В зависимости от того, является ли проект нацеленным на производство продукции или услуг, а также того, на что делается основной упор - на инновационные

характеристики или рыночные (маркетинговые) инструменты, можно выделить четыре типа проектов (см.Рис.3):

(1) «Производство – рынок»: Оживление местной промышленности за счет промышленных технологий на основе оригинальных видов местной продукции и за счет этого увеличение ее сбыта на новых рынках и соответствующий рост местной промышленности.

(2) «Производство – инновации»: Оживление с помощью передовых технологий на основе развития местной промышленности, внедряющей передовые технологии.

(3) «Услуги – инновации»: Оживление туристической индустрии за счет использование новой технологии «Туризм места прибытия», при том, что увеличивается спрос со стороны приезжающих на традиционную продукцию местных отраслей.

(4) «Услуги – рынок»: Оживление путем брендинга региона на основе создания брендов оригинальных видов местной продукции, чтобы сделать их узнаваемыми на рынке, а также брендинга самих территорий и городов.



Рис.3. Матрица типов проектов оживления регионов

Итак, важным понятием, объединяющим все эти проекты, является понятие местных ресурсов. Местные ресурсы определяются как специфические и представляющие гордость данного региона (а) технологии местных предприятий, (б) оригинальные виды продукции сельского, лесного и рыбного хозяйства, (в) туристическо-культурные ресурсы.

В качестве примера технологий местных предприятий можно привести литейные изделия, текстиль, лаковые изделия, керамику, то есть все то, что не производят больше нигде, кроме как в данном регионе. Аналогичным образом

регион может обладать уникальными видами овощей, фруктов, рыбы, пиломатериалов, деревянных изделий. Объекты культурного достояния, заповедники, природные пейзажи и другое составляют туристическо-культурные ресурсы. (см.Рис.4.)



Рис.4. Виды местных ресурсов, которые могут стать двигателями оживления регионов

Рассмотрим какие ресурсы наиболее перспективны для оживления регионов с точки зрения их населения. Для этого воспользуемся результатами опросов, которые проводились в префектурах и муниципалитетах Японии. Среди жителей префектур наиболее «козырными» считались промышленная база (35,9%), сельхозпродукция и морепродукты (28,2%), туристические ресурсы (20,5%) и технологии (10,3%). Среди жителей муниципалитетов на первое место вышли сельхозпродукция и морепродукты (36,9%), туристические ресурсы (34,9%), промышленная база (15,1%), технологии (2,3%). (см.Рис.5.)

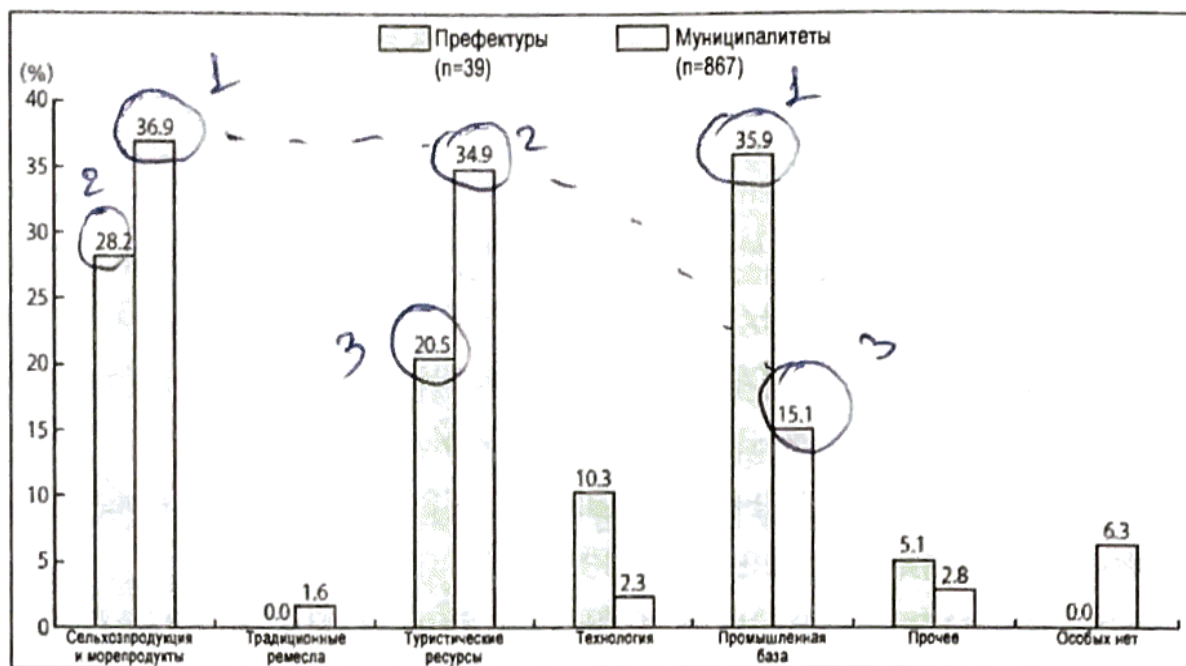


Рис.5. Результаты опросов населения о наиболее перспективных региональных ресурсах

Примеры проектов оживления местной промышленности

(Квадрант 1 «Производство - рынок»)

Пример 1. Разработка деревянного стула с универсальным дизайном для лиц, требующих специального ухода (Хоккайдо, АК «Такумикогэй»)

Данный проект использует технологии деревообработки, имеющиеся у местных предприятий Хоккайдо. Спецификой данного стула является наличие только одного подлокотника, что облегчает перемещение инвалида или пожилого человека из такого стула в инвалидную коляску как теми людьми, кто за ним ухаживает, так и самим инвалидам или пожилым людям. (см.Рис.6) Дополнительно стул обладает тщательно выверенными размерами и углами наклона, что повышает удобство его использования. Изготовление таких стульев из дерева создает более приятные ощущения при использовании. В условиях стареющего японского общества у таких изделий прогнозируется достаточно высокий и стабильный спрос.



Рис.6. Деревянный стул с универсальным дизайном

Пример 2. Дизайнерский интерьер из бука (Аомори, АК «Бунако»)

Компания разработала элементы интерьера из традиционного материала провинции Аомори - бука. Данный материал легко поддается обработке с применением традиционной технологии изготовления лаковых изделий. Толчком к развитию данного направления послужило то, что разработанные компанией светильники были успешно проданы в кафе в Роппонги (фешенебельный район Токио). В настоящее время компания расширяет ассортимент данной продукции, а также имеет перспективы выхода с ней на международный рынок. (см.Рис.7)

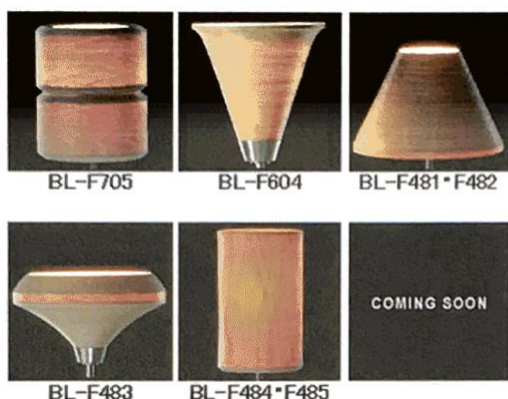


Рис.7. Образцы дизайнерского интерьера из бука

Пример 3. Производство гамма-аминомасляной кислоты из рисовых отрубей - побочного продукта очищенного сакэ (Акита, АК «Акита Мэйдзё»)

В рамках данного проекта компания, которая занимается производством традиционного сакэ, разработала технологию использования отходов - рисовых отрубей - для производства ГАМК, дающей эффект снижения артериального

давления. Данная технология была разработана совместно с местным научно-исследовательским институтом. Этот продукт стал основой для производства широкой линейки продуктов для поддержания здоровья, которые находят спрос не только в Японии, но и на рынках стран Азии. (см.Рис.8)



Рис.8. Продукты, производимые на основе ГАМК

Пример 4. Канцелярские товары, являющиеся сплавом обработки алюминия и традиционной культуры (Тотиги, «Марусин Материал»)

На основе технологии обработки алюминия местные предприятия производят широкий набор канцелярских принадлежностей, украшенных традиционным дизайном Асикага Мэйсэн и отличающиеся современным дизайном. (см.Рис.9) Эти изделия завоевали популярность на внутреннем рынке Японии, а сейчас обратили на себя внимание зарубежных закупщиков и продаются в музее современного искусства в Нью-Йорке.



Рис.9. Образцы украшений и канцелярских принадлежностей

Пример 5. Производство пасты из некондиционных овощей путем обработки низкотемпературным паром (Тиба, Союз производителей «Дэкопон»)

На основе разработанной технологии обработки низкотемпературным паром некондиционных овощей (поврежденных насекомыми из-за применения органических технологий выращивания) удалось получить высококачественные продукты, применимые для производства питания для школ и больниц. Для этого используется установка температурного пара, запатентованная малым предприятием «Т.М.Л.», выпускающим оборудование для пищевой промышленности. Линейка продуктов расширяется за счет производства соусов, кондитерских изделий и сувенирных пищевых продуктов. (Рис.10)



Рис.10. Продукты, производимые на основе технологии применения низкотемпературного пара

Пример 6. Разработка лодок из стеклопластика (Айти, АК «Опакрафт»)

С использованием технологии производства изделий из стеклопластика, широко применяющейся в автомобильной промышленности, была разработана конструкция безопасных, удобных и комфортабельных лодок. Основные качества лодок из стеклопластика: (1) безопасность (встроенный поплавок предотвращает опрокидывание лодки), (2) высокая прочность многослойного стеклопластика, (3) удобство в перемещении (лодка обладает малым весом и легко разбирается). (см.Рис.11)



Рис.11. Характеристики стеклопластиковых лодок, получившие патенты, зарегистрированные как промышленные образцы и модели

Во время землетрясения на востоке Японии лодки хорошо зарекомендовали себя в качестве спасательных средств. (см.Рис.12) Следует обратить особое внимание, что сама технология стеклопластика была разработана малыми предприятиями, поскольку специфика японского автомобилестроения заключается в том, что оно представляет из себя конгломерат именно малых и средних предприятий, объединенных единым производственным процессом.



Рис.12. Примеры использования стеклопластиковых лодок для отдыха и спасательных операций

Пример 7. Разработка компактных электромобилей в партнерстве с МСП, производящими автомобильные детали (Сидзуока, АК «Тадзима Мотор Корпорейшн»)

Западная часть префектуры Сидзуока представляет собой кластер малых предприятий, которые специализируются на производстве деталей для компактных автомобилей. Данные компании обладают наиболее передовыми технологиями в этой области, что стимулировало компанию «Тадзима Мотор Корпорейшн» взяться за разработку компактного электромобиля на одного-двух человек. (см.Рис.13) Проект реализуется в тесной кооперации с другими предприятиями кластера. В настоящее время ниша таких автомобилей является малопривлекательной для крупных автомобильных компаний, что создает возможность для компании «Тадзима Мотор Корпорейшн» добиться рыночного успеха.

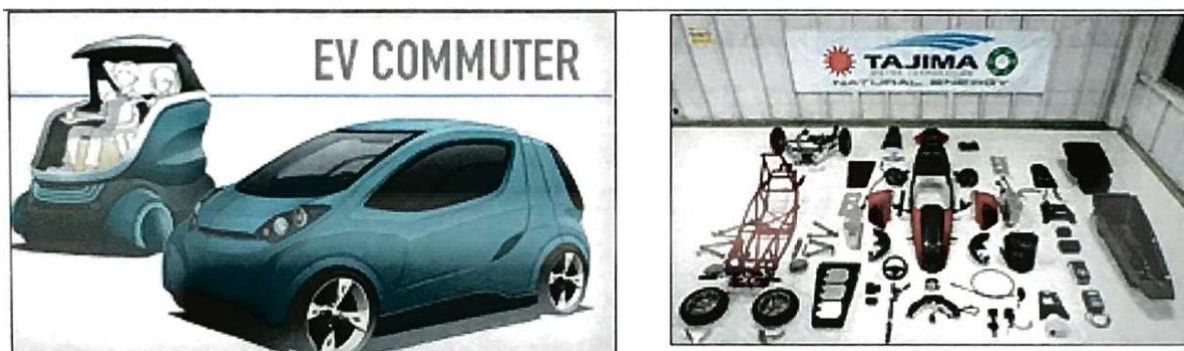


Рис.13. Компактный электромобиль, разрабатываемый АК «Тадзима Мотор Корпорейшн»

Примеры проектов оживления региональной экономики путем внедрения передовой технологии

(Квадрант 2 «Производство - инновации»)

Что понимается под передовыми технологиями?

Начиная с 18-го века капитализм прошел через четыре промышленные революции. С первой промышленной революцией связано изобретение и внедрение в производство паровой машины и прядильного станка, вторая была связана с развитием машин и энергетики на основе угля и пара. В настоящее время совершается переход от третьей промышленной революции, чьей основой было стремительно расширение областей применения информационно-коммуникационных технологий, к четвертой, основой которой является автоматизация всех отраслей промышленности, искусственный интеллект, интернет вещей. Таким образом, под передовыми понимаются те технологии, которые относятся к Четвертой промышленной революции. (см.Рис.14)



Рис.14. Основные характеристики промышленных революций

Пример 8. Внедрение интернета вещей в автобусные перевозки пассажиров (Хоккайдо, АК «Токати Бас»)

Компания, которая осуществляет перевозки пассажиров, разработала приложения для мобильных смартфонов, для поиска подходящего автобусного маршрута. (см.Рис.15) Приложение указывает ближайшую остановку автобуса, время в пути до точки назначения, рестораны и гостиницы вблизи остановки автобуса, которыми может воспользоваться пассажир. Еще одно приложение показывает координаты нахождения автобуса и время его приезда на остановку. Такие услуги удобны не только для жителей, но и для туристов. С началом внедрения указанной технологии впервые за 40 лет в Японии было зафиксировано увеличение пассажирооборота.



Рис.15. Автобусы компании «Токати Бас» и мобильное приложение

Пример 9. Разработка костюма для облегчения сельхоз работ (Вакаяма, Университет Вакаяма, «Пауэр Ассист Интернэшнл», венчурное предприятие, созданное университетом)

Спецификой сельского хозяйства в Японии является то, что в нем занято большое количество пожилых людей, которым в силу этого приходится совершать серьезные физические усилия. Компания «Пауэр Ассист Интернэшнл» на основе технологий робототехники разработала костюм, предназначенный для облегчения ведения сельскохозяйственных работ. В частности, его используют фермеры, выращивающие мандарины на склонах гор, и которым приходится переносить тяжелые ящики с фруктами по крутым склонам. (см.Рис.16)



Рис.16. Костюмы для облегчения ведения сельхозработ

Пример 10. Устройство помощи при ходьбе с функцией автоматической регулировки (префектура Осака, АК «Кова», АК «РТ Воркс»)

На основе технологий робототехники сконструировано устройство, помогающее пожилым совершать длительные по времени прогулки. Изделие оснащено GPS, устройством связи и измерителем пройденного расстояния. В зависимости от физического состояния пользователя, устройство для ходьбы может увеличивать свою мощность, тем самым облегчая пожилому человеку нагрузку до безопасного уровня. (см.Рис.17)



Рис.17. Устройство помощи при ходьбе для пожилых

Пример 11. Старинная фирма, увеличившая продажи с помощью интернет-торговли (Токио, АК «Накагава»)

Данное малое предприятие владеет двумя магазинами с богатой историей, торгующий эксклюзивными товарами для праздников и фестивалей под брендом «Асакуса Накая». На предприятии занято всего лишь 28 работников, но при этом магазин осуществляет выездную торговлю в 35 мест по всей Японии. В настоящее время предприятие внедрило информационные технологии и осуществляет интернет-торговлю, что позволило нарастить обороты, снизить зависимость объемов торговли от сезона и сократить себестоимость. (см.Рис.18)

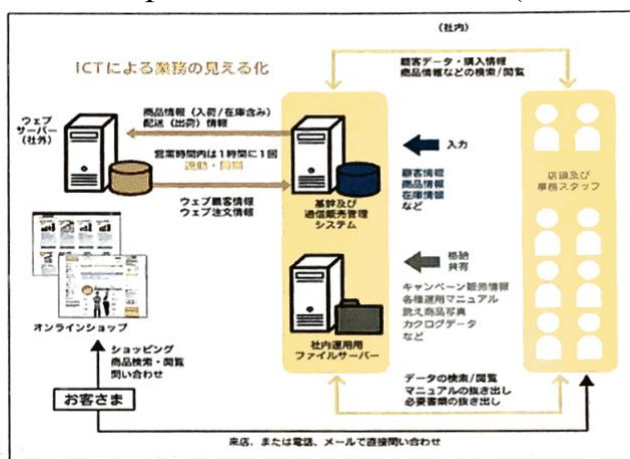


Рис.18. Фирма, нарастившая обороты за счет интернет-торговли

Примеры проектов оживления туристической индустрии (Квадрант 3 «Услуги - инновации»)

Основные направления развития регионального туризма

Развитие регионального туризма в Японии базируется на новой концепции организации туристической деятельности. Она разделяет сферу туризма на два основных сегмента (см.Рис.19):

- Туризм мест отправления,
- Туризм мест прибытия.

Туризм мест отправления характеризуется тем, что основные игроки здесь - крупные туристические компании, отправляющие большие группы туристов. Программы для этих групп планируются самими туристическими компаниями, они же осуществляют формирование групп в месте их отправки. Целями таких

поездок обычно являются знакомство с местной кухней, шоппинг, экскурсии. Каналами рекламы туров выступают телевидение, журналы, брошюры.

Туризм мест прибытия отличается тем, что он прежде всего ориентирован на привлечение небольших групп туристов, формирование и роспуск этих групп осуществляется непосредственно на месте прибытия, а планирование экскурсионных программ производится местными туристическими компаниями. Целями поездки при этом являются получение нового опыта, общение, учеба. Основным каналом рекламы является интернет.

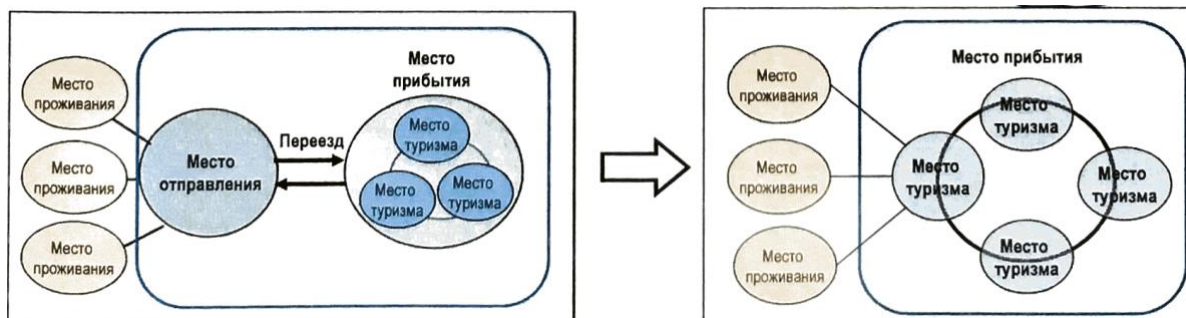


Рис.19. Характеристики туризма места отправления и места прибытия

Пример 12. Восстановление бизнеса старинной традиционной японской гостиницы с помощью ИКТ

Одним из популярных направлений местного туризма является для японцев остановка в так называемых рёканах - традиционных гостиницах в национальном стиле. Тем не менее, как показал опыт старейшей традиционной гостиницы Дзинъя, вполне возможна успешная интеграция такого рода заведений с современными информационно-коммуникационными технологиями. Президент компании, владеющей гостиницей, принял решение разработать специальное программное обеспечение, которое с помощью планшетов позволяло собирать данные, повышающие степень удовлетворенности клиентов от предоставляемых услуг. Все сотрудники этой гостиницы через специальное приложение передавали информацию о заказах и предпочтениях клиентов в соответствующие службы. Это также позволило снизить себестоимость и повысить прибыльность рёкана. (см.Рис.20)



Рис.20. Использование ИКТ для повышения прибыльности традиционной японской гостиницы

Пример 13. Создание совместной системы привлечения клиентов тремя конкурирующими местными гостиницами (Нагасаки, гостиницы «Кисётэй», «Хирадокайдзё» и «Рампу»)

Главной особенностью проекта является изменение модели: переход от конкуренции между собой к тесному сотрудничеству, интеграции услуг и на этой основе - привлечению большего количества клиентов. Три гостиницы договорились о подобной форме сотрудничества и запуске единого веб-сайта, так что у клиента не возникало вопросов - в какой именно из этих трех гостиниц он получит удовлетворяющий его уровень услуг - бронирование номеров, покупка туристических программ и т.д. (см.Рис.21)

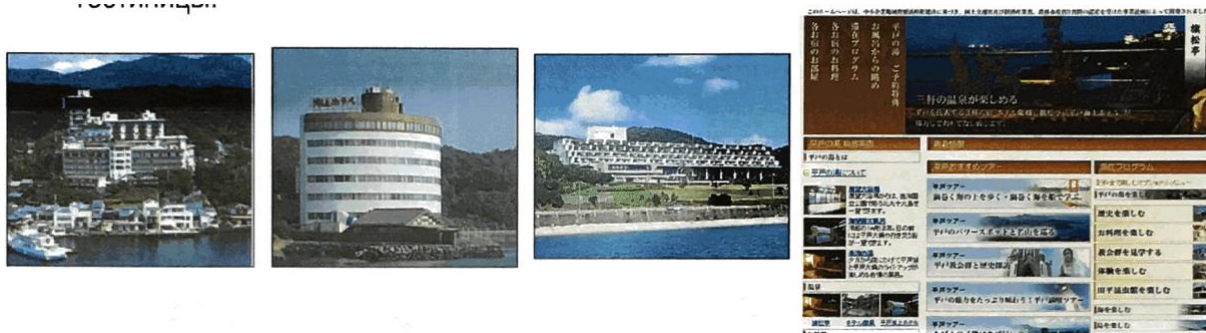


Рис.21. Три гостиницы, предоставляющие интегрированный комплекс услуг на основе ИКТ

Что такое «зеленый туризм»

Еще одним достаточно новым направлением развития местного туризма является так называемый «зеленый туризм». Согласно определению, данному Научным обществом Министерства сельского, лесного и рыбного хозяйства Японии, под «зеленым туризмом» понимается проведение времени в сельской, лесной или горной местности для получения удовольствия от общения с природой, культурой и людьми. (см.Рис.22)

«Зеленый туризм» позволяет городским жителям удовлетворить свои потребности в просторе и спокойствии, а сельским регионам получать дополнительный доход и новый импульс развития за счет диверсификации сельской экономики.



Рис.22. Что такое «зеленый туризм»

Пример 14. Развитие «зеленого туризма» (Нагано, Общественная туристическая корпорация «Южного Синсю»)

Акционерная компания, капитал которой был сформирован за счет 18 муниципалитетов и 10 частных компаний города Иида, первоначально специализировалась на организации городских образовательных экскурсий. В качестве нового направления было решено расширить туристические предложения за счет «зеленого туризма», в рамках которого школьникам, а затем и просто городским жителям предлагалось познакомиться с аграрным трудом и самим поучаствовать в различных видах сельхозработ. Среди других направлений, которые компания продолжает разрабатывать, - «Уход за сакурой», ловля рыбы в горной речке, сплав по реке на плотках. Кроме этого, разрабатывается собственная сувенирная продукция в партнерстве с местными фермерами и торговцами, открыт магазин по их продаже. (см.Рис.23)



Рис.23. Примеры «зеленого туризма»

Что такое «придорожная станция»

«Придорожная станция» - это программа, разработанная Министерством земель, инфраструктуры, транспорта и туризма Японии в 1993 году. Ее основная идея заключалась в создании на обычных дорогах зон стоянок и отдыха, аналогичных существующим на скоростных автострадах. Основными функциями таких станций являются общественное питание и отдых, сбор мусора, туалет, продажа местных сувениров и оригинальной продукции. К 2017 году по всей Японии насчитывалось 1117 «придорожных станций». Со временем функции таких станций стали расширяться, а они сами превращаться в многофункциональные туристско-развлекательные центры с гостиницами, горячими источниками, индустрией развлечения. (см.Рис.24) Их развитие способствовало оживлению экономики целого ряда регионов. В 2004 году программ «придорожных станций» была отмечена Всемирным банком, который выпустил методическое пособие для ее внедрения в других странах.



Рис.24. «Придорожные станции»

Пример 15. Развитие туризма места прибытия с центром в «придорожной станции» «Дом туризма на краю Кадзуно» (Акита, АК «Общественная корпорация туризма и продукции Кадзуно»)

Администрация города Кадзуно совместно с пятью частными компаниями воспользовались своими конкурентными преимуществами, которые состояли в том, что город располагает собственными горячими источниками и расположен в национальном парке «Товада-Хатимантай», и создали «Дом туризма на краю Кадзуно», который получил статус «придорожной станции» и был зарегистрирован как туристический оператор.

Возле «Дома туризма на краю Кадзуно» расположилась культурная зона, где выставлены повозки фестиваля Ханабаяси, которые внесены в список культурного наследия префектуры, а также плаза туристических товаров, где можно приобрести широкий ассортимент оригинальной местной продукции. Кроме того, имеются рестораны, площадь для проведения фестивалей. (см.Рис.25)

Популярными турами «туризма места прибытия» являются «Поход по всему Кадзуно» с восхождением на гору Хатимантай и купанием в горячих источниках, «Поход здоровья Юдзэ» с посещением ущелья Юдзэ и горячих источников, а также участие в фермерских работах.



Рис.25. «Дома туризма на краю Кадзуно»

Примеры проектов создания местных брендов

(Квадрант 4 «Услуги - рынок»)

Что такое местные бренды

Местный бренд - это имеющая ценность зарегистрированная торговая марка, которая представляет оригинальный местный продукт или сам регион, имеет признаваемое множеством людей определенное значимое превосходство по отношению к похожим продуктам или регионам, а потому устойчиво выбирается потребителями.

Важнейшими характеристиками бренда является то, что он обязательно повышает ценность товара и при этом все равно устойчиво выбирается потребителем, готовым платить за него более высокую цену. Ярким примером может быть бренд скумбрии «секи», которая вылавливается в определенном месте Японии, но, по сути, практически ничем не отличается от других аналогичных скумбрий. Однако именно данный бренд предпочитается японцами и при этом имеет более высокую стоимость.

Выделяется четыре основных области, где создаются местные бренды:

- Бренд оригинальной продукции (хочется купить),
- Бренд туристического места (хочется приехать),
- Бренд региона как делового партнера (хочется заключать сделки),
- Бренд места проживания (хочется жить).

Пример 16. Дыни Юбари (Хоккайдо, сельскохозяйственный кооператив Юбари)

В 2006 году город Юбари, когда-то процветавший благодаря угольной промышленности, был объявлен банкротом после закрытия угольных шахт. Тогда было принято решение развивать сельскохозяйственную специализацию, в результате чего был разработан сорт дыни «Юбари», ставшей всеяпонским брендом. Дыня отличалась красноватым цветом мякоти и более высоким содержанием фруктозы. Данный проект стал пионерным в сфере брендинга сельскохозяйственной продукции. Этому способствовал тщательный контроль качества продукции, а также регистрация торговой марки. В качестве поддержания интереса к бренду ежегодно проводится аукцион по продаже первого урожая дынь, по итогам которого цена может достигать до 1 млн. иен за две дыни. В магазинах стоимость дыни «Юбари» в 4-5 раз превосходит стоимость обычных дынь. Особо ценится «сеточка» на коже дыни, которая является символом здоровья и долгих лет жизни, поэтому на дыне не должно быть ни единой царапины, что предъявляет особые требования к сбору и транспортировке продукции до мест реализации. (см.Рис.26)



Дыня Юбари 4000 иен

Дыня К 900 иен

Рис.26. Дыни Юбари и обычные дыни. Аукцион дынь Юбари.

Пример 17. Город Сэндай - город лесов и город Масамунэ Датэ

Город Сэндай - это миллионный город на северо-востоке Японии, основанный знаменитым феодалом средневековья Масамунэ Датэ. Символами города являются аллея дзельквы на улице Дзёдзэндзи и замок Аоба. Город стал себя позиционировать как «город лесов» еще сто лет назад, выбрав для этого персонажа Масамунэ Датэ. Эти два элемента и составили туристический бренд Сэндая, привлекающий в город не только туристов, но и бизнес. Как результат, город имеет устойчивую репутацию места, где по опросам населения, наибольший процент опрошенных хотел бы жить и работать. Когда в Японии распространилась мода на персонажей-талисманов, город выбрал себе маскотом Кота Масамунэ - забавного кота в самурайском облачении. (см.Рис.27)



Рис.27. Один из символов Сэндая - аллея дзельквы, а также бренды города

Что может быть взято из японского опыта для подъема регионов РФ

Использование японского опыта в сфере оживления экономики регионов и муниципалитетов может осуществляться, прежде всего, через создание похожего механизма по отбору и запуску проектов, инициаторами которых выступают органы власти через соответствующие конкурсы, в которых смогут принять самое широкое участие малые и средние предприятия. В этом случае органы власти региона или местного самоуправления объявляют открытый конкурс по приему заявок со стороны предпринимателей на проекты, которые могут оказать наиболее эффективное воздействие на экономику, а победившие проекты получают финансовую поддержку в виде грантов, кредитов, налоговых послаблений и т.д.

Вторым направлением является стимулирование реализации межотраслевых проектов, когда на предприятиях внедряется ноу-хау из других отраслей.

Третье направление заключается в привлечении вузов к организации совместных проектов в сфере оживления экономики региона, в котором они расположены. При этом определить, что уровень вклада вуза в развитие региона будет влиять на объемы поддержки его деятельности со стороны самого региона и его органов власти. Показателями эффективности такой работы могут быть количество создаваемых вузами венчурных фирм, количество совместных проектов с предприятиями региона.

Четвертое направление - брендинг оригинальной местной продукции, создание брендов отдельных городов региона, не обязательно наиболее крупных, небольших поселений. Все это будет способствовать развитию каналов сбыта и рекламы местной продукции и экономики региона в целом.

Литература

1. Активизация региональных экономик. Материалы к стажировке ОЛТ в Японии, октябрь-ноябрь 2017 года.

2. Комацу С. Эпоха диверсификации и отраслевая структура, NIRA.

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Железнякова Юлия Евгеньевна
кандидат исторических наук,
доцент кафедры менеджмента
Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования «Казанский государственный
энергетический университет»
JZheleznyakova-kgeu@yandex.ru,

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОКУМЕНТАМИ

THE DIGITAL ECONOMY AND NORMATIVE REGULATION IN THE SPHERE OF RECORDS MANAGEMENT

В статье сконцентрировано внимание на вопросах нормативного регулирования программы «Цифровая экономика» в области управления документами. Программа «Цифровая экономика» актуализировала проблему отсутствия в законодательстве Российской Федерации единого определения понятия «электронный документ», явилась фактором развития нормативно-правовых и нормативно-методических актов, относящихся к работе с информацией и документацией, управлению документами.

Ключевые слова: цифровая экономика, управление документами, данные, электронные документы.

Annotation: the article focuses on regulatory issues of the "Digital economy" program, primarily in the field of records management. The program "Digital economy" actualized the problem of lack of a single definition of the concept "Electronic Records" in the legislation of the Russian Federation, was a factor in the development of laws relating to the work with information and documentation.

Keywords: Digital economy, records management, data, electronic records

В Программе «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от

28.07.2017 № 1632-р определены цели, задачи, направления и сроки реализации основных мер государственной политики по созданию необходимых условий для развития в России цифровой экономики, в которой данные в цифровом виде являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности. Программа определяет пять базовых направлений развития цифровой экономики в России на период до 2024 года: нормативное регулирование; кадры и образование; формирование исследовательских компетенций и технических заделов; информационная инфраструктура; информационная безопасность [1]. Поскольку данные в цифровом виде названы «ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности», необходимо акцентировать внимание на том, что если на основании данных принимаются управленческие решения, то это уже не просто данные — это документы, и не важно, в каком виде и формате они были созданы и сохранены [2].

Документ — зафиксированная на материальном носителе идентифицируемая информация, созданная, полученная и сохраняемая организацией или физическим лицом в качестве доказательства при подтверждении правовых обязательств или деловой деятельности. [3].

В декабре 2017 года Правительственной комиссией по использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности был утвержден План мероприятий по направлению «Нормативное регулирование» программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [4].

Рассмотрим этот план точки зрения регулирования сферы управления документами. Управление документами — совокупность планомерных и эффективных действий по созданию, использованию, хранению и уничтожению документов в организациях с целью доказательства проведения деловых (управленческих) операций [3]. Нормативное регулирование сферы управления документами предполагает прежде всего, разработку новых нормативно-правовых и нормативно-методических актов, внесение изменений в действующую нормативную базу.

Согласно плану мероприятий по направлению «Нормативное регулирование» программы «Цифровая экономика Российской Федерации» уже к концу 2018 года должен быть разработан и принят федеральный закон в части уточнения понятия электронного документа, определения процедур хранения документов, в том числе электронных, использования и хранения электронного дубликата (электронного образа) документа. Должны быть внесены изменения в Федеральные законы "Об архивном деле в Российской Федерации", "Об

обязательном экземпляре документов", "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и/или иные нормативные правовые акты в части уточнения понятия электронного документа, определения процедур хранения документов, в том числе электронных, использования и хранения электронного дубликата (электронного образа) документа.

Ожидаемый результат:

1) Определены и уточнены: понятие электронного дубликата/образа бумажного документа и иные необходимые понятия; условия признания юридической силы электронного документа (в том числе в процессе его долговременного и постоянного хранения); определена структура электронного документа, в том числе необходимого и достаточного набора метаданных для обеспечения долговременного и постоянного хранения электронных документов; установлены единые функциональные, технические и технологические требования к процессу передачи электронных документов из информационных систем на долговременное и постоянное хранение; установлены функциональные, технические, технологические требования к системе хранения, комплектования, учета и использования электронных документов; требования к процедуре идентификации и аутентификации субъектов при предоставлении им доступа к электронным документам, находящимся в режиме хранения; критерии и/или перечень документов, которые существуют только в электронном виде; сформированы нормативные основы функционирования общероссийского архива электронных документов; принципы обеспечения юридической силы документов, полученных в результате преобразования из бумажной в электронную форму, а также из электронной формы в бумажную, в том числе с возможным последующим уничтожением исходного документа на бумажном носителе; требования к формату архивного электронного документа, устанавливающие в том числе требования к процедуре преобразования электронных документов в архивный формат, а также виды электронной подписи на документах, передаваемых на долговременное хранение, в случае если в федеральном законе они не установлены, либо в том случае, когда требуемый вид электронной подписи целесообразно изменить; требования к порядку уничтожения электронных документов по истечении сроков хранения; требования к порядку преобразования электронных документов в новые форматы и/или переносу в новые информационные системы для обеспечения их сохранности.

2) Установлены требования к обеспечению соответствия систем хранения электронных документов требованиям по безопасности информационных систем, программно-аппаратных комплексов и программного

обеспечения, устанавливаемым федеральным органом исполнительной власти в области обеспечения безопасности и федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области противодействия техническим разведкам и технической защиты информации, а также требований по проведению контроля выполнения указанных требований по информационной безопасности, в том числе в форме аудита безопасности.

3) Установлена возможность хранения документов по месту нахождения исполнительного органа и в иных местах, установленных уставом либо иным локальным нормативным актом; возможность хранения корпоративных документов в электронном виде.

4) Установлены требования к процедуре передачи электронных документов организации на хранение в общероссийский архив электронных документов либо в иной государственный (муниципальный) архив, имеющий соответствующие технические и технологические возможности.

5) Исключены коллизии в определении понятия "электронного документа" между Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом "Об информации, информационных технологиях и защите информации".

6) Установлена обязанность организаций и государственных органов принимать документы в виде электронных документов и/или электронных дубликатов документов; исключена обязанность гражданина предоставлять уже выданные ранее государственным органом оригиналы (копии) документов, необходимые для предоставления государственных услуг.

Из доклада директора Всероссийского научно-исследовательского института документоведения и архивного дела (ВНИИДАД) доктора юридических наук, профессора Н.Н.Куняева на состоявшемся в мае 2018 года научно-методическом совете архивных учреждений Центрального федерального округа Российской Федерации «План мероприятий по направлению «Нормативное регулирование программы «Цифровая экономика» следует, что Федеральному архивному агентству (Росархиву) предстояло принять непосредственное участие в процедуре внесения изменений в действующие нормативно-правовые акты, относящихся к сфере управления документами, и конечно же, в пересмотре и актуализации ее нормативно-методической базы. Прежде всего стандарта ГОСТ Р 7.0.8- 2013 «Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения»; ГОСТ Р ИСО 23081-1-2008 СИБИБД «Процессы управления документами. Метаданные для документов. Часть 1. Принципы».

В планах ВНИИДАД также разработка стандарта ГОСТ Р ИСО 15489-1:2019 «СИБИБД. Управление документами. Основные положения» на основе

ISO 15489-1:2016 “Управление документами: понятие и принципы. Этот стандарт предлагает набор «готовых к использованию в электронной среде» принципов, лежащих в основе управления документами, а также описания ключевых методов, инструментов и процессов создания, захвата и управления документами во всех формах.”.

Обращается внимание на стандарт ISO 17068: 2017 «Информация и документация — хранилище доверенной стороны», который устанавливает функции хранилища доверенной третьей стороны, технологические требования к хранилищу, включающие требования проставления метки времени, восстановление после сбоев и другие, операционные требования, а также на ГОСТ Р 54719-2011 «Архивирование телерадиопрограмм. Описание аудиовизуальных материалов. Структура метаданных». Данный ГОСТ описывает формирование контейнера, который позволяет независимо от платформы хранить медиаконтекст и связанные с ними метаданные.

ВНИИДАД рассматривает также возможность адаптации стандарта ISO / IEC 12034-1: 2017 «Информационные технологии. Формат архивирования и обмена данными (AXF). Часть 1. Структура и семантика [5].

С точки зрения известного эксперта в области управления документами и их архивного хранения Н.А.Храмцовой в настоящее время актуальной задачей является перевод на русский язык и принятие в качестве национального стандарта международного стандарта открытой архивной информационной системы (Open Archival Information System, OAIS). Также Н.А.Храмцовская делает акцент на проекте стандарта, разработанного международной организацией по стандартизации ISO 14641:2018 «Управление документами — Проектирование и эксплуатация информационной системы для обеспечения долговременной сохранности электронных документов — Требования» [2], который также может быть полезным в ходе реализации программы цифровой экономики.

Литература

1. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации». URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>.
2. Кто не идет вперед, тот не идет назад. Блог Наташи Храмцовой. URL: <https://rusrim.blogspot.com/search/label/цифровая%20экономика>
3. ГОСТ Р ИСО 15489-1-2007. Национальный стандарт Российской Федерации.

Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Управление документами. Общие требования. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_135548/1ba88fd7ca347bc3049beb3c6cd1085ffb18aa1c/.

4. План мероприятий по направлению «Нормативное регулирование» программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. Правительственной комиссией по использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности (протокол от 18 декабря 2017 г. № 2). URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=287575#09340204823091174>

5. Куняев Н.Н. Проблемы нормативного регулирования в цифровой экономике. Задачи документоведения и архивоведения. Презентация доклада на научно-методическом совете архивных учреждений Центрального федерального округа Российской Федерации «План мероприятий по направлению «Нормативное регулирование программы «Цифровая экономика» (15-18 мая 2018 года, г.Калуга). URL: http://www.vniidad.ru/index.php?option=com_content&view=category&id=238&Itemid

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ ТАТАРСТАНЦА: МЕТОДОЛОГИЯ, ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Махиянова Алина Владимировна
доктор социологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник
Центра перспективных экономических исследований
профессор кафедры менеджмента
Казанского государственного энергетического университета
socavm@rambler.ru

ЖИЛЬЕ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

HOUSING AS AN INDEX OF QUALITY OF LIFE AND SOCIO-ECONOMIC POSITION OF THE POPULATION

Аннотация: в статье приводятся данные социологического исследования, в котором изучались различные параметры качества жизни населения; продемонстрирована оценка жилья и раскрыты основные направления, которые используются населением для его улучшения; выявлено отношение к программе социальной ипотеки.

Ключевые слова: жилье, качество жизни, социально-экономическое положение.

Abstract: in the article data of sociological research in which various parameters of quality of a life of the population were studied; the assessment of housing has been demonstrated and the main areas that the population uses to improve it have been disclosed; the attitude to the program of social mortgage is revealed.

Keywords: housing, quality of life, socio-economic status.

Категория «качество жизни» является достаточно объемной, она охватывает все стороны жизнедеятельности человека, однако при этом все это многообразие можно проанализировать с точки зрения способности человека удовлетворять свои насущные потребности, в том числе и относительно жилья.

В ходе исследования было проведено сравнение параметра жилья с такими составляющими качества жизни как возможность питаться, одеваться и проводить свободно время [1].

Согласно полученным данным потребительские возможности населения можно условно разделить на две группы. К первой относятся возможности питаться, одеваться и жилищные условия, которые в целом удовлетворят большинство жителей (2,4; 2,15 и 2,22 балла). Во вторую группу вошли оценки возможности проводить свободное время, обновлять предметы длительного пользования и отдыхать в период отпуска (1,97; 1,71 и 1,72 балла). В реализации данных возможностей у населения присутствуют определенные сложности и затруднения (рис. 1).

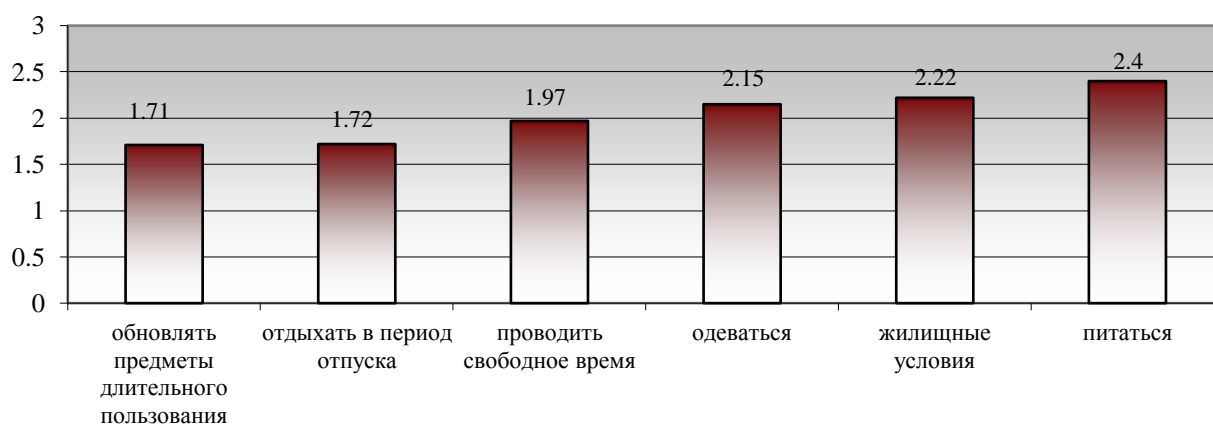


Рис. 1. Оценка потребительских возможностей (по 3-балльной шкале)

Большинство респондентов, принявших участие в опросе, проживают в своей собственной квартире (доме) (59,7%), каждый десятый – с родителями в их квартире (доме) или арендует квартиру (дом) (12,1 и 12,6 %). Доля тех, кто имеет жилплощадь в общежитии, составляет 4,9 %. При этом 10,7 % проживают в ипотечной квартире.

Решение жилищных проблем во многом зависит от материальных возможностей населения для приобретения жилья. Согласно полученным данным, треть респондентов оценивает свои перспективы на покупку жилья как низкие (36,3 %). Одна пятая часть опрошенных считает их средними (21,5 %), и только 3,2 % называют их высокими. Вариант «я еще не работаю и в ближайшее время не планирую приобретать жилье» выбрали 14,5 % респондентов. Доля затруднившихся с ответом составила 24,5 % опрошенных.

Более половины населения называют свои жилищные условия удовлетворительными (54,8 %). Треть опрошенных считает их хорошими и одна десятая – плохими (31,4 и 12,7 %) (рис. 2).

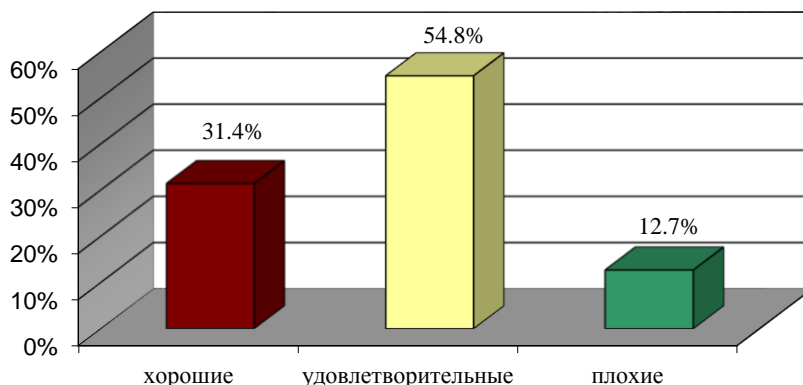


Рис. 2. Оценка жилищных условий

В ходе исследования блок вопросов был посвящен отношению к программе социальной ипотеки. Каждый третий житель знает о программе социальной ипотеки только поверхностно (34,2 %). Число убежденных в том, что она дает шансы малоимущим на приобретение жилья, составляет 27,7 % от общего числа опрошенных. Доля тех, кто считает программу недоступной из-за плохого материального положения семьи, составляет 38,1 % опрошенных, тогда как каждый десятый уверен в том, что программа провозглашена только на бумаге (12,4 %).

Каждый пятый житель изъявил желание принять участие в программе социальной ипотеки (20,3 %), тогда как остальные не готовы к этому – 79,7 % опрошенных.

Что же останавливает столь большое количество жителей от участия в программе? В первую очередь, это высокие проценты (34,7%). В-вторых, отсутствие стабильности в доходах семьи и неверие в будущее программы (23,2 и 20,3 %). В-третьих, жителей не устраивает необходимость долгого ожидания очереди на получение жилья (13,3%). Стоит также отметить, что одна пятая часть населения не относит себя к категории лиц, имеющих право на получение жилья по программе социальной ипотеки, а одна десятая часть принадлежит к категории лиц, не имеющих возможности получения кредита (19,2 и 10,5 %) (рис. 3).

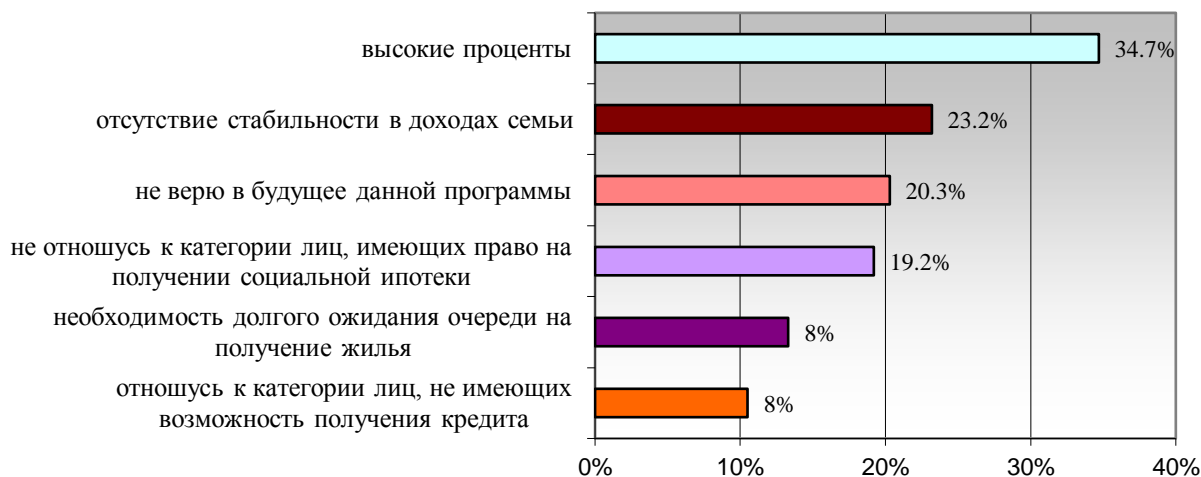


Рис. 3. Причины нежелания участвовать в программе социальной ипотеки

Среди мер, способствующих улучшению жилищных условий, наиболее востребованы разработка программ, предусматривающих приобретение жилья для семей со средними и низкими доходами, и государственное регулирование цен на жилье (42,3 и 32,3 процента). Развитию государственного жилищного строительства, бюджетному финансированию отрасли поручают 27,2% респондентов. За установление Центробанком РФ потолка процентной ставки по ипотечному кредиту и за борьбу с коррупцией выступили четверть опрошенных (25,4 и 25,3 %).

На необходимость обеспечения правовой защиты граждан, в частности участников долевого строительства, указали 20 % участников опроса. Меры по совершенствованию жилищного законодательства и снижению административных барьеров для застройщиков, а также борьбу с бюрократией поддержали 14,8 и 14,2 % опрошенных. Меньшей популярностью у респондентов пользовались мероприятия, направленные на регулирование деятельности риелторских агентств и установление четких градостроительных норм (11,9 и 5,7 %). Число затруднившихся с ответом составило 8,9% от общего количества участников опроса (рис. 4).



Рис. 4. Меры по улучшению жилищных условий населения

Таким образом, жилищные условия в рейтинге потребительских возможностей населения находятся среди лидеров и значительно опережают возможности проводить свободное время, обновлять предметы длительного пользования и отдыхать в период отпуска. При этом население условно можно поделить на две примерно равные части: имеющих собственное жилье и не имеющие его. Только одна десятая часть считает свои жилищные условия плохими, не изъявляя при этом желание принять участие в программе социальной ипотеки. Их отпугивают высокие проценты и отсутствие стабильности в доходах семьи. Именно этим можно объяснить высокую востребованность в программах, предусматривающих приобретение жилья для семей со средними и низкими доходами, а также государственное регулирование цен на жилье.

Литература

1. Махиянова А.В. Методика составления социального портрета населения / А.В. Махиянова // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2015. – № 1. – С. 77-81.

*Габдуллина Эльвира Натфуловна
кандидат социологических наук, доцент,
преподаватель кафедры менеджмента
Казанского государственного энергетического университета
Elvira300484@bk.ru*

ПЕРЕПОДГОТОВКА И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ НАСЕЛЕНИЯ

RETRAINING AND IMPROVEMENT OF QUALIFICATION AS AN ECONOMIC STRATEGY OF THE POPULATION

Материал статьи основан на результатах авторского социологического исследования, которое было посвящено изучению различных способов переподготовки и повышения квалификации, которые использует трудоспособное население. В статье приводятся данные о видах профессиональной подготовки, оценки возможности трудоустройства и места переподготовки, которым население отдает предпочтение.

Ключевые слова: образование, переподготовка, повышение квалификации, экономические стратегии.

The material of the article is based on the results of the author's sociological research, which was devoted to the study of various methods of retraining and advanced training that are used by the working-age population. The article provides data on the types of vocational training, assessment of employment opportunities and places of retraining, which the population prefers.

Keywords: education, retraining, professional development, economic strategies.

Образование и различные способы его повышения приобретают характер экономической стратегии, направленной на улучшение материального положения, которые не только позволяют повысить свой заработок, но и увеличить шансы на трудоустройство и последующий карьерный рост. Как показывают региональные исследования образование в целом все больше

начинает приобретать роль экономического фактора как в жизни отдельной личности, так и общества в целом [1, 2, 3]. С целью получения детализированной картины происходящих тенденций автором было проведено социологическое исследование жителей г. Казани. В выборку вошли респонденты трудоспособного возраста старше 18 лет. Опрос был проведен методом формализованного анкетирования.

Согласно полученным данным подавляющее большинство опрошенных не проходило подготовку (переподготовку) на другую профессию (70,5 %). Четверть опрошенных столкнулась с данной необходимостью (26,5 %). Остальные 3 % затруднились ответить.

Исследование показало, что каждый третий не проходил профессиональную подготовку (33,7%). Каждый четвертый респондент затруднился ответить на этот вопрос (24%), тогда как каждый пятый прошел повышение квалификации по специальности (21,7%). Каждый десятый опрошенный имеет первичную профессиональную подготовку по рабочей специальности (11,5%), или второе высшее (7,3%). Меньшая часть респондентов выбрала другой вариант ответа (1,8%) (Рис. 1).

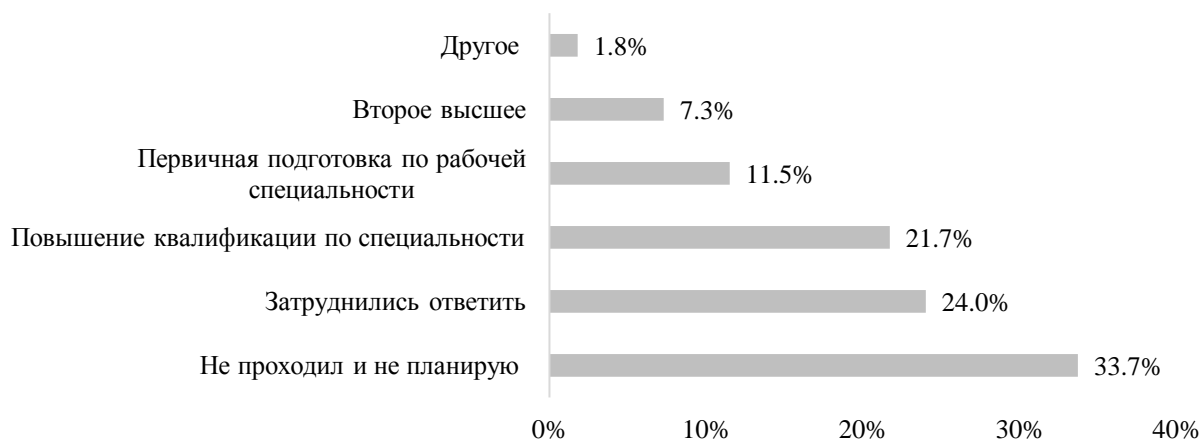


Рис. 1. Виды профессиональной переподготовки

Относительно планов профессиональной подготовки исследование выявило следующую картину. Несмотря на то, что присутствовала достаточно весомая доля затруднившихся ответить на этот вопрос (43,7%), каждый четвертый указал на то, что не планирует проходить ее в ближайшем будущем (24,3%). Одна пятая часть респондентов собирается пройти повышение квалификации по специальности, а одна десятая часть планирует получить второе высшее образование (17,7 и 9,5%). Только 3,3% респондентов ориентированы на прохождение подготовки по рабочей специальности. Другие

варианты были связаны с изучением иностранных языков и переориентацией в область физкультуры и спорта (1,5%) (Рис. 2).



Рис. 2. Виды профессиональной переподготовки, которые планируется пройти

В целом доминирует мнение, что именно обучение, подготовка и переподготовка помогли им трудоустроиться (34,2 %). Некоторые признают их частичное влияние, аргументируя тем, что устроились по другой специальности (33,5 %). Если каждый пятый участник опроса затруднился ответить на этот вопрос, то каждый десятый убедительно заявил, что обучение и переподготовка не помогли ему в дальнейшем трудоустройстве (23,1 и 9,2 %) (Рис. 3).



Рис.3. Помощь обучения и профессиональной переподготовки в трудоустройстве

Треть респондентов отдает свое предпочтение организациям, осуществляющим переподготовку на базе ВУЗов или на предприятии (34,7 и 28,2%). Каждый шестой участник опроса доверяет либо учебным центрам службы занятости, либо организациям на базе техникумов (17,8 и 16%). И только одна десятая часть остановила свой выбор на коммерческих организациях (9,2%). Для каждого пятого респондента не имеет значения специфика и направленность организации, которая осуществляет переподготовку (26,5%) (Рис. 4).

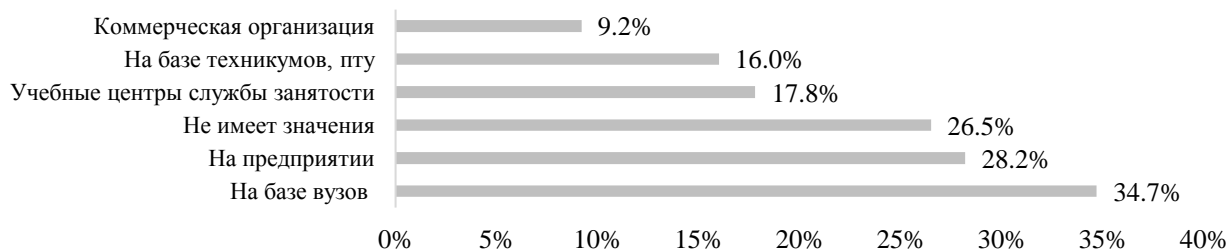


Рис. 4. Места переподготовки, которым отдается предпочтение

Картина причин выбора новой специальности следующая. Доминантой выступает высокий доход (59,5%). Незначительно по количеству выборов уступает возможность трудоустройства(41,7%). Одна пятая часть опрошенных получила бы новую специальность, ориентируясь на легкость обучения (19%). Почти столько же респондентов освоили новую специальность при отсутствии вредности и нагрузок (21,2%). Возможность совмещения с другой работой и повышение социального статуса привлекают 14,7 и 16 %, тогда как возможность работы на дому 7,8% участников опроса. Остальные предложили свой вариант ответа (2%) (Рис. 5).



Рис. 5. Причины выбора новой специальности и переподготовки

Согласно результатам исследования только четверть респондентов столкнулась с необходимостью переподготовки на другую специальность. Каждый пятый из них прошел повышение квалификации, а каждый десятый – профессиональную подготовку по рабочей специальности или получил высшее образование.

Относительно планов на будущее стоит отметить достаточно высокий процент затруднившихся ответить. Среди тех, кто определился, каждый пятый планирует повысить квалификацию по специальности, а каждый десятый получить высшее образование. При этом каждый третий признает помощь переподготовки в дальнейшем трудоустройстве и ожидает после получения новой специальности повышение уровня своего дохода и шансов на трудоустройство. Приоритетными местами профессиональной переподготовки

признаются вузы и предприятия, тогда как учебные центры, техникумы, ПТУ и коммерческие организации вызывают меньше доверия.

Литература

1. Ельшин Л.А., Сафиуллин М.Р. Традиционное поле функционирования региональной высшей школы и разработка парадигмы ее развития (на материалах Республики Татарстан) // Современное образование. – 2018. – № 2. – С. 86-94.
2. Махиянова А.В. Методика оценки мнения населения по социальным проблемам общества // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2014. – № 2. – С. 70-75.
3. Махиянова А.В. Жизненные ценности современной личности: состояние и роль агентов социализации в их формировании // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2014. – № 1-4. – С. 99-102.

РАЗРАБОТКА МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ МНЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ О ПРОВОДИМЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕОБРАЗОВАНИЯХ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

*Корунова Валерия Олеговна
научный сотрудник отдела качественных исследований
Центра перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан
Valeriya.Korunova@tatar.ru*

СОЦИАЛЬНЫЕ НАСТРОЕНИЯ РОССИЯН: ОБЗОР ДИНАМИКИ И ИНТЕРПРЕТАЦИОННАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ЧАСТНЫХ ИНДЕКСОВ

SOCIAL MOODS OF RUSSIANS: AN OVERVIEW OF DYNAMICS AND THE IMPORTANCE OF THE INTERPRETATION OF THE PARTIAL INDICES

Работа подготовлена в рамках НИР «Оценка социальных настроений жителей российского мегаполиса на основе современных нейросетевых и геоинформационных подходов (на примере г. Казани)», осуществляемого при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований и Правительства Республики Татарстан (проект № 18-411-160008).

В статье приводится обзор замеров индекса социальных настроений россиян, реализованных специалистами Левада-Центра в 2002–2018 гг. Подчеркивается важность обращения к частным индексам, заключающаяся в возможности обнаружения проблемных областей функционирования общества и более грамотного интерпретирования периодов роста и спада в динамике распределений индекса социальных настроений.

Ключевые слова: *социальные настроения россиян, индекс социальных настроений, ИСН, частный индекс личного положения, частный индекс*

текущего положения России, частный индекс ожиданий, частный индекс оценок деятельности государственной власти, Левада-Центр.

The article provides an overview of the measurements of the index of social moods of Russians, performed by the specialists of the Levada Center in 2002-2018. Stresses the importance of turning to a private index, consisting in the possibility of detecting problem areas in the functioning of society and more competent in interpreting periods of growth and decline in the dynamics of the distributions of the index of social moods.

Key words: social moods of Russians, social sentiment index, ISM, private personal situation index, a private index of the current situation of Russia, private expectations index, a private index for evaluating the performance of the government, the Levada Center.

Индекс социальных настроений (далее – ИСН) представляет собой интегральный показатель динамики массового сознания, чутко реагирующий на все изменения политической, экономической и социальной сфер общественной жизни, обнаруживающий проблемные точки в развитии государства и предсказывающий их образование. В соответствии с методикой Левада-Центра, специалистами которого ИСН рассчитывается с начала 1990-х годов, он складывается из представлений населения о социально-экономическом положении своей семьи, о сильных сторонах и слабостях политики и экономики в стране, из характера ожиданий населения от будущих изменений жизни, а также из уровня его доверия к базовым властным институтам. В составе ИСН, соответственно, – четыре частных индекса, рассчитываемых исходя из соотношения позитивных и негативных оценок по вопросам каждого тематического блока анкеты; при этом практика избегания отрицательных значений приводит к их суммированию со 100 баллами, что в итоге определяет интервал изменений ИСН и частных индексов равным от 0 до 200, а значения меньше 100 – говорящими о преобладании негативных оценок [1], [2].

Логично предположить, что динамика изменения каждого из частных индексов – это маркер конкретных реальных изменений в политической, экономической и социальной сферах общественной жизни [3], и что эффективное, конструктивное с точки зрения выстраивания управленческой стратегии использование ИСН должно быть отмечено особенно пристальным вниманием к его частным индексам [4]. Аргументируя данное положение, обратимся к результатам многолетних обследований Аналитического Центра

Юрия Левады. Так, результаты замеров ИСН россиян с 2002 по 2018 годы, демонстрируя преобладание отрицательных оценок, тем не менее, почти не обнаруживают постоянных тенденций к изменениям и, следовательно, не указывают на проблемные периоды – график распределений «скачет», и информативными представляются лишь значительный устойчивый рост показателя с 2005 года до 2008 (повышение на 24 пункта с 71 в 2005 до 95 в 2008), а также «яма» на стыке 2008 и 2009 годов (падение значения индекса на 20 пунктов с 95 в 2008 до 75 в 2009) (рис. 1).

Намного более «ровно» идет, к примеру, графическое изображение распределений частного индекса личного положения россиян, на фоне чего тенденциозность и «внезапность» изменения оценок (преимущественно позитивных) более заметны. Последовательное повышение значений показателя со 105 в 2002 году до 128 в 2008 сменяется ямой на стыке 2008-2009 годов (падение на 32 пункта со 128 в 2008 до 96 в 2009), после чего следуют постепенный скачкообразный рост (с 96 в 2008 до 124 в 2014) и новое падение на 27 пунктов (со 124 в 2014 до 97 в 2016). Последние два года отмечены устойчивым ростом частного индекса личного положения россиян (с 97 в 2016 до 121 в 2018) (рис. 2) [5].

Очевидно, что изменения первого из четырех частных индексов, из усреднения значений которых производится расчет ИСН, связаны, в первую очередь, с изменением социально-экономического положения россиян и их семей и лишь затем – с изменением настроения опрашиваемых. Так, из двух вопросов анкеты, по ответам на которые рассчитывается частный индекс личного положения, вопрос «Как Вы считаете, за последний год Ваша жизнь (жизнь Вашей семьи) стала лучше, хуже или не изменилась?» в своих распределениях демонстрирует больше соответствия с графиком распределений индекса, чем вопрос «Что Вы могли бы сказать о своем настроении в последние дни?».

Первый (по графику разности оценок положительных и отрицательных изменений жизни) обнаруживает те же ямы на стыках 2008-2009 и 2014-2015 годов (обе разрывом в 40 пунктов), а также в целом повторяет ломаную распределений частного индекса личного положения; второй (по графику отношения суммы позитивных оценок настроения к сумме негативных) рисунка не повторяет, однако, вероятно, задает просматривающееся в целом направление повышения значений [6, с. 14, 150].

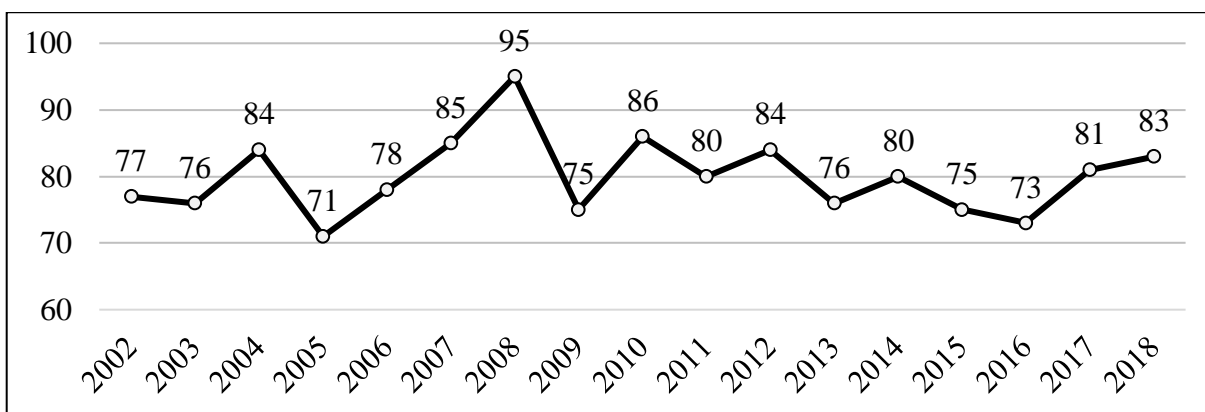


Рис.1. Распределения значений ИСН населения Российской Федерации, рассчитанного специалистами Левада-Центра в 2002-2018 гг. (для построения графика использованы значения первых замеров в каждом отчетном году)

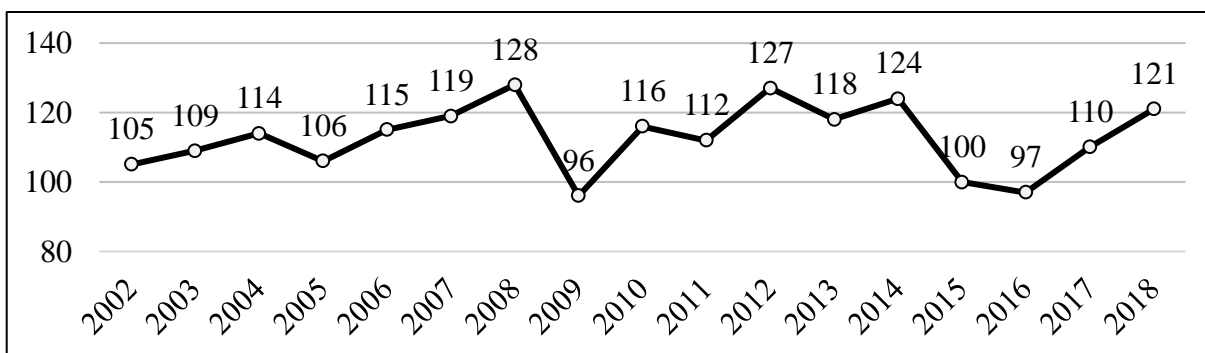


Рис.2. Распределения значений частного индекса личного положения населения Российской Федерации, рассчитанного специалистами Левада-Центра в 2002-2018 гг. (для построения графика использованы значения первых замеров в каждом отчетном году)

В значительной степени повторяет график ИСН кривая распределений частного индекса текущего положения России (рис. 3), характеризующаяся, впрочем, менее выраженными скачками в 2002-2005 и 2009-2018 годах и преобладанием позитивных оценок начиная с 2007 года [5]. Расчет индекса базируется на трех вопросах анкеты: 1) «Как бы Вы оценили экономическое положение России?», 2) «Как бы Вы оценили в целом политическую обстановку в России?», 3) «Как Вы считаете, в целом дела в России идут сегодня в правильном или в неправильном направлении?». Распределения по первому из них демонстрируют умеренную положительную динамику. Так, если в 2002 году 50% россиян оценивали экономическую ситуацию в стране как плохую и очень плохую, 36% – как среднюю, а как хорошую и очень хорошую лишь 4%, то в 2017 году доли выбравших эти варианты ответа равны соответственно 30%, 57% и 13%.

Первый переломный момент в данном отношении пришелся на 2004 год, когда число средних оценок несколько превысило число отрицательных, второй – на 2006 год, когда доля пессимистично настроенных респондентов снова перестала быть подавляющей, а также когда произошел скачок позитивных оценок. В дальнейшем доли выбравших варианты «плохо и очень плохо» и «средне» сравнивались еще трижды (в 2009, 2015 и 2016 годах), однако рост числа высоких оценок экономической ситуации в России почти не останавливался. Наиболее удачным за все время обследований Левада-Центра годом для российской экономики можно считать 2014 – очень хорошим и хорошим состояние экономики посчитали 17% респондентов, средним – 63%, плохим и очень плохим – 20% [6, с. 49].

Что касается оценок политической обстановки в стране, то также наблюдается их изменение в положительную сторону, причем более интенсивное (в силу как более высоких темпов изменения мнений, так и изначально большей их оптимистичности). Половина опрошенных россиян в 2002 году посчитала политическую обстановку в стране напряженной, еще 30% – спокойной и благополучной, 10% – критической и взрывоопасной. В 2017 году большинство (60%) не беспокоят политические проблемы, треть (33%) – беспокоят отчасти (находят политическую обстановку напряженной), беспокоят сильно лишь 2% россиян (находят обстановку критической и взрывоопасной). Не считая числа затруднившихся ответить и двух кризисных годов (начало 2015 и начало 2016; резкое снижение доли позитивных оценок на 15-20%), эти значения не меняются с 2008 года.

Наблюдается повышение и оценок правильности направления, которому сегодня следует Россия – с 40% в 2002 году до 55% в 2017 (доли считающих выбранное направление неверным равны соответственно 42% и 27%). За счет относительной стабильности соотношения долей позитивных и негативных оценок, распределения по данному вопросу представляются наиболее скачкообразными среди всех, составляющих частный индекс текущего положения России; наиболее «глубокая» яма (изменение соотношения в пользу негативных оценок на 15-20%) образовалась в конце 2008 года, наиболее резкий положительный скачок – в 2014 [6, с. 25]. Оценивая значимость распределений по каждому из трех вопросов для формирования кривой частного индекса текущего положения России, отметим, что кризис оценок на стыке 2008-2009 годов вызван неудовлетворенностью экономической ситуацией в стране и выбором дальнейшего направления экономического развития, а их незначительные колебания в 2014-2016 годах – обеспокоенностью как экономическими, так и политическими проблемами.

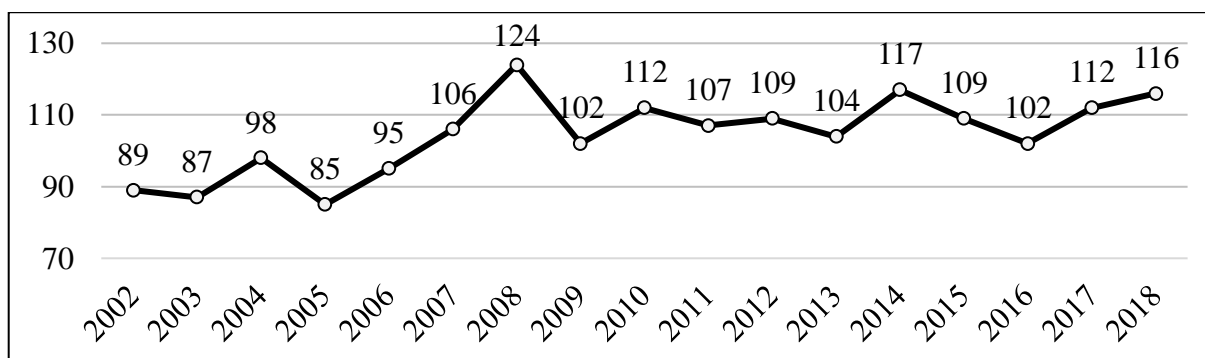


Рис.3. Распределения значений частного индекса текущего положения России населения Российской Федерации, рассчитанного специалистами Левада-Центра в 2002-2018 гг. (для построения графика использованы значения первых замеров в каждом отчетном году)

Частный индекс ожиданий оказывается наиболее изменчивым показателем – по графику его распределений видно, что представления россиян о будущем из года в год изменяются достаточно сильно, и об устойчивом росте, снижении или стабилизации оценок можно говорить лишь в редких случаях (рис. 4). Так, в 2002-2003 годах преобладают пессимистичные настроения в отношении будущего (95 и 93 соответственно), в начале 2004 наблюдается подъем оптимизма (106), но к 2005 образуется яма (85), после которой в течение трех лет показатель растет (с 2005 по 2008 годы, повышение на 27 пунктов). Новая яма характеризует 2009 год (падение на 20 пунктов со 112 в 2008 до 92 в 2009), после чего на год индекс ожиданий возвращается к докризисным значениям (113 в 2010), а затем медленно теряет пункты до 2015 года (в целом – 20 пунктов). После этого показатель снова начинает расти (с 83 в 2015 до 103 в 2018) [5]. Основание для расчета частного индекса ожиданий составляют пять вопросов анкеты: 1) «Как Вы считаете, через год Вы (Ваша семья) будете жить лучше или хуже, чем сейчас?», 2) «Как Вы думаете, что ожидает Россию в ближайшие месяцы в политической жизни?», 3) «Как Вы думаете, что ожидает Россию в ближайшие месяцы в области экономики?», 4) «Если говорить в целом о стране, как Вы считаете, через год жизнь в России будет лучше или хуже, чем сейчас?», 5) «Как Вы считаете, сможет ли нынешнее правительство России в течение ближайшего года улучшить положение в стране?».

Рассмотрим динамику ответов россиян на некоторые из этих вопросов. Ожидания от изменения своей жизни и жизни своей семьи среди респондентов в целом за шестнадцать лет мало изменились: доля прогнозирующих небольшие и значительные позитивные изменения и в 2002 и в 2017 годах равна 20%, небольшие и значительные негативные изменения – 15%. Несколько

повысилась, впрочем, степень уверенности в завтрашнем дне: если в 2002 году направление динамики затруднялись оценить 25%, то в 2017 – лишь 10%, а доля считающих, что ничего не изменится, увеличилась с 40% до 55%. Отметим, что пик пессимизма по данному вопросу пришелся на 2015 год: большинство (46%) не ждали никаких изменений, еще треть (29%) предсказывали небольшое и значительное ухудшение своей жизни и жизни своей семьи, напротив, улучшение – лишь 9% [6, с. 52].

Показатели экономического оптимизма (соотношение позитивных и негативных ожиданий) колеблются от отрицательных значений (ожидание небольших и значительных ухудшений в сфере экономики) к положительным (небольших и значительных улучшений) на протяжении всего рассматриваемого периода; самые яркие проявления пессимизма в данном отношении характерны для конца 2014 года и конца 2015, самое яркое проявление оптимизма – для стыка 2007-2008 годов. Показатели политического оптимизма в основном положительны (не считая ям в конце 2004, конце 2014 и конце 2015 годов) – наиболее высокие ожидания от грядущих изменений политической жизни россияне испытали в начале 2008 и начале 2004 годов [6, с. 15]. Оценки возможностей нынешнего правительства к изменению ситуации в стране в лучшую сторону в среднем невысокие: в 2002 году 30% опрошенных россиян посчитали, что власти это по силам, около 45% – что нет, в 2017 году соответствующие доли респондентов равны 25% и 35%.

Самые оптимистичные прогнозы опрошенные давали в конце 2004 года (40% – «нынешнее правительство сможет в ближайшее время добиться изменения положения в стране к лучшему», 22% – «не сможет»), в 2008 (44% и 17% соответственно), в 2012 (36% и 27%), в середине 2014 (39% и 26%) и середине 2015 (40% и 28%); самые пессимистичные – в 2003 (19% и 50% соответственно) и 2005 годах (15% и 49%) [6, с. 96]. Очевидно, что в первую очередь кривая распределений частного индекса ожиданий соответствует изменению восприятия именно политической обстановки в стране. Так, ослаблением, а затем обострением политических проблем вызваны повышение и следующее за ним понижение значений индекса в 2004 и 2005 годах соответственно; рост оптимизма россиян к 2008 году, кроме этого, связан с улучшением экономической обстановки, как и кризис 2009 года – с осложнением и политической и экономической ситуации. Дальнейшее кратковременное повышение индекса ожиданий, предполагаем, определено отсутствием каких бы то ни было проблем и ростом уверенности респондентов в стабильности социально-экономического положения своей семьи, а его понижение к 2015 году – кризисом оптимизма по всем вопросам.

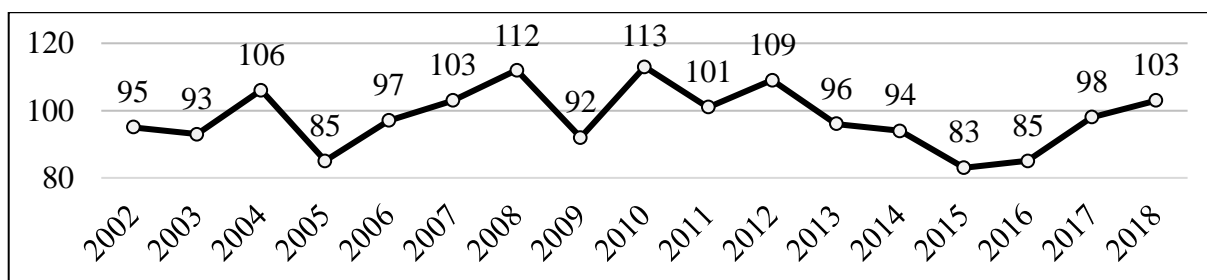


Рис.4. Распределения значений частного индекса ожиданий населения Российской Федерации, рассчитанного специалистами Левада-Центра в 2002-2018 гг. (для построения графика использованы значения первых замеров в каждом отчетном году)

В высокой степени вариативным оказывается также частный индекс оценок деятельности государственной власти, рассчитываемый по ответам респондентов на два следующих вопроса анкеты: 1) «Одобряете ли Вы деятельность нынешнего президента России?», 2) «Одобряете ли Вы деятельность нынешнего правительства в России?». Несмотря на преимущественно позитивные оценки россиян, значения индекса снижаются с 2002 года по 2005 (с 123 до 108), в течение трех последующих лет наблюдается их устойчивый рост (на 40 пунктов со 108 в 2005 до 148 в 2008), а последующих пяти лет – снижение (на 39 пунктов со 148 в 2008 до 109 в 2013). С 2013 по 2018 годы частный индекс оценок деятельности государственной власти вырос всего на 12 пунктов, претерпев падение на 21 пункт с 2015 года (рис. 5) [5]. О причинах этих изменений – о том, заключаются ли они в большей степени в показателях уровня удовлетворенности россиян деятельностью Президента Российской Федерации либо же в показателях их удовлетворенности работой Правительства, – мы говорить не можем, имея возможность провести параллель лишь с динамикой изменения оценок деятельности на посту президента В. В. Путина (в 2008-2011 годах – на посту председателя правительства). Так, в течение всего рассматриваемого периода преобладают позитивные оценки деятельности В. В. Путина, доля которых в 2017 году, кроме этого, выше, чем в 2002 (в 2002 году одобрение действия В. В. Путина на посту президента вызывают у 68% опрошенных россиян, неодобрение – у 15%; в 2017 году соответственные доли респондентов равны 80% и 17%). Тем не менее, обнаруживается совпадение периодов увеличения числа негативных оценок; это 2005 и 2013 годы, в которые удовлетворение от деятельности президента ощущали 55% и 60% соответственно, а неудовлетворение – 27% и 35% [6, с. 83].

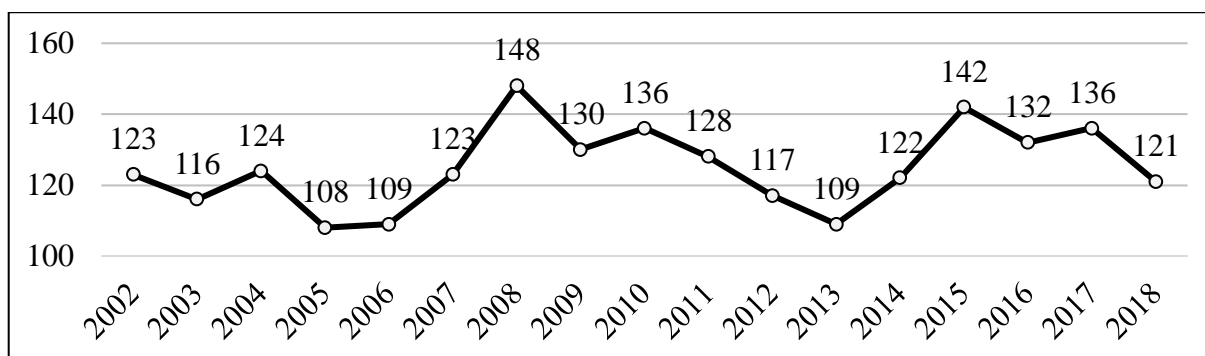


Рис.5. Распределения значений частного индекса оценок деятельности государственной власти населения Российской Федерации, рассчитанного специалистами Левада-Центра в 2002-2018 гг. (для построения графика использованы значения первых замеров в каждом отчетном году)

В конечном счете, ИСН указывает лишь на наиболее «явные проблемы», последствия которых обнаруживаются во всех основных сферах жизнедеятельности россиян. Применительно к рассматриваемому периоду, это стабильный рост ВВП с 2005 по 2008 год и его крупнейшее падение (с 1994 года) в 2009 году – рост и следующий за ним спад экономики россияне ощутили на себе крайне остро [7].

Однако распределения частных индексов улавливают изменения более точно. Так, 2010 год, в который показатели ВВП превысили прогнозируемые, отмечен значительным ростом индекса личного положения, говорящего в данном случае о резком увеличении позитивных оценок материального положения своей семьи, и индекса ожиданий, что, в свою очередь, связано с ростом ожиданий населения дальнейших результативных шагов экономической политики в государстве. Все это происходит, между тем, на фоне стабильного падения индекса оценок деятельности государственной власти с 2008 по 2013 годы.

В течение данного периода происходит накал внешнеполитических отношений, а россияне переживают смену В. В. Путина на посту Президента Российской Федерации Д. А. Медведевым (с 2008 по 2012 годы). С 2014 года восприятие политики в стране становится более позитивным [8], что в немалой степени связано с всеобщей эйфорией по поводу присоединения Крыма, однако сопровождается снижением оценок своего экономического благополучия вследствие введения рядом стран санкций против Российской Федерации и развертывающегося кризиса российской экономики [9].

Литература

1. Обновленная методика измерения индекса социальных настроений (ИСН) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/obnovlennaya-metodika-izmereniya-indeksa-sotsialnykh-nastroenii-isn/> (дата обращения: 04.09.2018).
2. Ермолаева П. О., Носкова Е. П. Социальные настроения россиян: методология интегральных оценок и эмпирические исследования. Россия и современный мир. – 2013. – № 3 (80). – С. 58-71.
3. Ермолаева П. О., Носкова Е. П. Динамика социальных настроений татарстанцев сквозь призму оценки личной и публичной сфер. Электронный экономический вестник Татарстана. – 2014. – № 3. – С. 45-52.
4. Ермолаева П. О., Носкова Е. П., Шакирова А. Ф. Жизнь после Универсиады: динамика социальных настроений татарстанцев. Электронный экономический вестник Татарстана. – 2013. – № 3-4. – С. 107-117.
5. Социально-экономические индикаторы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/indikatory/sotsialno-ekonomicheskie-indikatory/> (дата обращения: 04.09.2018).
6. Общественное мнение / Сост. и отв. за выпуск Н. Зоркая. – М.: Левада-Центр, 2018. – 244 с.
7. Иштирякова Л. Х. Экономика совместного потребления: общие характеристики. Кооперация и предпринимательство: состояние, проблемы и перспективы / Сборник научных трудов Международной конференции молодых ученых, аспирантов, студентов и учащихся. – Казань: АНОВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации» Казанский кооперативный институт (филиал), 2017. – С. 282-283.
8. Зайнуллина М. Р. Прогноз основных макроэкономических показателей на 2014 год Российской Федерации. Электронный экономический вестник Татарстана. – 2014. – № 3. – С. 4-12.
9. Носкова Е. П. Динамика социальных настроений россиян и татарстанцев в условиях кризиса: российский парадокс. Электронный экономический вестник Татарстана. – 2014. – № 4. – С. 56-62.

*Хузиева Эльмира Фарраховна
кандидат социологических наук,
доцент кафедры менеджмента
Казанского государственного энергетического университета
efhuzieva@mail.ru*

ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ

RETRAINING AND IMPROVEMENT OF QUALIFICATION AS AN ECONOMIC STRATEGY OF THE POPULATION

В статье рассматриваются различные аспекты такого показателя социально-экономического положения населения как доход: изменения в уровне личного дохода и в доходах большей части населения в месте их непосредственного проживания; причины невысокого уровня доходов населения и меры государства по его увеличению; приводится сравнение ответов респондентов в зависимости от места жительства.

Ключевые слова: доход, уровень дохода, городское и сельское население.

Abstract: the article discusses various aspects of such an indicator of the socio-economic status of the population as income: changes in the level of personal income and in the income of the majority of the population in the place of their direct residence; the reasons for the low income level of the population and the state's measures to increase it; It provides a comparison of respondents' answers depending on the place of residence.

Keywords: income, income level, urban and rural population.

Материал статьи содержит итоги социологического исследования, которое было проведено в 2017 г. В качестве основной методики проведения опроса использовалось анкетирование. Общий объем выборочной совокупности составил 1500 респондентов. При разработке инструментария исследования и проведения опроса мы опирались на методические разработки региональных исследователей [1, 2].

В ходе опроса респондентам было предложено оценить изменения в уровне личного дохода и в доходах большей части населения в месте их

непосредственного проживания. Что касается личного дохода, каждый второй респондент заявил об отсутствии каких-либо изменений (49,6%). Его незначительное увеличение констатировали 26,6 % участников опроса. Количество отметивших уменьшение уровня доходов несколько превышает число тех, кто значительно улучшил свое материальное положение (8,1 к 6,7 % соответственно). Примерно каждый десятый респондент затруднился с оценкой перемен, произошедших в данном параметре его жизни (9 %). Если сельчане чаще заявляли об отсутствии изменений (57,1 к 47,3 %), то горожане в два раза чаще говорили об уменьшении уровня дохода (9,4 к 4 %). Относительно его увеличения особых различий в ответах в зависимости от места жительства респондентов не зафиксировано (рис. 1).

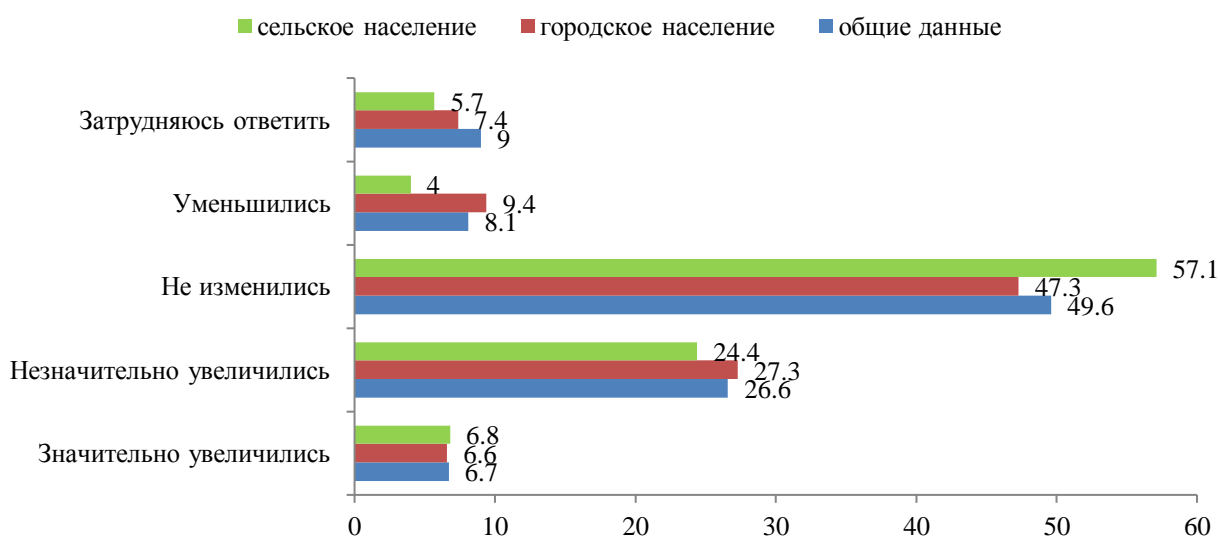


Рис. 1. Оценка изменений уровня личного дохода респондента

Относительно оценок доходов участников опроса в целом лидировали средние показатели (39,1 %). Треть опрошенных считает, что они низкие. Только 14,7 % респондентов назвали доходы большинства населения высокими. Число тех, кто затруднился определить данный уровень, составило 12,4 % (рис. 2).

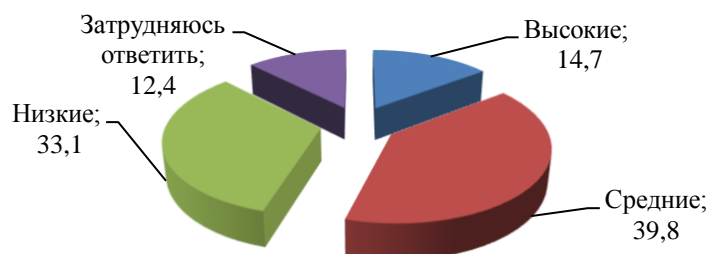


Рис. 2. Оценка доходов большинства населения

В несправедливом распределении доходов видят причину сложившейся ситуации 39,7 % респондентов. На неразвитое производство сетуют 29,5 % опрошенных. Одна пятая часть участников опроса указывает на такие причины, как недостаток на рынке труда высококвалифицированных кадров с востребованной специальностью и алчность работодателей (23,3 и 22,3 %). Низкая производительность труда обуславливает невысокие доходы, считают 18,9% опрошенных. Менее популярны такие причины, как нежелание большей части населения трудиться, честно зарабатывать на достойную жизнь и несовершенство налогового законодательства (14,3 и 13,5 %). Каждый десятый респондент либо рассматривает в качестве причины низких доходов наплыв мигрантов, либо затрудняется с ответом (9,5 и 9,1 %) (рис. 3).



Рис. 3. Причины невысокого уровня доходов населения

Если оценки доходов большинства населения у горожан и сельчан схожи, то в объяснении причин присутствуют некоторые различия. В частности, сельчане чаще указывают на неразвитое производство (34,1 к 28 %), а горожане на недостаток на рынке труда высококвалифицированных специалистов (24,7 к 18,5 %). Практически все меры, направленные на преобразования в сфере социальной поддержки населения, нашли отклик у участников опроса. Каждый третий респондент считает необходимым улучшение качества социального обслуживания населения и повышение доступности социальных услуг (36 и 32,1 %). В возможности достижения роста уровня пенсионного обеспечения граждан посредством развития негосударственных пенсионных фондов уверена четверть опрошенных (26,5 %). Схожая доля респондентов указывает на необходимость совершенствования законодательства в сфере социальной защиты населения

(25,1 %). Меры по расширению перечня предоставляемых льгот, компенсаций и льготных категорий населения поддержала одна пятая часть опрошенных (21 %). 16,9 % участников опроса заявили об актуальности модернизации программ социальной поддержки населения, тогда как за сокращение перечня предоставляемых льгот, компенсаций и льготных категорий населения ратуют 7,5 % респондентов (рис. 4).



Рис. 4. Меры по преобразованию в сфере социальной поддержки населения

В данном вопросе присутствовало только одно существенное отличие в ответах горожан и сельчан. Последние чаще указывали на необходимость улучшить качество социального обслуживания населения (43,8 к 33,6 процента).

Таким образом, что касается личного дохода, каждый второй респондент заявил об отсутствии каких-либо изменений, тогда как об его увеличении заявила одна четвертая часть населения. В несправедливом распределении доходов видят причину невысоких доходов населения большинство опрошенных, однако не исключаются и такие факторы как неразвитое производство, недостаток на рынке труда высококвалифицированных кадров с востребованной специальностью и алчность работодателей. При этом улучшение качества социального обслуживания населения и повышение доступности социальных услуг были признаны наиболее действенными мерами социальной поддержки граждан, на которые чаще указывали сельские жители.

Литература

4. Махиянова А.В. Методика оценки мнения населения по социальным проблемам общества // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2014. - № 2. – С. 70-75.

5. Махиянова А.В. Методика составления социального портрета населения // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2015. - № 1. – С. 77-81.

*Габдуллина Эльвира Натфуловна
кандидат социологических наук, доцент,
преподаватель кафедры менеджмента
Казанского государственного энергетического университета
Elvira300484@bk.ru*

ПЕРЕПОДГОТОВКА И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ НАСЕЛЕНИЯ

RETRAINING AND IMPROVEMENT OF QUALIFICATION AS AN ECONOMIC STRATEGY OF THE POPULATION

Материал статьи основан на результатах авторского социологического исследования, которое было посвящено изучению различных способов переподготовки и повышения квалификации, которые использует трудоспособное население. В статье приводятся данные о видах профессиональной подготовки, оценки возможности трудоустройства и места переподготовки, которым население отдает предпочтение.

Ключевые слова: образование, переподготовка, повышение квалификации, экономические стратегии.

Abstract: the material of the article is based on the results of the author's sociological research, which was devoted to the study of various methods of retraining and advanced training that are used by the working-age population. The article provides data on the types of vocational training, assessment of employment opportunities and places of retraining, which the population prefers.

Keywords: education, retraining, professional development, economic strategies.

Образование и различные способы его повышения приобретают характер экономической стратегии, направленной на улучшение материального положения, которые не только позволяют повысить свой заработок, но и увеличить шансы на трудоустройство и последующий карьерный рост. Как показывают региональные исследования образование в целом все больше начинает приобретать роль экономического фактора как в жизни отдельной личности, так и общества в целом [1, 2, 3]. С целью получения детализированной

картины происходящих тенденций автором было проведено социологическое исследование жителей г. Казани. В выборку вошли респонденты трудоспособного возраста старше 18 лет. Опрос был проведен методом формализованного анкетирования.

Согласно полученным данным подавляющее большинство опрошенных не проходило подготовку (переподготовку) на другую профессию (70,5 %). Четверть опрошенных столкнулась с данной необходимостью (26,5 %). Остальные 3 % затруднились ответить.

Исследование показало, что каждый третий не проходил профессиональную подготовку (33,7%). Каждый четвертый респондент затруднился ответить на этот вопрос (24%), тогда как каждый пятый прошел повышение квалификации по специальности (21,7%). Каждый десятый опрошенный имеет первичную профессиональную подготовку по рабочей специальности (11,5%), или второе высшее (7,3%). Меньшая часть респондентов выбрала другой вариант ответа (1,8%) (Рис. 1).

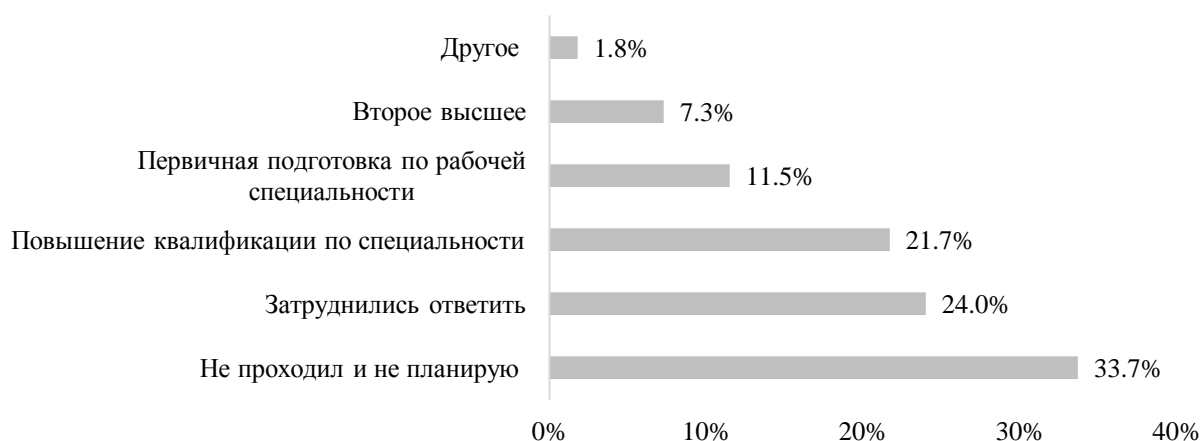


Рис. 1. Виды профессиональной переподготовки

Относительно планов профессиональной подготовки исследование выявило следующую картину. Несмотря на то, что присутствовала достаточно весомая доля затруднившихся ответить на этот вопрос (43,7%), каждый четвертый указал на то, что не планирует проходить ее в ближайшем будущем (24,3%). Одна пятая часть респондентов собирается пройти повышение квалификации по специальности, а одна десятая часть планирует получить второе высшее образование (17,7 и 9,5%). Только 3,3% респондентов ориентированы на прохождение подготовки по рабочей специальности. Другие варианты были связаны с изучением иностранных языков и переориентацией в область физкультуры и спорта (1,5%) (Рис. 2).

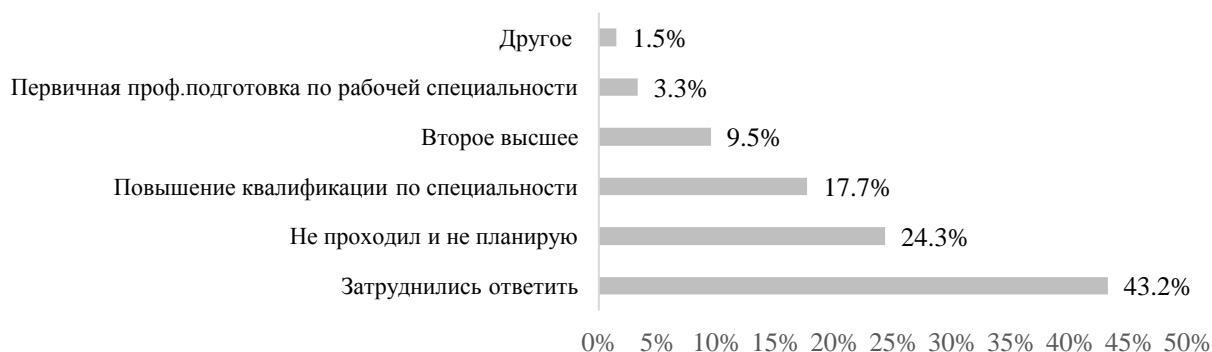


Рис. 2. Виды профессиональной переподготовки, которые планируется пройти

В целом доминирует мнение, что именно обучение, подготовка и переподготовка помогли им трудоустроиться (34,2 %). Некоторые признают их частичное влияние, аргументируя тем, что устроились по другой специальности (33,5 %). Если каждый пятый участник опроса затруднился ответить на этот вопрос, то каждый десятый убедительно заявил, что обучение и переподготовка не помогли ему в дальнейшем трудоустройстве (23,1 и 9,2 %) (Рис. 3).



Рис.3. Помощь обучения и профессиональной переподготовки в трудоустройстве

Треть респондентов отдает свое предпочтение организациям, осуществляющим переподготовку на базе ВУЗов или на предприятии (34,7 и 28,2%). Каждый шестой участник опроса доверяет либо учебным центрам службы занятости, либо организациям на базе техникумов (17,8 и 16%). И только одна десятая часть остановила свой выбор на коммерческих организациях (9,2%). Для каждого пятого респондента не имеет значения специфика и направленность организации, которая осуществляет переподготовку (26,5%) (Рис. 4).

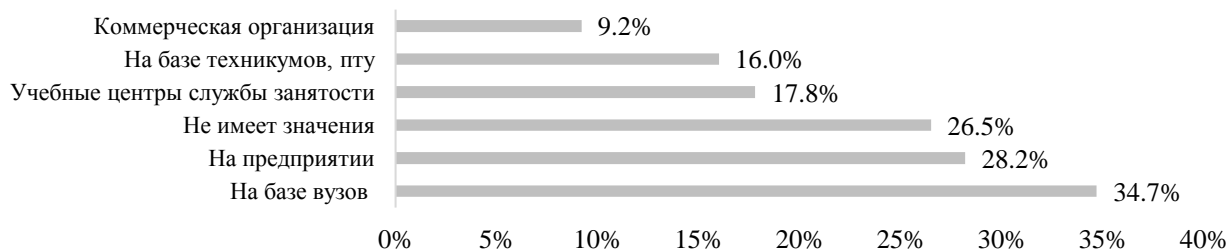


Рис. 4. Места переподготовки, которым отдается предпочтение

Картина причин выбора новой специальности следующая. Доминантой выступает высокий доход (59,5%). Незначительно по количеству выборов уступает возможность трудоустройства (41,7%). Одна пятая часть опрошенных получила бы новую специальность, ориентируясь на легкость обучения (19%). Почти столько же респондентов освоили новую специальность при отсутствии вредности и нагрузок (21,2%). Возможность совмещения с другой работой и повышение социального статуса привлекают 14,7 и 16 %, тогда как возможность работы на дому 7,8% участников опроса. Остальные предложили свой вариант ответа (2%) (Рис. 5).



Рис. 5. Причины выбора новой специальности и переподготовки

Согласно результатам исследования только четверть респондентов столкнулась с необходимостью переподготовки на другую специальность. Каждый пятый из них прошел повышение квалификации, а каждый десятый – профессиональную подготовку по рабочей специальности или получил высшее образование.

Относительно планов на будущее стоит отметить достаточно высокий процент затруднившихся ответить. Среди тех, кто определился, каждый пятый планирует повысить квалификацию по специальности, а каждый десятый получить высшее образование. При этом каждый третий признает помощь переподготовки в дальнейшем трудоустройстве и ожидает после получения новой специальности повышение уровня своего дохода и шансов на трудоустройство. Приоритетными местами профессиональной переподготовки

признаются вузы и предприятия, тогда как учебные центры, техникумы, ПТУ и коммерческие организации вызывают меньше доверия.

Литература

1. Ельшин Л.А., Сафиуллин М.Р. Традиционное поле функционирования региональной высшей школы и разработка парадигмы ее развития (на материалах Республики Татарстан) // Современное образование. – 2018. – № 2. – С. 86-94.
2. Махиянова А.В. Методика оценки мнения населения по социальным проблемам общества // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2014. – № 2. – С. 70-75.
3. Махиянова А.В. Жизненные ценности современной личности: состояние и роль агентов социализации в их формировании // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2014. – № 1-4. – С. 99-102.

*Шакирова Динара Марселевна
старший преподаватель кафедры «Менеджмент»
Казанского государственного энергетического университета
dinara.mm@yandex.ru*

АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ВУЗЕ

ANALYSIS OF LEARNING MOTIVATION OF UNIVERSITY STUDENTS

В статье представлены и проанализированы данные пилотажного исследования, отражающие мотивацию обучения студентов. Проведен сравнительный анализ значений с учетом гендерной принадлежности студента, а также по направлению обучения.

Ключевые слова: студент, мотивация, высшее образование.

The article presents and analyzes the data of the pilot study, reflecting the motivation of students ' learning. The comparative analysis of values taking into account gender of the student, and also in the direction of training is carried out.

Keywords: student, motivation, higher education.

На сегодняшний день высшее образование не редкость, практически каждый учащийся, завершивший школу, не заканчивает на этом свое образование и намеревается продолжить его в высшем учебном заведении. Причин, обуславливающих поступление в вуз может быть множество: часть абитуриентов принимают данное решение осознанно, желая получить определенную профессию и возможность стать профессионально компетентным специалистом в своей области, некоторые же идут получать высшее образование по настоянию родителей, другие не хотят отличаться, отставать от других и т.д.

Несомненно, высшая школа решает важнейшую задачу – формирует личности будущих специалистов, усваивающих за годы учебы основы соответствующей специальности. Мотивационная составляющая учебной деятельности оказывает огромное влияние на ее результативность, успешность в овладении выбранной профессией, на готовность студента к конкуренции на рынке труда и на эффективность высшего образования в целом [1].

Стоит отметить, что на рынке труда высшее образование зачастую играет ключевую роль. Оно рассматривается специалистами в качестве условия для самоопределения личности, для ее успешной социализации [2].

В связи с этим, на сегодняшний день возникает необходимость изучения вопроса мотивации учебной деятельности студентов вуза.

Результаты и выводы получены в ходе авторского исследования, за основу которого взята методика Т.И. Ильиной. Опрос проведен в 2018 г. Выборка составила 46 человек, 24 из них студенты, обучающиеся техническим специальностям (3 курс), 22 – учащиеся гуманитарного направления (3 курс). Цель исследования заключалась в оценке мотивации обучения студентов в вузе, а также в сравнении данного аспекта по гендерному признаку и по профилю обучения.

Методика Т.И. Ильиной представляет собой список, состоящий из 50 утверждений, с которыми опрашиваемый либо соглашается, либо нет. Далее идет подсчет баллов по предлагаемым шкалам, таким как «Приобретение знаний», «Овладение профессией», «Получение диплома». Преобладание итогов по первым двум шкалам свидетельствует о том, что студент целенаправленно определил для себя вуз, а также адекватно подошел к выбору профессии.

Если же студент набирает относительно больше баллов по шкале «получение диплома», то, следует вывод о том, что обучающийся стремится приобрести диплом при формальном освоении знаний.

При обработке результатов по шкале «Приобретение знаний», максимум по которой равен 12,6 балла, получены следующие результаты. 41,3% от общего количества опрошенных имеют свыше 7 баллов по данному критерию. Гендерный аспект показал следующее расхождение, результаты по первой шкале студентов женского пола находятся в интервале от 9 до 12,6 баллов, что выше итогов, полученных обучающимися мужского пола, результат которых варьируется от 7,8 до 10,4 баллов. Средний показатель юношей равен – 6,1 балла, тогда как результат девушек – 6,5 балла (Рис. 1).

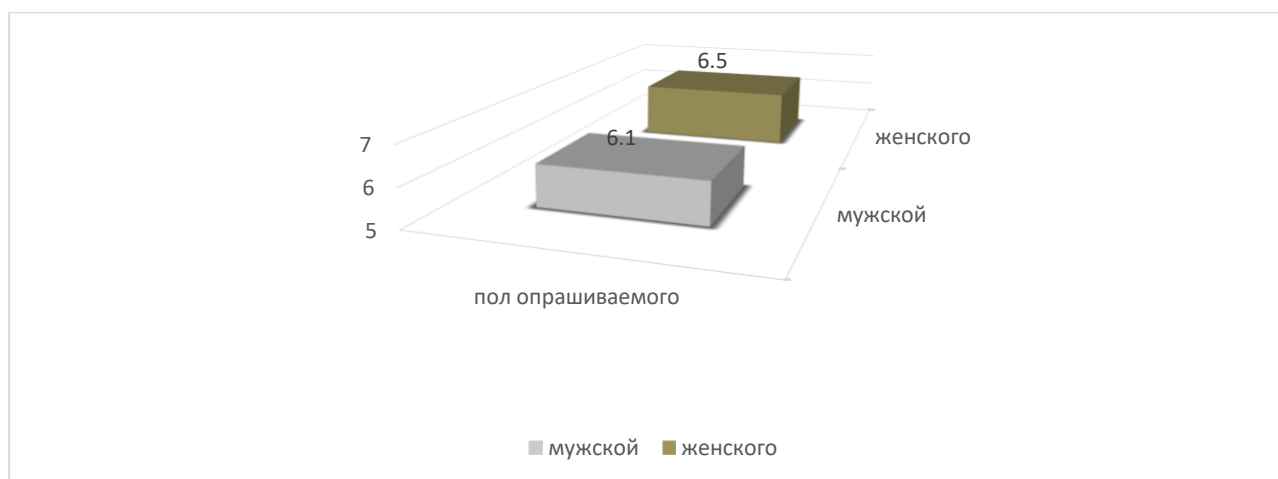


Рис. 1. Средний балл студентов в зависимости от гендерной принадлежности по первой шкале «Приобретение знаний»

Доля учащихся, набравших баллы от 0 до 6 составляет 41,3%. Результат в размере 6 баллов получен 17,3% опрошенных (Рис. 2).

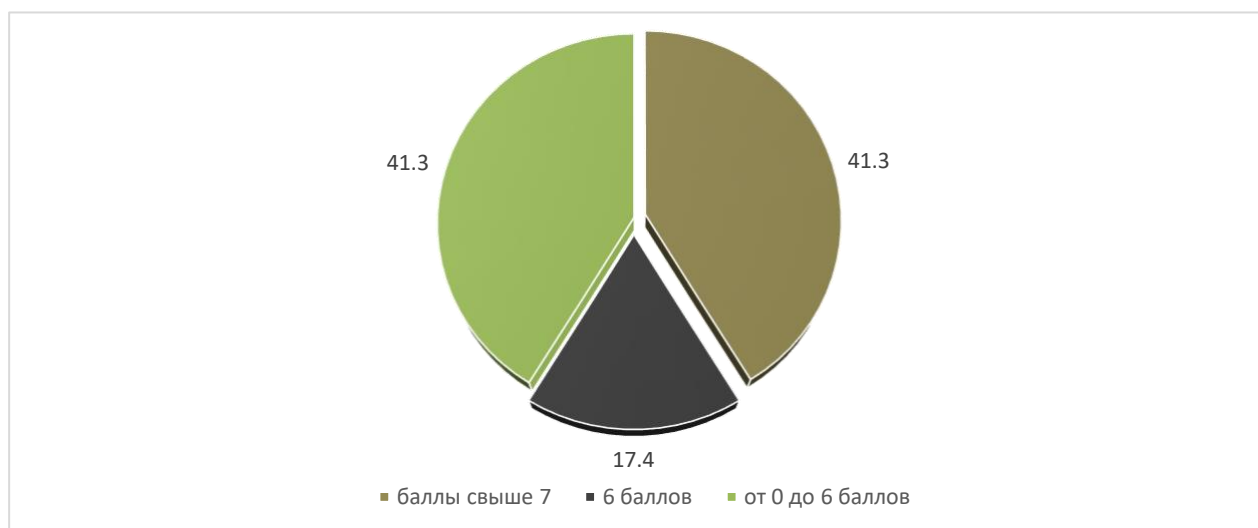


Рис. 2. Шкала «Приобретение знаний»

Подведем итоги по следующей шкале – мотивация «Овладение профессией», которая отождествляет собой стремление овладеть профессиональными знаниями и сформировать профессионально важные качества.

Возможный максимум по данной шкале равен 10 баллам. Доля респондентов, набравших более 5 баллов, – 28,2%, результаты остальных составляют 71,7%.

Чуть больше половины студентов женского пола (53,3%) набрали от 0 до 4 баллов, от 5 до 7 баллов – 46,7%. Ответы молодых людей оказались выше

результатов девушек. В частности, от 5 до 9 баллов – 48,4% опрошиваемых, от 0 до 4 баллов – 51,6%. Средний балл по данной мотивации у учащихся женского пола составляет 4,1 балла, мужского – 4,5 балла.

Шкала «Получение диплома», характеризующая мотивацию, заключающуюся в формальном изучении материала, без углубления в специфику своей специальности. Максимум этой шкалы также, как и второй составляет 10 баллов.

Каждый третий студент набрал от 0 до 4 баллов, результаты 41,3% опрошенных варьируются от 7,5 до 10 баллов, в частности, 2 человека из 46 получили по 10 баллов. Результаты 23,9% студентов лежат в диапазоне от 5 до 7 баллов.

По данному критерию ответы студентов женского пола выглядят следующим образом:

- 53,4% - от 7,5 до 10 баллов;
- 33,3% - от 5 до 7 баллов;
- 13,3% - от 0 до 4 баллов.

Ответы юношей соответственно:

- 32,3% - от 7,5 до 10 баллов;
- 22,5% - от 5 до 7 баллов;
- 45,2% - от 0 до 4 баллов.

На основании итогов следует вывод, что для студентов женского пола наличие диплома о высшем образовании играет большую роль нежели для студентов мужского пола, о чем также свидетельствуют средние показатели, равные 5,1 балла у респондентов мужского пола и 6,8 балла у опрошиваемых женского пола.

Приведем сравнительный анализ по профилю обучения участвовавших в исследовании (Рис.3).

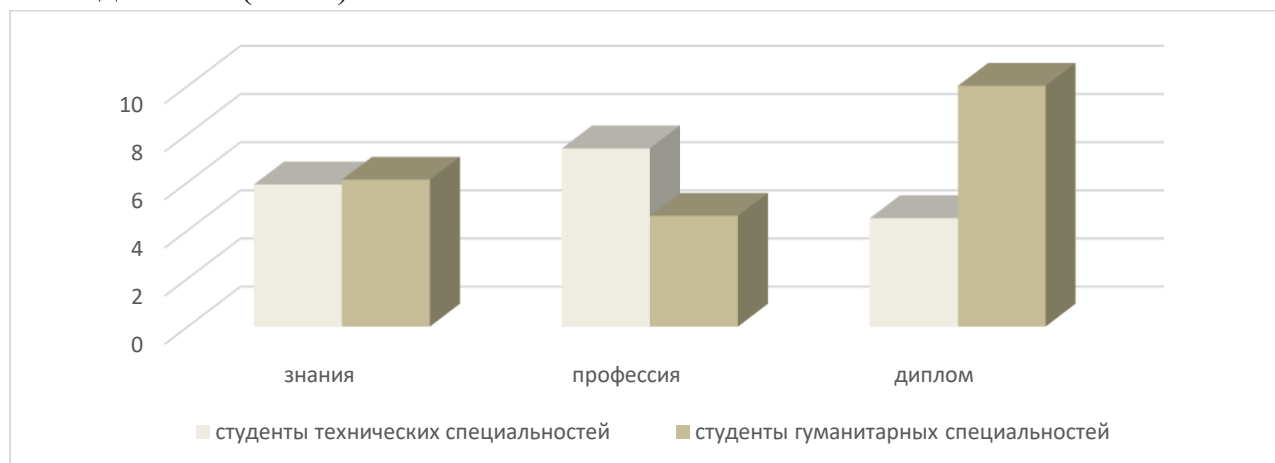


Рис. 3. Средний балл студентов технического и гуманитарного направления по трем шкалам

Данные исследования показали, что студенты технических специальностей, также, как и студенты гуманитарного направления мало заинтересованы в освоении знаний, что демонстрирует их средний балл, равный 5,9 и 6,1 соответственно, что составляет 47% и 48% от возможного максимума по данной мотивации. Шкала «Овладение профессией» слабо выражена у студентов гуманитарных специальностей, среднее значение которых равно 4,6 балла, т.е. 46% от максимального значения, у студентов технического направления данный показатель выше и равен 7,4 балла, 74% от максимума. Относительно третьей шкалы «Получение диплома» результаты следующие: средний балл учащихся технического направления равен 4,5 балла, 45% от максимума, у студентов гуманитарного направления данный показатель выше и составляет 6,8 балла, 68% от максимального значения. Таким образом, в группе студентов гуманитарного направления преобладают внешние мотивы учебной деятельности, тогда как внутренние мотивы более характерны для студентов технического направления.

Литература

1. Воловская Н.М., Плюснина Л.К., Русина А.В. Мотивация студентов в вузе: социологический аспект // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 5. – С.12-15.
2. Кусакина С.Н., Мотивация поступления в вуз у старшеклассников и студентов // Психологическая наука и образование. – 2008. – №1. – С. 58-65.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Курбангалиева Д. Л.,
аспирант, кафедра общего менеджмента,
Институт управления, экономики и финансов,
Казанский (Приволжский) федеральный университет
E-mail: dhasanova@list.ru

ЭКОНОМИКА РЕПУТАЦИЙ В СЕТИ: ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

REPUTATION ECONOMY IN THE NETWORK: THE BACKGROUND AND PROSPECTS FOR RESEARCH (ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN)

В статье рассмотрена экономика репутации как среда, в которой предприятие воспринимается потребителем на основе информации в сетях Интернет при условии, что реальное качество товаров и гарантии продавца соответствует их описанию. Это новый вид рынка, где профессионализм оценивается как результат деятельности предприятия, на основании репутации в сети Интернет. Позитивные взаимодействия предприятия с клиентами будут означать новые возможности на рынке, повышение ценности товара, а негативные – снижают репутацию.

Ключевые слова: *репутация, Интернет, конкурентоспособность, ценность продукта, новизна, качество*

In this article the reputation economy is an environment where brands are built based on how they are perceived online and the promise they deliver offline. It's a marketplace where professionals are treated like products, and are rated, commented on, and judged based on reputation. Positive brand interactions will amount to new opportunities and negative ones will diminish a brands reputation publicly.

Key words: *reputation, Internet, the competitiveness, value of product, new product, quality*

В современном мире мы имеем огромное количество различных товаров и услуг [4]. Из-за многообразия фирмам сложно выйти на рынок и предоставить такой продукт, который сразу будут покупать. Многие фирмы, даже гиганты иногда испытывают финансовую нестабильность. Они вынуждены придумывать новые способы завоевания своей целевой аудиторией, придумывать различные маркетинговые и рекламные акции и т.д. [1].

Наша работа по оценке объема репутационной экономики исходит из теории о том, что 70% покупателей товаров и услуг получают необходимую информацию о товаре через интернет ресурсы [3].

Чтобы создать что-либо новое, необходимо изучить уже существующие на рынке предложения и понять, какие цели преследуют эти товары, какими способностями они наполнены. Следующее по важности изучения – исследование потребителей. Оно касается многих параметров, например, удовлетворенности от пользования похожим продуктом, мотивации клиентов и так далее.

Так же среди задачи, которые необходимо решить с целью повышения конкурентоспособности фирмы, является слабая осведомленность клиентов при выходе товара на рынок. Так товары, пусть даже новые и у разных фирм могут быть достаточно похожими, поэтому у покупателя возникает вопрос выбора. Донести информацию до покупателя в правильном ключе не менее необходимо, чем просто донести до него, что товар существует и вышел на рынок. Самый востребованный и адекватный инструмент – это качественная и детально проработанная интернет поддержка [8].

Развитие Интернета принято делить на этапы, имеющие общее название «Web». Начало 2000-х годов принято считать началом эпохи Web2.0, интернет-пользователи получили возможность создавать контент читаемых сайтов (MySpace, Facebook, YouTube). Первым этот термин употребил Т. О’Рейли в своей статье «Что такое Web2.0» в 2005 году [10]. Эпоха web 2.0 и развитие социальных сетей придала новую форму и новое содержание традиционному взаимодействию людей, расширяя его пространственные границы. Развитие информационно-компьютерных и телекоммуникационных технологий привели к тому, что ни время, ни пространство не являются более препятствием для интеграции людей [6].

Для этой эпохи характерна зависимость содержания веб-проекта от поведения читателей и участников: как правило, наполнение ресурса осуществляют сами пользователи, причем делают это совместно, учитывая мнение друг друга. Этот процесс получил название “Peer Production” (от англ. Peer – равный). Для подобных коммуникаций необходимо соблюдение трех

моментов: все участники должны быть равны и иметь одинаковые возможности по управлению контентом, изменения видны всем читателям и, наконец, создание контента является прозрачным для всех участников - изменения видны сразу после их внесения (либо проверки модератором). Появление на веб-страницах «обратной связи» (форумы, чаты, онлайн-консультанты) также является собой практический переход от Web 1.0 к Web 2.0 [2].

Таким образом, теперь при создании нового продукта производители могут понизить риски с выходом на рынок, связанные с отсутствием большого спроса на товар или услугу. Зная, что предпочитают потребители и то, на какую аудиторию ориентироваться, производители с большей вероятностью получат желаемый результат [9].

Итак, мы пришли к выводу, что покупатели являются экономическими людьми, то есть принимают решения экономически рационально и обладают полной информацией, путем изучения и обмена ею в Интернете, обо всех товарах аналогичного назначения, присутствующих на рынках, включая их свойства и цены.

Как известно, конкурентоспособность в рыночных условиях, выражающаяся в производстве и реализации материальных благ и услуг данным производителем, не может быть определен односторонне в части только качества и только цены. Необходимо учесть все аспекты в процессах оценки, при этом важным на рынке становится столкновение интересов производителей и покупателей товаров и услуг. Это столкновение в свое время весьма точно описано Ф. Энгельсом, в статьях, вышедших в 1844 году в виде газетных публикаций, позднее изданных отдельное брошюрой «Наброски к критике политической экономии». Он рассматривает воззрения двух основных на то время экономических школ «английской» (Д. Рикардо) и «французской» (Ж.Б.Сэй). В частности, Рикардо предполагал, что первостепенным для образования стоимости являются издержки на производство, предполагая логику любого товаропроизводителя, который не будет продавать вещь дешевле того, что стоит ему ее производство. С другой стороны, Ж. Б. Сэй исходил из позиции потребителя и считал, что можно затратить на производство бесполезной вещи много средств, но ее никто не купит без «полезности», хотя «полезность» вещи есть нечто субъективное со стороны каждого покупателя. Гениальность Ф. Энгельса состояла в том, что он совместил понятия «издержки» и «полезность» и дал самое точное определение: «стоимость есть отношение издержек производства и полезности» [5].

Однако первенство издержек определяет конкурентоспособность изделия, продукции и товара со стороны производителя, но со стороны

покупателя важна полезность. В свое время ряд экономистов В.Н. Бобков, Ю.С. Перевощиков в работе «Квалиметрическая экономика предприятия» стали отличать понятие «стоимость» и «ценность», тем, что ценность обратно пропорциональна стоимости (К), то есть ценность (V) есть отношение полезности (U) к издержкам производства (С), что математически можно выразить в формуле (1):

$$V=1/K = U/C, \quad (1)$$

где V – ценность, К-стоимость, U – полезность, С - издержки на производстве.

В своих исследованиях мы исходим из тезиса, что полезность – это реализованное качество и новизна продукта; издержки производство – цена товара; стоимость - это конкурентное преимущество, состоящее в величине трудоемкости (норма затрат труда, энергии, материалов, затраты на основные фонды и т.д.).

Цену товара могут отклонять вверх или вниз от общей экономической ценности товара премия за репутацию. Премия за репутацию - надбавка, которую покупатели готовы оплатить (хотя обычно и не декларируя это прямо) за то, что товары данной фирмы давно завоевали хорошую репутацию своим качеством и надежностью. Именно поэтому, позитивная репутация торговой марки является элементом устойчивых конкурентных преимуществ, составной частью ценности фирмы, так как способна приносить доход точно так же, как производственные активы. Таким образом, с целью повышения ценности товара, в дальнейшем мы дадим количественную оценку веса влияния репутационной экономики на определенные товары, предприятия либо на отрасли целом для Республики Татарстан.

Как уже упоминалось, мы проводим наше исследование в плоскости Интернет-пространства, поэтому в ходе дальнейшего анализа будем считать, что качества товаров соответствует действительности.

Наши дальнейшие исследования должны помочь развитию предпринимательства в регионе, снижению затрат предприятия, возможность поддерживать спрос на товар и оптимальную цену, увеличив ценность в глазах потребителя, путем продвижения достоверной информации в сети Интернет. Развитие малого и среднего предпринимательства как рыночного института обеспечивает решение экономических и социальных задач, таких как формирование конкурентной среды, насыщение рынка товарами и услугами,

обеспечение занятости, увеличение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней и отражает уровень социально-экономического развития в целом [7].

Литература

1. Бельских И.Е. Институциональные основы рекламы и паблик рилейшнз фирмы в современной экономике// Экономический анализ: теория и практика.- №36. 2013 – С. 15-24
2. Верник А.Г. Анализ эпохи "web 2.0" и user generated content как основы для появления социальных сетей. / Журнал знак: проблемное поле медиаобразования//Изд-во: ООО «Центр интеллектуальных услуг «Энциклопедия» (Челябинск) 2 (14) – с.95-100
3. Интернет ресурс// Количество пользователей смартфонов превысит 6 млрд к 2020 году. «Будь мобильным» – 2015
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. // М.: Прогресс, 2001
5. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. // М.: Политизат, 1954. Т.1. 571 с. – С.551-552
6. Сафиуллин М.Р., Запорожец О.Н., Бычкова О.В., Фазлыев А.А., Савеличев М.В., Ельшин Л.А., Ермолаева П.О., Мингазова Ю.Г., Прыгунова М.И., Демкина Е.П., Иштирякова Л.Х., Шакирова А.Ф. Анализ рынка городского передвижения и влияния убер на развитие рынка в России, с фокусом на следующих городах: Москва, Санкт-Петербург, Казань, Новосибирск и Екатеринбург // Электронный экономический вестник Татарстана. – И-во: Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан (Казань) – 2017, №2 – с. 4-63
7. Сафиуллин М.Р., Мингазова Ю.Г., Иштирякова Л.Х. О некоторых тенденциях социально-экономического развития Республики Татарстан и Российской Федерации в 2016 году в контексте мировых тенденций // Электронный экономический вестник Татарстана. – И-во: Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан (Казань) – 2017, №1 – с. 4-54.
8. Усова В.В. Рекламная и маркетинговая поддержка нового товара при выводе на российский рынок// Интернет-журнал "Науковедение"-2014, № 2 (21).
9. Хачабеков Р.А. Рациональное поведение и мотивы потребителей как содержательная основа технологий эпохи WEB 4.0//Материалы Международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы формирования маркетинговых стратегий в условиях нестабильных рынков»,

Краснодар, 05-20 декабря 2016 г. // И-во: Кубанский государственный университет (Краснодар), 2016

10. O'Reilly, T. What is Web 2.0 (Electronic resource)

*Бурганова Танзиля Ахметкаримовна
кандидат социологических наук,
доцент кафедры менеджмента
Казанского государственного энергетического университета
tburganova@yandex.ru*

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ
СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ**
**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PREMISES OF MODERN
THEORY OF INNOVATIVE PROCESSES**

В статье рассмотрены основные этапы становления современной теории инновационных процессов, начиная с Жана Кондорсэ и Йозефа Шумпетера и заканчивая С.И. Глазьевым. Рассмотрено соотношение основных понятий этой теории с упором на такие термины, как инновация, улучшение, псевдоинновация, и.т.д.

Ключевые слова: инновационные процессы, инновация, улучшение, псевдоинновация

The main stages of advancement of modern theory of innovative processes are scrutinized beginning from Jean Condorset and Josef Schumpeter and up to Sergei Glaziev. The interrelations between the basic terms of the theory such as innovation, amendment, etc. are considered.

Keywords: innovation processes, innovation, amendment, pseudo-innovation

Хорошо известно, что проблема инновационного развития – это предмет пристального внимания специалистов самых разных научных дисциплин. Неслучайно междисциплинарный характер проблемы вызвал к жизни значительно отличающиеся друг от друга концепции, каждая из которых акцентирует внимание на исследовании того или иного ее аспекта. В конечном счете именно из сравнительного анализа этих концепций, как результат их взаимодействия и взаимопроникновения, и сформировалась современная теория инновационных процессов, или «инноватика». Появление инноватики ведет свой

отсчет с т.н. «эпохи модерна», с того времени, когда научные знания стали активно и систематически использоваться в практической деятельности.

Уже в конце XVIII в. французский просветитель Жан Кондорсэ обратил внимание на тесную взаимосвязь науки и промышленности: «прогресс наук обеспечивает прогресс промышленности, который сам затем ускоряет научные успехи, и это взаимное влияние, действие которого возобновляется, должно быть причислено к наиболее деятельным, наиболее могущественным причинам совершенствования человеческого рода» [6, с. 250].

Но одним из первых толчок началу серьезных исследований инноваций и их роли в экономическом развитии дал отечественный исследователь Николай Кондратьев [5]. Непосредственно инновационными проблемами он не занимался, но его классический анализ больших циклов рыночной конъюнктуры (т.н. «длинных волн») инициировал такие исследования причин этих циклов и их продолжительности, в которых инновации рассматривались в качестве самых важных из них. В дальнейшем идеи Кондратьева были развиты известным австрийским экономистом Йозефом Шумпетером. И без преувеличения можно отметить, что последний, собственно, и явился подлинным родоначальником современной теории инновационных процессов. В вышедшей в 1939 г. классической работе «Экономические циклы» он тщательно исследовал базисные понятия теории инновационных процессов [2]. Он рассматривал нововведения как такие изменения в технологии и управлении, которые связаны с новыми комбинациями в использовании имеющихся ресурсов. При этом под развитием он понимал переход «народного хозяйства от заданного на каждый данный момент центра тяготения к другому» [7, с. 157].

Само содержание развития, по Й. Шумпетеру, характеризуется термином «осуществление новых комбинаций» [7, с. 159]. Первоначально успешно реализующие новые комбинации подлинно инновационные фирмы, мирно сосуществуют со старыми, но рано или поздно новая комбинация должна решительно отобрать у старой комбинации средства производства. Новые комбинации – это прежде всего существенно иное применение имеющихся а народном хозяйстве запасов средств производства. При этом значительное место Шумпетер уделял роли предпринимателя в инновационном процессе : в соответствии с его взглядами, предприниматель является необходимым связующим звеном между изобретением и нововведением. Осуществляя периодизацию длинных волн, Шумпетер раскрыл значимость кредита в инновационной предпринимательской деятельности.

Видное место среди экономических исследований, посвященных проблемам нововведений, занимают работы немецкого ученого Герхарда

Менша. Последний пытался увязать темпы экономического роста и его цикличность с появлением базисных нововведений. По мнению Г. Менша, когда базисные нововведения исчерпывают свой потенциал, возникает ситуация «технологического пата», определяющая застой в экономическом развитии [1, с. 14-17]. И тогда промышленное развитие предстает как переход от одного технологического пата к другому.

Г. Менш намеревался показать, что в результате появления базисных нововведений возникают новые предприятия, циклы развития которых оказываются в большой степени взаимосвязанными. При этом предложение новых товаров на начальной стадии, как правило, отстает от спроса. Поэтому производство в этот период характеризуется высокими темпами роста. Г. Менш связывает цикличность экономики с цикличностью нововведений и фазами развития новых предприятий. Он говорит о таком моменте, когда производство новых товаров начинает превышать спрос. С этого времени фирмы судорожно начинают искать выходы на внешние рынки, безудержно падает норма прибыли и на инвестиции направляется все меньше средств. Капиталы устремляются на финансовые рынки. Рано или поздно спекулятивные финансовые операции достигают гигантских размеров и норма прибыли в денежно-кредитной сфере опускается ниже нормы прибыли в промышленности. Это означает, по мнению Г. Менша, что данная сфера готова к инвестициям в реальный сектор. Соответственно, Г. Менш предложил свою классификацию нововведений и выделил три крупные их группы – базисные, улучшающие и псевдоинновации. Базисные инновации разделены им на технологические (образующие новые отрасли и новые рынки) и нетехнологические (изменения в культуре, управлении, общественных услугах). Между нововведениями существует жесткая конкуренция за ресурсы, ибо каждый вид нововведений требует значительных затрат труда и капитала. Процесс движения от одного технологического пата к другому происходит посредством перехода от базисных нововведений к нововведениям улучшающим, и далее - к псевдонововведениям. Г. Менш отмечает, что технологический пат приходится на фазу рецессии длинной волны. В этой депрессивной стадии экономика оказывается структурно готовой для перехода к новым базисным нововведениям. Именно на данной стадии образуются кластеры базисных нововведений. Это - один из краеугольных моментов теории Г. Менша. Он тщательно рассматривает связь рыночного механизма и перерывов в потоке базисных нововведений и в связи с этим отмечает ряд существенных недостатков рынка: его неспособность переориентировать потоки ресурсов из «старых» отраслей в «новые»; стремление фирм экономить на затратах на нововведения; желание получать

прибыль в краткосрочном периоде, что препятствует принятию долгосрочных решений, которые необходимы для базисных нововведений. Многие положения концепции Г. Менша были критически проанализированы и модифицированы другими исследователями.

Существенным вкладом в развитие инновационной теории является разработка российскими экономистами т.е. «концепции технологических укладов». Само понятие технологического уклада введено в научный оборот С.Ю. Глазьевым и его коллегами [3, с.17]. Трактовка этого понятия имеет некоторую общность с рассмотренным выше понятием «технологической системы». Технологический уклад – это группа технологических совокупностей, функционирующих на основе сходных научно-технических принципов. Ядром технологического уклада, его ключевым фактором является организационно-экономический механизм регулирования. Соответственно, в упомянутых выше исследованиях выделяются пять технологических укладов. При этом в экономически развитых странах идет интенсивное перераспределение ресурсов из четвертого в пятый технологический уклад. Соответственно, в России пятый технологический получил гораздо меньшее распространение.

Подведем некоторые итоги. В научных публикациях последних лет слово «инновация» используется достаточно часто. Но что же это такое? Что выделяет инновацию в среде изменений того или иного масштаба?

Прежде всего, инновацию (нововведение) можно определить как первое практическое применение нового научно-технического (технологического), организационно-экономического, производственного или иного решения. Но приведенное определение – это лишь определение инновации в предельно широком смысле. Если же говорить лишь о технологической инновации, то ее можно охарактеризовать как воплощение нового технического решения в продукте, реализующемся на рынке, или в процессе, используемом в производстве или сфере услуг [7, с. 9–11]. Созвучно приведенным выше соображениям определение инновации в Концепции инновационной политики РФ: «Инновация (нововведение) – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности». Однако все данные определения имеют общий смысл – имеется новшество, которое воплощается в жизнь и получается новый товар/технология и т.д., что и является непосредственно инновацией.

Во-вторых, всякая инновация носит, как правило, системный характер, что приводит к изменению всех или нескольких элементов сферы своего

осуществления. Это неизбежно связано с тем, что значимость любого новшества не ограничивается одной какой-то изолированной средой, а успешная его реализация требует взаимодействия различных элементов тех или иных комплексных процессов. Так, внедрение нового продукта, как правило, требует изменения технологии и организации производства, применения новых систем стимулирования труда и т.д. Незначительные изменения, осуществляемые в социально-экономических и других системах, могут быть названы «улучшениями». Улучшение – это сдвиг, имеющий место внутри системы и неприводящий к существенному изменению ее функционирования. Улучшение не затрагивает нормального существования системы, характеризуется относительно небольшим воздействием на динамику развития объекта приложения. Инновация же, напротив, носит межфункциональный характер, создает «качественный» прыжок, радикально ломает старые правила, приводит к выходу за пределы системы.

Литература

1. Mensch G. Stalemate in Technology: Innovations Overcome the Depression. Cambridge (Mass.), 1979. P. 14-17.
2. Schumpeter J.A. Business Cycles. N.Y., 1939. Vol 1. P.207-209.
3. Глазьев С.Ю., Львов Д.С, Фетисов Г.Г. Эволюция технико-экономических систем: возможности и границы централизованного регулирования. М.: Наука, 1992. - 208 с.
4. Чулока А.И. Инновационный менеджмент. М.: УРАО, 2000. - 170 с.
5. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры // Вопросы конъюнктуры. 1925. № 1. Вып. 1. С. 28-79.
6. Кондорсэ Ж.А. Эскиз исторической картины прогресса человеческого разума. М.: Соцэгиз, 1936. -266 с.
7. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.

АННОТАЦИИ / ABSTRACTS

Зайнуллина М.Р.

ПРОГНОЗ ОСНОВНЫХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА 2018 ГОД РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Статья посвящена анализу и прогнозированию основных макроэкономических показателей Российской Федерации. Представлены основные тенденции развития. Приведены рекомендации по развитию экономической сферы на период 2018 года.

Ключевые слова: валовый региональный продукт. Ставка рефинансирования ЦБ. Индексы потребительских цен на продовольственные товары. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата. Численность занятых в экономике.

Zaynullina M.

FORECASTS OF THE MAIN MACROECONOMIC INDICATORS FOR 2018 THE RUSSIAN FEDERATION

This article analyzes and projections of key macroeconomic indicators of the Russian Federation. The main development trends. The recommendations for the development of the economic sphere for the period 2018.

Keywords: Gross regional product. Central Bank refinancing rate. Consumer price indices for food products. Average nominal monthly wages. The number of employed in the economy.

Савеличев М.В.

КАК ОСУЩЕСТВЛЯТЬ «ОЖИВЛЕНИЕ» РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК (Опыт Японии по поддержке экономического развития регионов)

Статья посвящена анализу опыта Японии по поддержке экономического развития своих регионов. За послевоенный период в этой стране сменилось несколько моделей стимулирования регионального развития, а в последнее десятилетие доминирующей концепцией стала концепция «оживления»

регионов. Данная модель включает в себя целый ряд направлений и инструментов, которые позволяют учитывать региональную специфику и выстраивать наиболее эффективные стратегии развития. Опыт Японии может быть использован и в российских условиях, что особенно актуально в условиях, когда региональное развитие становится ключевым фактором развития экономики страны в целом.

Ключевые слова: региональное развитие, урбанизация, оживление регионов, брендинг территории, зеленый туризм

Savelichev M.

HOW TO «REVIVE» REGIONAL ECONOMIES (JAPAN'S EXPERIENCE IN SUPPORTING THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONS)

The article is devoted to the analysis of Japan's experience in supporting the economic development of its regions. During the post-war period, several models of regional development stimulation have changed in this country, and in the last decade the concept of "revitalizing" the regions became the dominant concept. This model includes a number of areas and tools that allow you to take into account regional specifics and build the most effective development strategies. Japan's experience can also be used in Russian conditions, which is especially important in conditions when regional development becomes a key factor in the development of the country's economy as a whole.

Keywords: regional development, urbanization, regional revitalization, territory branding, green tourism

Железнякова Ю.

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОКУМЕНТАМИ

В статье сконцентрировано внимание на вопросах нормативного регулирования программы «Цифровая экономика» в области управления документами. Программа «Цифровая экономика» актуализировала проблему отсутствия в законодательстве Российской Федерации единого определения понятия «электронный документ», явилась фактором развития нормативно-

правовых и нормативно-методических актов, относящихся к работе с информацией и документацией, управлению документами.

Ключевые слова: цифровая экономика, управление документами, данные, электронные документы.

Zheleznyakova Yu.

THE DIGITAL ECONOMY AND NORMATIVE REGULATION IN THE SPHERE OF RECORDS MANAGEMENT

Annotation: the article focuses on regulatory issues of the "Digital economy" program, primarily in the field of records management. The program " Digital economy "actualized the problem of lack of a single definition of the concept "Electronic Records" in the legislation of the Russian Federation, was a factor in the development of laws relating to the work with information and documentation.

Keywords: Digital economy, records management, data, electronic records

Махиянова А.В.

ЖИЛЬЕ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Аннотация: в статье приводятся данные социологического исследования, в котором изучались различные параметры качества жизни населения; продемонстрирована оценка жилья и раскрыты основные направления, которые используются населением для его улучшения; выявлено отношение к программе социальной ипотеки.

Ключевые слова: жилье, качество жизни, социально-экономическое положение.

Makhiyanova A.V.

HOUSING AS AN INDEX OF QUALITY OF LIFE AND SOCIO-ECONOMIC POSITION OF THE POPULATION

Abstract: in the article data of sociological research in which various parameters of quality of a life of the population were studied; the assessment of housing has been demonstrated and the main areas that the population uses to improve it have been disclosed; the attitude to the program of social mortgage is revealed.

Keywords: housing, quality of life, socio-economic status.

Габдуллина Э.Н.

ПЕРЕПОДГОТОВКА И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ НАСЕЛЕНИЯ

Материал статьи основан на результатах авторского социологического исследования, которое было посвящено изучению различных способов переподготовки и повышения квалификации, которые использует трудоспособное население. В статье приводятся данные о видах профессиональной подготовки, оценки возможности трудоустройства и места переподготовки, которым население отдает предпочтение.

Ключевые слова: образование, переподготовка, повышение квалификации, экономические стратегии.

Gabdullina E.N.

RETRAINING AND IMPROVEMENT OF QUALIFICATION AS AN ECONOMIC STRATEGY OF THE POPULATION

The material of the article is based on the results of the author's sociological research, which was devoted to the study of various methods of retraining and advanced training that are used by the working-age population. The article provides data on the types of vocational training, assessment of employment opportunities and places of retraining, which the population prefers.

Keywords: education, retraining, professional development, economic strategies.

Корунова В.О.

СОЦИАЛЬНЫЕ НАСТРОЕНИЯ РОССИЯН: ОБЗОР ДИНАМИКИ И ИНТЕРПРЕТАЦИОННАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ЧАСТНЫХ ИНДЕКСОВ

В статье приводится обзор замеров индекса социальных настроений россиян, реализованных специалистами Левада-Центра в 2002–2018 гг. Подчеркивается важность обращения к частным индексам, заключающаяся в возможности обнаружения проблемных областей функционирования общества и более грамотного интерпретирования периодов роста и спада в динамике распределений индекса социальных настроений.

Ключевые слова: социальные настроения россиян, индекс социальных настроений, ИСН, частный индекс личного положения, частный индекс текущего положения России, частный индекс ожиданий, частный индекс оценок деятельности государственной власти, Левада-Центр.

Korunova V.

SOCIAL MOODS OF RUSSIANS: AN OVERVIEW OF DYNAMICS AND THE IMPORTANCE OF THE INTERPRETATION OF THE PARTIAL INDICES

The article provides an overview of the measurements of the index of social moods of Russians, performed by the specialists of the Levada Center in 2002-2018. Stresses the importance of turning to a private index, consisting in the possibility of detecting problem areas in the functioning of society and more competent in interpreting periods of growth and decline in the dynamics of the distributions of the index of social moods.

Key words: social moods of Russians, social sentiment index, ISM, private personal situation index, a private index of the current situation of Russia, private expectations index, a private index for evaluating the performance of the government, the Levada Center.

Шакирова Д.М.

АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ВУЗЕ

В статье представлены и проанализированы данные пилотажного исследования, отражающие мотивацию обучения студентов. Проведен

сравнительный анализ значений с учетом гендерной принадлежности студента, а также по направлению обучения.

Ключевые слова: студент, мотивация, высшее образование.

Shakirova D.M.

ANALYSIS OF LEARNING MOTIVATION OF UNIVERSITY STUDENTS

The article presents and analyzes the data of the pilot study, reflecting the motivation of students ' learning. The comparative analysis of values taking into account gender of the student, and also in the direction of training is carried out.

Keywords: student, motivation, higher education.

Курбангалиева Д. Л.

ЭКОНОМИКА РЕПУТАЦИЙ В СЕТИ: ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

В статье рассмотрена экономика репутации как среда, в которой предприятие воспринимается потребителем на основе информации в сетях Интернет при условии, что реальное качество товаров и гарантии продавца соответствует их описанию. Это новый вид рынка, где профессионализм оценивается как результат деятельности предприятия, на основании репутации в сети Интернет. Позитивные взаимодействия предприятия с клиентами будут означать новые возможности на рынке, повышение ценности товара, а негативные – снижают репутацию.

Ключевые слова: репутация, Интернет, конкурентоспособность, ценность продукта, новизна, качество

Kurbangalieva D.L.

REPUTATION ECONOMY IN THE NETWORK: THE BACKGROUND AND PROSPECTS FOR RESEARCH (ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN)

In this article the reputation economy is an environment where brands are built based on how they are perceived online and the promise they deliver offline. It's a marketplace where professionals are treated like products, and are rated, commented on, and judged based on reputation. Positive brand interactions will amount to new opportunities and negative ones will diminish a brands reputation publicly.

Key words: reputation, Internet, the competitiveness, value of product, new product, quality

Бурганова Т.А.

*ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ
СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ*

В статье рассмотрены основные этапы становления современной теории инновационных процессов, начиная с Жана Кондорсэ и Йозефа Шумпетера и заканчивая С.И. Глазьевым. Рассмотрено соотношение основных понятий этой теории с упором на такие термины, как инновация, улучшение, псевдоинновация, и.т.д.

Ключевые слова: инновационные процессы, инновация, улучшение, псевдоинновация

Burganova T.

*THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PREMISES OF MODERN
THEORY OF INNOVATIVE PROCESSES*

The main stages of advancement of modern theory of innovative processes are scrutinized beginning from Jean Condorset and Josef Schumpeter and up to Sergei Glaziev. The interrelations between the basic terms of the theory such as innovation, amendment, etc. are considered.

Keywords: innovation processes, innovation, amendment, pseudo-innovation