



Электронный
экономический вестник
№ 1 (январь - март 2023
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.Карла Маркса, д.23/6.

Тел.: +7 (843) 238-79-35

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.

Оглавление

I. ПРОГНОЗЫ И СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЫ.....	5
ИТОГИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ 2022 ГОДА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН.....	5
РЫНОК ТРУДА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В УСЛОВИЯХ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ.....	15
ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ.....	22
II. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.....	31
ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ.....	31
ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КРАУДСОРСИНГОМ.....	38
ОБЗОР ПРИМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМА КОНСЕНСУСА PROOF OF AUTHORITY.....	44
III. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.....	55
АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ).....	55
ИНСТРУМЕНТЫ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ, СОЗДАЮЩИЕ ЦЕННОСТЬ.....	72
IV. МЕНЕДЖМЕНТ.....	79
ТЕХНОЛОГИИ ДИЗАЙН - МЫШЛЕНИЯ В МЕНЕДЖМЕНТЕ.....	79
БРЕНД КАК ИНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЙ ОТСТРОЙКИ КОМПАНИИ.....	86
V. СОЦИАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	91
СОЦИАЛЬНЫЕ НАСТРОЕНИЯ КАЗАНЦЕВ В 2022 ГОДУ.....	91
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИСТОЧНИК ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ.....	100
VI. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	107
ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ.....	107

РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ОБЪЕКТ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО АНАЛИЗА И УПРАВЛЕНИЯ	114
АНАЛИТИКА РЫНКА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	121
АННОТАЦИИ / ABSTRACTS.....	128

I. ПРОГНОЗЫ И СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЫ

ИТОГИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ 2022 ГОДА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

THE RESULTS OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN 2022 IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

© М. Зайнуллина, Л. Иштрирякова, 2023 г.

ЗАЙНУЛЛИНА Миляуша Рашитовна, кандидат экономических наук,
ГБУ «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан»
доцент кафедры общего менеджмента ИУЭФ КФУ
Казань, Россия
M.Zaynullina@tatar.ru

ИШТИРЯКОВА Лейсан Хабировна, старший научный сотрудник,
ГБУ «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан»,
Казань, Россия
Leysan.Ishtiryakova@tatar.ru

Статья посвящена анализу основных макроэкономических показателей Республики Татарстан. Представлены причины отклонений некоторых показателей. Приведены рекомендации по развитию экономической сферы на 2023 год.

Ключевые слова: Индекс промышленного производства. Доля прибыльных и убыточных крупных и средних предприятий и организаций. Индекс потребительских цен. Среднемесячная номинальная и реальная начисленная заработная плата.

This article analyzes the main macroeconomic indicators of the Republic of Tatarstan. Presented reasons for deviations of some parameters. The recommendations on the development of the economic sphere for 2022 are given.

Keywords: Index of industrial production. The share of profit and loss of large and medium-sized businesses and organizations. Consumer Price Index. Average monthly nominal and real wages.

2022 год показал положительный экономический рост в (рост ВРП по сравнению с 2021 годом в сопоставимых ценах 106,0%). По официальным статистическим данным можно констатировать позитивные тенденции макроэкономических показателей. Инфляционный уровень в 2022 году продемонстрировал больший рост, чем в 2021 году и составил 114,1%; Центральный Банк РФ в феврале 2022 года следовал политике повышения ключевой ставки, и она увеличилась с 8,5% до 20% до апреля 2022 года. С апреля по сентябрь 2022 года ставка постепенно снижалась до 17%, 14%, 11%, 9,5%, 8%. В сентябре 2022 года ставка рефинансирования установилась на уровне 7,5% и пока сохранила свое значение. Данные манипуляции были произведены в связи с неустойчивым курсом валют [7]. По отношению к Российской Федерации увеличилось число действующих санкций, которые повлияли на изменение многих логистических цепочек и внешнеторговый оборот. Средняя цена на нефть составила 76,09 баррель [8], что, несомненно, положительно повлияло на российскую экономику; показатели промышленности продемонстрировали увеличение (106,6%); сельскохозяйственный сектор установился на уровне 125,9%; на рынке труда в 2022 году зафиксировано 7,5 тыс. человек. Средняя заработная плата увеличилась (116,3%).

Согласно таблице 1 индекс промышленного роста в 2022 году составил 106,6% тогда как в аналогичном периоде за 2021 год 108,6%, что свидетельствует о замедлении темпа роста промышленности. Объем отгруженных товаров собственного производства составил 113,3 %, тогда как в 2021 году 147,2%. Объем работ, выполненных по виду деятельности «строительство» увеличился – 120,4%, в 2021 году составил – 107,8%. Продукция сельского хозяйства в 2022 году продемонстрировала резкое увеличение 125,9%, а в 2021 году 80,5%. Темп роста грузооборота автотранспорта показал достаточно внушительное увеличение - в 2022 году в 133,3%, в 2021 году рост был 122,6%. Оборот розничной торговли в 2022 году снизился – 96,9%, тогда как в 2021 году составил 107,8%. По объему платных услуг населению прирост составил 103,4%, тогда как в 2021 году 108,8%. Индекс потребительских цен принял значение 114,1%, тогда как в 2021 году 107,3%. Величина номинальной начисленной среднемесячной заработной платы одного работника на предприятиях и в организациях республики составила 116,3% , тогда как в 2021 году – 112,4%. Реальная же среднемесячная заработная плата приняла значение 101,7%, а в 2021 году 105,2% (табл.1).

Таблица 1

Основные показатели социально-экономического развития в 2022 году

в Республике Татарстан [1, стр.3-4]

	Январь-декабрь 2022г.	В % к январю-декабрю 2021г.	2021 В % к 2020
Индекс промышленного производства	х	106,6	108,6
Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами, млн. рублей	4623924,0	113,3	147,2
Объем работ, выполненных по виду деятельности «строительство», млн. рублей	573145,3	120,4	107,8
Ввод в действие жилья, тыс. кв. м. общей площади	3093,4	102,7	112,4
Продукция сельского хозяйства, млн. рублей	334068,7	125,9	80,5
Грузооборот автотранспорта предприятий всех видов деятельности, млн. ткм	14490,8	133,3	122,6
Оборот розничной торговли, млн. рублей	1216319,2	96,9	107,8
Объем платных услуг населению, млн. рублей	343459,5	103,4	108,8
Индекс потребительских цен	х	114,1	107,0
Индекс цен производителей промышленных товаров	х	117	138,1
- в том числе реализуемых на внутреннем рынке	х	113,3	129,3
Численность официально зарегистрированных безработных, (на конец периода), тыс. человек	7,5	х	х
	Январь-ноябрь 2022г.	В % к январю-ноябрю 2021г.	Январь-ноябрь 2021г. к январю-ноябрю 2020
Начисленная среднемесячная заработная плата одного работника на предприятиях и в организациях республики, включая малое предпринимательство номинальная, рублей	50456,2	116,3	112,4
реальная	х	101,7	105,2

2022 год показал средний уровень роста по сравнению с 2021 годом. Факторами, ограничивающими рост экономики, явились: геополитические и снижение уровня жизни населения во многих странах.

Темпы роста сальдированного финансового результата по видам деятельности разнятся. Увеличение прибыльности можно отметить во многих видах деятельности: сельское хозяйство; добыча полезных ископаемых; обрабатывающие производства; обеспечение электрической энергией, газом и паром; торговля оптовая и розничная, ремонт автотранспортных средств,

мотоциклов; транспортировка и хранение; деятельность гостиниц и предприятий общественного питания; деятельность в области информации и связи; деятельность профессиональная, научная и техническая; образование; государственное управление и обеспечение военной безопасности; предоставление прочих видов услуг.

Также есть виды деятельности со снижением финансового результата: финансовая и страховая; водоснабжение и водоотведение; социальное обеспечение; деятельность в области здравоохранения и социальных услуг; строительство; деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (табл.2).

В 2022 году значительное увеличение показало деятельность в области информации и связи. Государство направило значительные льготы для развития данного сектора в связи необходимостью формирования информационной безопасности страны. Очень радужные перспективы продемонстрировали сельское хозяйство, добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, обеспечение электрической энергией, торговля. Частичная локализация рынков оказало позитивное влияние на развитие внутренних рынков страны.

Таблица 2

Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) по видам экономической деятельности за январь-ноябрь 2022г. [1, стр.75]

	Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млн. рублей	Темп роста (снижения) в % к соответствующему периоду 2021г.
Всего	686844.41	112,6
в том числе: сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство рыболовство, рыбоводство	6617,95	139,0
добыча полезных ископаемых	335118,99	124,8
обрабатывающие производства	321911,60	166,7
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	26592,89	157,0
водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	1482,28	83,8

строительство	-7323,56	-
Торговля оптовая и розничная ; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов	65800,11	166,4
транспортировка и хранение	20175,43	127,9
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	307,09	118,6
Деятельность в области информации и связи	344,81	10,4
Деятельность финансовая и страховая
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	933,70	-
Деятельность профессиональная, научная и техническая	7186,56	В 2,2 p
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	1912,72	185,5
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	145,7
образование	364,55	В 5,9 p
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	558,64	75,8
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	-409,09	-
Предоставление прочих видов услуг	46,92	117,0

Доля прибыльных организаций составила 79,7% в 2022 году, тогда как в 2021 этот показатель был равен 78,7%. Распределение видов экономической деятельности по прибыльности отражает неравномерность прибыльности большинства групп экономической деятельности. Большая доля убыточных организаций в общем числе организаций в следующих типах деятельности: обеспечение электрической энергией, газом и паром; водоснабжение; водоотведение; деятельность по операциям с недвижимым имуществом; деятельность профессиональная, научная и техническая; деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги; государственное

управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение; деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (табл. 3).

Таблица 3

Прибыль и убыток организаций по видам экономической деятельности
за январь-ноябрь 2022 г. [1, стр.75]

	Сумма прибыли, млн. рублей	Доля прибыльных организаций в общем числе организаций, %	Сумма убытка, млн. рублей	Доля убыточных организаций в общем числе организаций, %
Всего	83712,51	79,7	144868,10	20,3
в том числе:				
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство рыболовство, рыбоводство	8299,59	85,3	1681,64	14,7
добыча полезных ископаемых	337323,71	81,0	2204,72	19,0
обрабатывающие производства	330432,72	86,0	8521,12	14,0
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	27292,69	68,8	699,81	31,3
водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	1617,52	60,5	135,24	39,5
строительство	7786,85	78,6	15110,41	21,4
Торговля оптовая и розничная Ремонт автотранспортных средств, мотоциклов	67150,93	86,6	1350,82	13,4
транспортировка и хранение	21526,40	77,0	1350,97	23,0
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	485,51	81,3	178,41	18,8
Деятельность в области информации и связи	3969,17	71,2	3624,37	28,8
Деятельность финансовая и страховая	...	80,0	20,0

Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	4895,61	71,2	3961,92	28,8
Деятельность профессиональная, научная и техническая	7781,42	67,1	594	32,9
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	2194,84	71,1	282,12	28,9
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	50,0	50,0
образование	375,34	78,1	10,79	21,9
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	610,35	85,7	51,72	14,3
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	65,9	64,7	474,99	35,3
Предоставление прочих видов услуг	50,20	80,0	3,28	20,0

Несмотря на пессимистические прогнозы 2022 года, итоги этого года продемонстрировали удовлетворяющую экономическую ситуацию. Правительство Российской Федерации направила свои усилия для формирования устойчивой экономической системы и разработала мероприятия по поддержанию отечественных предприятий и развитию импортозамещения по большинству направлений промышленности и сферы услуг. В 2022 году продолжает усиливаться инфляция, что отражается на снижении уровня доходов населения. В перспективе необходимо сформировать ряд мер по сдерживанию инфляционного уровня.

Список литературы

1. Социально-экономическое положение Республики Татарстан (комплексный информационно-аналитический доклад) январь-декабрь 2022 г / Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан. - 2023 г. - 84 с.

2. Зайнуллина М.Р. Разработка модели развития Республики Татарстан // Электронный экономический вестник Татарстана 2019. № 2. С. 4-11.

3. Зайнуллина М.Р. Итоги экономического развития 2021 года Республики Татарстан // Электронный экономический вестник Татарстана. 2021. № 1. С. 4-11.

4. Сафиуллин М.Р., Сафиуллин А.Р., Шугаева А.А., Шакирзянова Д.И. Социально-экономическое развитие региона в контексте международных изменений (на примере Республики Татарстан) / Казань, 2019. Изд-во: ИП Кузнецов Никита Владимирович

5. Сафиуллин М.Р., Мингазова Ю.Г., Иштирякова Л.Х. Итоги социально-экономического развития республики татарстан и российской федерации в 2017 году в контексте мировых тенденций. Часть 1. Экономическая ситуация // Экономический вестник Республики Татарстан. 2018. № 2. С. 5-17.

6. Сафиуллин М.Р., Мингазова Ю.Г., Иштирякова Л.Х. Итоги социально-экономического развития республики татарстан и российской федерации в 2017 году в контексте мировых тенденций. Часть 2. оценка экономической эффективности // Экономический вестник Республики Татарстан. 2018. № 3. С. 5-14.

7. Ключевая ставка ЦБ 2022 год // https://cbr.ru/hd_base/KeyRate/?UniDbQuery.Posted=True&UniDbQuery.From=01.01.2022&UniDbQuery.To=10.

8. О средней цене на нефть марки Urals // https://minfin.gov.ru/ru/press-center/?id_4=38328-o_srednei_tsene_na_neft_marki_urals

9. Основные тенденции социально-экономического развития Республики Татарстан в 2022 году // <https://mert.tatarstan.ru/file/mert/File/Итоги%20социально-экономического%20развития%20Республики%20Татарстан%20в%202022%20году%20.pdf>

Рецензия на статью

для опубликования в научном журнале

«Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Зайнуллина М.Р., Иштирякова Л.Х.
Название статьи: Итоги экономического развития 2022 года Республики Татарстан	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название статьи полностью соответствует ее содержанию
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность темы обусловлена сложившейся экономической ситуацией и является основанием для прогноза на 2023 год.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	В ходе исследования проанализированы основные виды деятельности за 2022 год по		

		Республике Татарстан. А также прибыльность и убыточность отраслей.
6.2	Отрицательные качества	
6.3	Замечания и предложения	

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- 1. Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 24.03.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

РЫНОК ТРУДА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В УСЛОВИЯХ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ

REPUBLIC OF TATARSTAN LABOR MARKET IN THE CONDITIONS OF WESTERN SANCTIONS

© Р. Камалеев, 2023 г.

*КАМАЛЕЕВ Рафаэль Харисович, аспирант,
ГБУ «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан»
r.h.kamaleev@gmail.com*

В статье исследуется рынок труда Республики Татарстан в условиях западных санкций. Проанализированы такие показатели как уровень безработицы, среднегодовая численность занятых, среднегодовая численность занятых в разрезе видов экономической деятельности в Республике Татарстан за 2022 год в сравнении с показателями 2021 года. Итоги проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что рынок труда Татарстана в целом справляется в текущих условиях и остается относительно стабильным.

Ключевые слова: рынок труда, занятость, безработица, санкции, Республика Татарстан.

The paper analyzes the Republic of Tatarstan labor market in the conditions of sanctions. Such indicators as the unemployment rate, the average annual number of employed, the average annual number of employed in the context of economic activities in the Republic of Tatarstan for 2022 in comparison with the indicators of 2021 are analyzed. The results of the article allow us to conclude that the labor market of Tatarstan is coping with the current conditions and remains stable.

Keywords: labor market, employment, unemployment, sanctions, Republic of Tatarstan.

В условиях масштабного санкционного давления обостряются социальные риски – от распространения теневой занятости и оттока кадров до дискриминации работников и роста преступности [1]. Санкции представляют риски для трудового потенциала и экономического роста [5]. Одной из важнейших целей региональной политики в новых реалиях становится преодоление текущих условий с минимальными социально-экономическими потерями. Актуальность данного исследования обуславливается новой реальностью, выраженной в масштабном санкционном давлении на российскую

экономику, которое оказывают влияние на все сферы экономики страны, особенно на рынок труда [3].

Цель исследования – анализ рынка труда Республики Татарстан в условиях западных санкций и сравнение ключевых показателей 2021 и 2022 годов.

Основной гипотезой работы является то, что условия санкций оказывают негативное влияние на ключевые показатели рынка труда Республики Татарстан.

Изучим основные показатели, на рисунке 1 представлены данные по среднегодовой численности занятых в Республике Татарстан за 2021-2022 гг. Все гистограммы в работе построены на основе данных Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстат) [4].

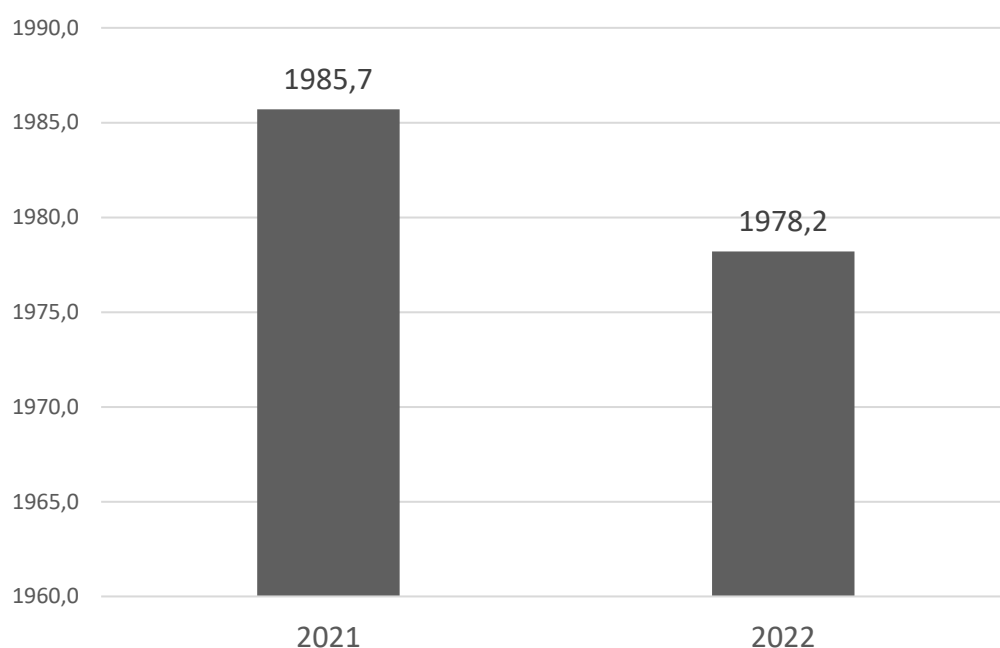


Рис. 1. Среднегодовая численность занятых в РТ (тыс. чел.)

Как видим из гистограммы, численность занятых в Республике Татарстан в 2022 году снизилась, но незначительно: 1978,2 тысячи человек против 1985,7 тыс. человек в 2021 году (на 0,4% ниже). Данный факт обусловлен тем, что численность рабочей силы в Татарстане за 2022 год так же уменьшилась: с 2031 тыс. человек до 2027 тыс. человек, одной из причин чего может служить отток населения в результате событий, происходивших с февраля 2022 года, а также мобилизации в октябре 2022 года [2]. Таким образом, делаем вывод, что на среднегодовую численность занятых в Татарстане санкции оказали негативное влияние.

Интересно проанализировать, структуру численности занятых в разрезе отраслей экономики (рисунок 2).

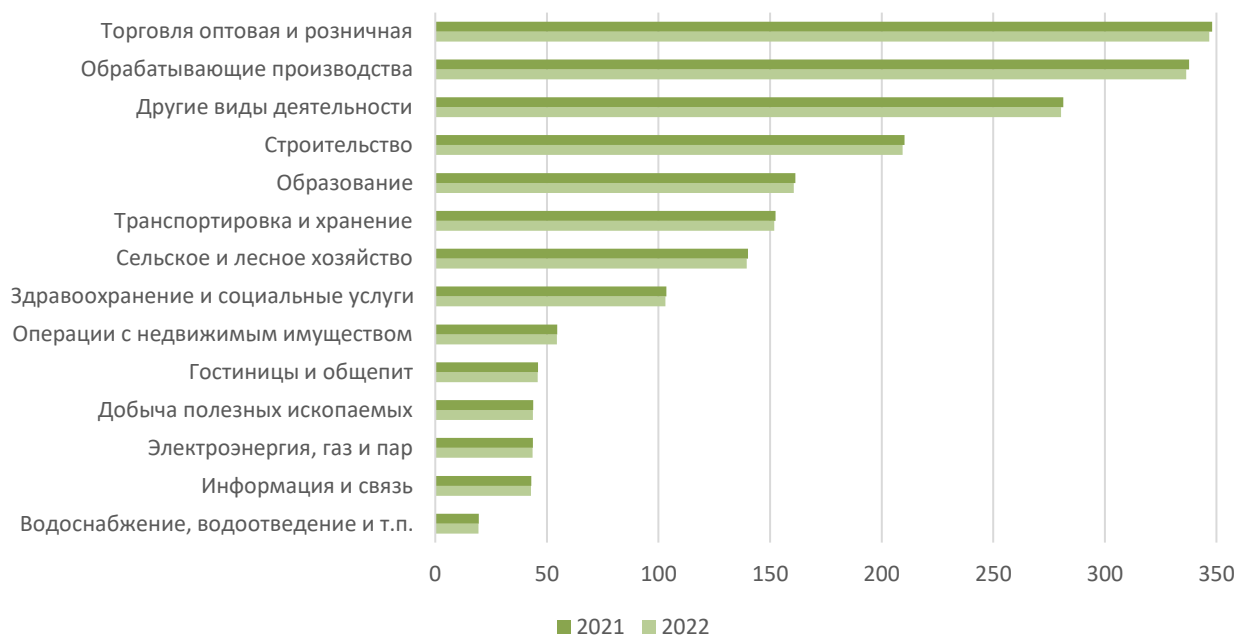


Рис. 2. Среднегодовая численность занятых в РТ по видам экономической деятельности (тыс. чел.)

Из гистограммы видно незначительное снижение численности занятых в Республике Татарстан за 2021-2022 гг. в разрезе отраслей экономики.

На 2022 год наибольшее число людей занято в оптовой и розничной торговле, ремонте автотранспортных средств и мотоциклов (346,8 тыс. человек), обрабатывающем производстве (336,4 тыс. человек) и строительстве (209,4 тыс. человек). Наименьшая численность занятых – в отраслях, связанных с обеспечением электрической энергией, газом и паром (43,6 тыс. человек), деятельностью в области информации и связи (42,8 тыс. человек) и водоснабжением, водоотведением организацией сбора и утилизации отходов (19,4 тыс. человек).

Изучим данные по уровню безработицы, на рисунке 3 представлен соответствующий показатель по Республике Татарстан за 2021-2022 гг.

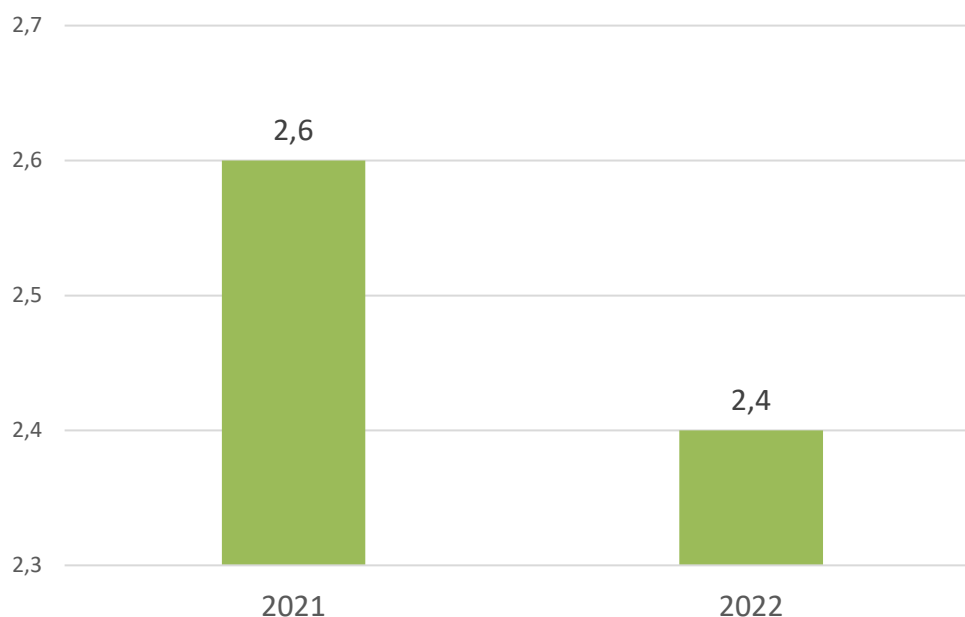


Рис. 3. Уровень безработицы в Республике Татарстан, %

Как видим из гистограммы, несмотря на снижение численности занятых, уровень безработицы в Республике Татарстан также снизился – на конец декабря 2021 года он равнялся 2,6%, в то время как в конце 2022 года он составил 2,4%, следовательно, санкции не оказали негативного влияния на данный показатель.

Таким образом, на основании проанализированных данных, можно сделать вывод, что несмотря на уменьшение рабочей силы и среднегодовой численности занятых, уровень безработицы в республике не повысился, а напротив, продемонстрировал снижение. Следовательно, рынок труда Татарстана в целом справляется в условиях западных санкций и остается относительно стабильным.

Список литературы

1. Геодакян А.Г. Экономисты РАН назвали риски для рынка труда из-за санкций. РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/03/05/2022/626b9ef89a7> (дата обращения: 14.03.2023).
2. Официальный портал Министерства труда, занятости и социальной защиты Республики Татарстан. URL: <https://mtsz.tatarstan.ru/> (дата обращения: 16.03.2023).
3. Поляк И.В., Прядко И.А. Рынок труда Российской Федерации в условиях западных санкций // УЭКС. – 2015. – №4 (76). – С. 1-22.
4. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2022: Р32 Стат. сб. / Росстат. М., 2022. 1204 с. (дата обращения: 15.03.2023).

5. Сафиуллин М.Р., Ельшин Л.А. От вынужденного к экспортоориентированному импортозамещению: теоретические аспекты // Электронный экономический вестник. – 2022. – № 3. – С. 4-11.

Рецензия на статью
для опубликования в научном журнале
«Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор	Камалеев Рафаэль Харисович
Название статьи: РЫНОК ТРУДА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В УСЛОВИЯХ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название статьи полностью соответствует ее содержанию
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность данного исследования обуславливается новой реальностью, выраженной в масштабном санкционном давлении на российскую экономику, которое оказывают влияние на все сферы экономики страны, особенно на рынок труда
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		Зарубежные публикации в списке литературы не представлены, что в данном случае оправдано, так как автор фокусируется на анализе развития региона Российской Федерации в новых условиях
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц,	да		

	библиографии			
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Логика изложения материала последовательная и подкреплена наглядными примерами и диаграммами.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения	-		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. **Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 08.04.2023

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ

MORTGAGE LENDING IN RUSSIA

© Л.Шагабутинова, 2023 г.

ШАГАБУТИНОВА Лиана Магомедовна,
старший преподаватель кафедры «Бухучет-2»
ГАОУ ВО «Дагестанский государственный
университет народного хозяйства»,
Махачкала, Российская Федерация
karamell1307@mail.ru

Современная экономика в России, как и во всех странах, показывает, что сегодня ипотека является значимым рыночным инструментом, с помощью которого можно решить множество экономических и социальных проблем. Роль ипотеки в обеспечении экономического роста страны весьма велика.

Во-первых, еще ни в одной стране мира проблема жилья не была решена без использования ипотеки. Во-вторых, развитие ипотеки положительно влияет на реальный сектор экономики, благодаря которой приостанавливается спад производства в некоторых отраслях промышленности, отсюда возникает необходимость модернизации производства, что приводит к конкурентоспособности и повышению качества продукции. Все это повышает экономические возможности страны и помогает ее выходу из экономического кризиса.

В статье были раскрыты понятие и виды ипотечного кредитования, процентные ставки, актуальные на сегодняшний день, перечислен перечень документов, необходимых для получения каждого из видов льготных ипотек, а так же раскрыт круг лиц, имеющих право воспользоваться данными видами ипотечного кредитования.

Ключевые слова: ипотечное кредитование, залог, льготные кредитные продукты, ключевая ставка, процентная ставка.

The modern economy in Russia, as in all countries, shows that today mortgage is a significant market tool that can help solve many economic and social problems. The role of mortgages in ensuring the economic growth of the country is very large. First, in no other country in the world has the problem of housing been solved without the use of mortgages. Secondly, the development of mortgages has a positive effect on the real sector of the economy, due to which the decline in production in some industries is suspended, hence the need to modernize production, which leads to competitiveness and improved product quality. All this increases the country's economic opportunities and helps it out of the economic crisis.

The article disclosed the concept and types of mortgage lending, interest rates that are relevant today, lists the list of documents required to obtain each type of preferential mortgage, and also discloses the circle of persons entitled to use these types of mortgage lending.

Key words: mortgage lending, collateral, preferential loan products, key rate, interest rate.

Ипотека (Ипотечное кредитование) в России является важнейшим звеном финансового рынка. Самый распространенный вариант использования ипотеки в России - это покупка физическим лицом квартиры в кредит [6]. Закладывается при этом, как правило, вновь покупаемое жилье, хотя можно заложить и уже имеющуюся в собственности квартиру, а также в качестве залога могут выступать:

- недвижимость (квартира, дом, дача, земельный участок, гараж, офис и др.);
- транспортное средство (машина, прицеп, мотоцикл и др.);
- другое ликвидное имущество (компьютер, техника, электроника, акции, драгоценности и др.).

Основной плюс залогового кредитования - возможность оформить кредит на более выгодных условиях [1]. Как правило, сумма выше, проценты ниже, а процедура рассмотрения заявки упрощена по сравнению с беззалоговыми программами. Однако все зависит от конкретного банка, поэтому ниже рассмотрим несколько льготных кредитных продуктов, действующих на весь период 2023 года:

1. Ипотека с господдержкой.
2. Семейная ипотека.
3. Сельская ипотека.
4. Военная ипотека.

Строительные фирмы, банки и простые граждане, которые планировали в 2023 году оформить ипотечный кредит, с замиранием сердца ждали информацию о судьбе госпрограммы субсидирования ставок на новостройки. Всех волновал один вопрос - будет ли льготная ипотека существовать в 2023 году.

По условиям программы «Ипотека с господдержкой» действовала при покупке любой новостройки до конца 2022 года. То есть в 2023 году программа должна была прекратиться. Правительство долго обсуждало вопрос целесообразности продления этой программы и в конце 2022 года все же приняло решение.

Ипотека с господдержкой будет актуальной весь 2023 год, окончание программы намечено на 1 июля 2024. Так что, у россиян есть еще 1,5 года, чтобы воспользоваться выгодным предложением. Но условия по части ставки изменились, она увеличилась с 7% до 8%.

Максимальная сумма, которую можно взять в рамках льготной ипотеки, остается прежней:

- 12 млн. руб. для Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области;

- 6 млн. руб. для квартир в остальных регионах России.

Первоначальный взнос по льготной ипотеке составляет не менее 15% от стоимости жилья. Срок кредита - до 30 лет.

Заемщиком может быть гражданин РФ от 21 года на момент подачи заявки и до 75 лет на момент полного погашения займа.

Документами для подачи заявки на получение ипотеки с господдержкой, могут быть:

1. При подтверждении доходов и трудовой занятости:

- паспорт заемщика/созаемщика с отметкой о регистрации при наличии временной регистрации - документ, подтверждающий регистрацию по месту пребывания;

- документы, подтверждающие финансовое состояние и трудовую занятость заемщика/созаемщика;

- СНИЛС.

2. Без подтверждения доходов и трудовой занятости:

- паспорт заемщика с отметкой о регистрации;

- второй документ, подтверждающий личность на выбор (водительское удостоверение; удостоверение личности военнослужащего; удостоверение личности сотрудника федеральных органов власти; военный билет; загранпаспорт; страховое свидетельство обязательного пенсионного страхования).

В перечень документов после одобрения заявки на ипотеку включаются документы по кредитуемому жилью и предоставляемому залогу, которые можно предоставить в течение 90 календарных дней с даты принятия решения банком о выдаче кредита, а так же документы, подтверждающие наличие первоначального взноса [3].

Вторая по популярности государственная программа субсидирования ставок по ипотечным кредитам - семейная ипотека. В 2022 году она не завершилась, наоборот, в середине года было принято решение продлить ее действие до середины 2024 года. Льготные условия доступны семьям с детьми, рожденными до 31 декабря 2023 года. Они могут подавать запросы в банки до 1 июля 2024 года [3].

Но в 2023 году условия семейной ипотеки стали другими. Ранее предложением могли воспользоваться семьи, в которых воспитывался ребенок, рожденный с 1 января 2018 года.

В 2023 году предложение стало актуально для семей (одиноких родителей), в которых воспитываются 2 и более ребенка, не достигших совершеннолетия, родителей усыновленного или удочеренного ребенка, который родился с 1 января 2018 года до 31 декабря 2023 года.

Что касается семей с детьми-инвалидами, то это может быть и один ребенок любого возраста.

Ставка по семейной ипотеке равна 6% годовых, но некоторые банки предлагают ставки ниже. Приобрести по данной программе можно только первичное жилье.

Обязательный первоначальный взнос составляет 15% от стоимости объекта недвижимости, разрешается так же использовать материнский капитал. На первого ребенка государство предоставляет 542,5 тыс. руб., а на второго и последующих - 693,1 тыс. руб.

Сумма кредитования определяется регионом:

- 12 млн. руб. для Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области;
- 6 млн. руб. для квартир в остальных регионах России.

Документами для подачи заявки на получение ипотеки с господдержкой, могут быть:

Для получения семейной ипотеки, кроме заявки, в банк необходимо предоставить пакет документов, который включает:

- паспорт гражданина РФ с отметкой о регистрации;
- справка о временной регистрации (при отсутствии постоянной регистрации в регионе);
- СНИЛС;
- документы, подтверждающие наличие источника дохода (справка 2-НДФЛ, трудовая книжка);
- свидетельство о рождении или усыновлении (удочерении) ребенка;
- справка, подтверждающая факт установления инвалидности ребенка.

Сельская ипотека самая «призрачная» льготная программа ипотечного кредитования, которая вроде есть, а вроде ее и нет. Правительство РФ каждый год выделяет все большую сумму на субсидирование ставок в рамках Сельской ипотеки, но постоянно этих денег не хватает даже до середины года - слишком большой спрос.

Сельская ипотека в 2023 году продолжит свое существование, граждане снова смогут заключать с банками договора под 3% и покупать недвижимость в небольших населенных пунктах с численностью населения до 30 000 человек.

Кредит можно взять на сумму до 3 млн. руб. во всех регионах кроме Дальнего Востока, Ленинградской области и Ямало-Ненецкого автономного округа - там до 5 млн. руб. Первоначальный взнос, при реализации программы, составит 10% от стоимости жилья.

В текущем году Минсельхоз России выделил более 19,6 млрд. руб. на обеспечение программы «Сельская ипотека». Это позволит улучшить жилищные условия более 9,5 тыс. семей и сохранить пониженную процентную ставку по ранее выданным кредитам.

Для подачи заявки на предоставление сельской ипотеки нужно подготовить следующий пакет документов:

1. Анкета.
2. Паспорт (заемщик/созаемщик).
3. СНИЛС и ИНН (заемщик/созаемщик).
4. Военный билет для мужчин до 28 лет.
5. Копия трудовой книжки, заверенная в организации.
6. Справка о доходах по форме 2-НДФЛ либо по форме Банка.
7. При наличии совместительства: копия трудового договора по совместительству + справка о доходах по форме 2-НДФЛ, либо по форме Банка.

Военная ипотека - это система, позволяющая военнослужащим приобрести жилье (квартиру, дом) в собственность на льготных условиях. Воспользоваться правом могут служащие любых войск и званий [5].

Для того чтобы ипотечная программа могла функционировать, была создана накопительная ипотечная система (НИС). Ее суть в том, что в течение всего срока службы военного на его личный счет поступают накопления. Сумма поступлений не бывает одинаковой, она корректируется ежегодно с учетом инфляции и в настоящий момент составляет 349 614 руб. или 29 134 руб. в месяц.

Средства, поступающие на личные счета военных, находятся в распоряжении Росвоенипотеки. Организация может инвестировать их и приносить доход будущим получателям денег. Владелец счета не может повлиять на эти процессы. До момента выдачи средства не принадлежат ему. Чтобы стать участником НИС, офицер или служащий младшего командного состава должен прослужить 3 года. Использовать средства со счета НИС можно только через 3 года со дня его открытия. То есть каждый участник обязан отдать армии не менее 6 лет.

Средства можно получить при подаче заявления, которое предоставляется в срок до 3 месяцев. Получить деньги по программе можно 1 раз за весь срок несения службы.

Чтобы получить военную ипотеку, военнослужащий-участник НИС должен предоставить в банк определенный пакет документов:

- свидетельство участника НИС, позволяющее военнослужащему воспользоваться целевым жилищным займом (данный документ оформляется Росвоенипотекой);
- анкета-заявление военнослужащего на получение ипотечного кредита;
- согласие военнослужащего на обработку его персональных данных;
- паспорт военнослужащего;
- согласие супруги/супруга военнослужащего на приобретение недвижимости (этот документ выдает нотариус);
- брачный договор, если таковой имеется;
- свидетельство о браке;
- свидетельство о рождении детей, до 14 лет (паспорт детей, достигших 14-летнего возраста).

Деньги, накопленные на счете, идут на погашение целевого жилищного займа. Они используются для оплаты начального взноса, а остальные средства предоставляет Росвоенипотека. Цели, на которые можно потратить деньги: покупка жилья под залог; внесение первоначального взноса по кредиту и дальнейшие выплаты; покупка жилья по ДДУ. Жилье, покупаемое в рамках программы, регистрируется как собственность военного, однако находится под залогом у банка и военного ведомства вплоть до конца срока выплат [5].

В 2023 году максимальная сумма военной ипотеки, которую погасит государство, составляет 3 874 500 руб. Сроки кредита - до 25 лет. Некоторые банки ограничивают максимальный возраст заёмщика и на момент полной выплаты кредита военный не должен быть старше 45 лет.

Минимальная ставка по военной ипотеке в различных банках различна, она колеблется от 8,86% до 11,9%.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 16.07.1998 №102-ФЗ (последняя редакция).
2. Федеральный закон «О накопительно-ипотечной системе жилищного обеспечения военнослужащих» от 20.08.2004 №117-ФЗ (последняя редакция).

3. Абрамова М.А., Александрова Л.С. Деньги, кредит, банки. Денежный и кредитный рынки: учебник для вузов / Г.А. Аболихина [и др.]; под общей редакцией М.А. Абрамовой, Л.С. Александровой. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022.

4. Гринько Е.Л., Инструменты финансово-кредитного обеспечения инфраструктурной ипотеки и эффективность ее применения на региональном уровне: монография / коллектив авторов; под ред., Черемисинова Д.В., Тарасенко С.В., Алесина Н.В., Балаклеева А.М., Дремова У.В., Посная Е.А., Илюнина Д.А. - Москва: КноРус, 2020.

5. Ершов, В. А. Государственный жилищный сертификат и ипотечные накопления военнослужащих. Как с их помощью приобрести жилье / В.А. Ершов. - М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2021.

6. Разумова И.А. Ипотечное кредитование / И.А. Разумова. - Москва: СИНТЕГ, 2022.

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Шагабутинова Л.М.
Название статьи: Ипотечное кредитование в России	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Современная экономика в России, как и во всех странах, показывает, что сегодня ипотека является значимым рыночным инструментом, с помощью которого можно решить множество экономических и социальных проблем. Роль ипотеки в обеспечении экономического роста страны весьма велика.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		Зарубежные публикации в списке литературы не представлены. Вместе с тем, имеется достаточный охват российских источников.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		См. примечание в п. 2.2.
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			

6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. В статье были раскрыты понятие и виды ипотечного кредитования, процентные ставки, актуальные на сегодняшний день, перечислен перечень документов, необходимых для получения каждого из видов льготных ипотек, а так же раскрыт круг лиц, имеющих право воспользоваться данными видами ипотечного кредитования.
6.2	Отрицательные качества	-
6.3	Замечания и предложения	-

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. **Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 20.03.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

II. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ THE IMPACT OF INVESTMENT ON THE PERFORMANCE OF COMPANIES

© Б. Якупов, 2023 г.

ЯКУПОВ Булат Талгатович, аспирант

ГБУ «Центр перспективных экономических исследований

Академии наук Республики Татарстан»

bulat.yakupov@mail.ru

В статье проведена оценка влияния инвестиций на деятельность компаний, определены преимущества и недостатки инвестиционного менеджмента и обсуждены основные понятия, связанные с управлением активами и инвестиционным портфелем.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, активы, инвестиционный менеджмент.

The article assesses the impact of investments on the activities of companies, identifies the advantages and disadvantages of investment management and discusses the basic concepts associated with asset management and investment portfolio.

Keywords: investments, investment activity, assets, investment management.

Управление инвестициями относится к управлению финансовыми активами и другими инвестициями, а не только к их покупке и продаже. Управление включает в себя разработку краткосрочной или долгосрочной стратегии приобретения и реализации активов портфеля. Оно также может включать банковские, бюджетные и налоговые услуги и обязанности.

Чаще всего этот термин относится к управлению и торговле активами в рамках инвестиционного портфеля для достижения конкретной инвестиционной цели. Управление инвестициями также известно как управление деньгами и управление портфелем [1].

Лица, имеющие личные инвестиции в виде физических активов (таких как недвижимость) или бумажных активов (таких как облигации и акции), могут самостоятельно управлять своими инвестициями или использовать инвестиционного менеджера для принятия решений о своих инвестициях.

Инвестиционный менеджер — это человек или компания, которая управляет инвестиционным портфелем от имени клиента. Инвестиционные менеджеры разрабатывают инвестиционную стратегию для достижения целей клиента, а затем используют эту стратегию для принятия решения о том, как разделить портфель клиента между различными видами инвестиций, такими как акции и облигации.

Некоторые инвестиционные менеджеры также занимаются финансовым планированием, предоставляя комплексные финансовые консультации по таким вопросам, как управление денежными средствами, налоги, страхование и планирование недвижимости. Управление благосостоянием предлагает больше областей знаний, таких как планирование имущества и налогов, бухгалтерские услуги и пенсионное планирование в дополнение к управлению инвестициями. Помимо корпораций, такие учреждения, как страховые компании и пенсионные фонды, могут полагаться на профессионалов для управления своими инвестициями [3].

Одна из причин, по которой компании считают управление инвестициями важным, заключается в том, что они часто полагаются на инвестиции, чтобы помочь расширить свой бизнес.

Управление инвестициями имеет множество названий, которые могут зависеть от типа инвестора и вида инвестиций. Лица, имеющие крупные инвестиции, обычно называют услуги по управлению инвестициями, которыми они пользуются, управлением активами или портфелем.

Профессиональное управление инвестициями направлено на достижение конкретных инвестиционных целей в интересах клиентов, чьи деньги они обязаны управлять. Этими клиентами могут быть индивидуальные инвесторы или институциональные инвесторы, такие как пенсионные фонды, пенсионные планы, правительства, образовательные учреждения и страховые компании [2].

Услуги по управлению инвестициями включают распределение активов, анализ финансовой отчетности, выбор акций, мониторинг существующих инвестиций, разработку и реализацию портфельной стратегии. Управление инвестициями также может включать финансовое планирование и консультирование, не только мониторинг портфеля клиента, но и координацию его с другими активами и жизненными целями. В области корпоративных финансов управление инвестициями включает обеспечение сохранности, учета и эффективного использования материальных и нематериальных активов компании.

Помимо найма маркетологов и обучения менеджеров, направляющих поток инвестиций, те, кто возглавляет фирмы по управлению инвестициями,

должны следить за тем, чтобы они работали в рамках правовых и нормативных ограничений, изучали внутренние системы и механизмы контроля, учитывали движение денежных средств, правильно отслеживали операции и оценку фондов [5].

Когда инвестор впервые нанимает инвестиционного менеджера, тот обычно начинает с анализа текущей финансовой ситуации инвестора с целью создания профиля. Эта деятельность включает оценку чистой стоимости инвестора, которая представляет собой стоимость всего принадлежащего ему имущества (активов) за вычетом любых долгов или обязательств (пассивов). Она также включает определение денежного потока инвестора, который представляет собой сумму денег, заработанных за определенный период времени после уплаты всех расходов и налогов.

Стать инвестиционным менеджером или открыть фирму по управлению инвестициями может быть прибыльным карьерным шагом. Инвестиционные менеджеры обычно имеют степень бакалавра и могут получить степень магистра или специальную финансовую сертификацию, например, сертифицированного финансового планировщика.

Управление инвестициями клиентов имеет свои сложности, поскольку это не точная наука, и часто даже профессионалы не могут точно предсказать рынок. Независимо от этого, гнев клиента может быть направлен на его менеджера во время финансовых потрясений, особенно если его портфель падает. Индустрия управления инвестициями также сталкивается с новыми проблемами, связанными с появлением роботов-консультантов, которые предлагают менее дорогостоящую альтернативу традиционному управлению инвестициями [4].

Последнее препятствие является примером пассивного управления, поскольку менеджеры государственных фондов редко принимают инвестиционные решения. Первая задача вообще не использует людей, за исключением программиста, пишущего алгоритм. В результате оба они могут взимать гораздо меньшую плату, чем управляющие этих фондов. Однако, согласно некоторым исследованиям, эти более дешевые альтернативы часто превосходят активно управляемые фонды - либо напрямую, либо по общей доходности. [3]

В последние десятилетия XX века управление инвестициями становится все более сложным из-за таких факторов, как развитие новых видов инвестиций, развитие коммуникационных сетей и способность частных лиц и компаний быстро получать доступ к финансовой информации с помощью Интернета. Кроме того, за это время управление инвестициями настолько укоренилось, что многие бизнес-школы включают управление инвестициями в свои учебные

программы бакалавриата, а некоторые предлагают степень магистра в этой области [7].

В рамках инвестиционного менеджмента было разработано несколько подкатегорий задач и видов деятельности. Например, профессиональные управляющие фондами — это частные лица или фирмы, имеющие государственную лицензию на управление фондом, чаще всего взаимным фондом Пенсионного фонда или страховым фондом. Как правило, управляющий фондом инвестирует деньги от имени владельцев фонда. Управляющие паевыми фондами контролируют средства, предоставленные инвестиционной компанией акционерами, и инвестируют их в различные активы, которые могут включать акции, облигации, опционы, товары и ценные бумаги денежного рынка. Инвестиции, основанные на целях инвестиционной компании, предоставляют акционерам возможность вкладывать средства в разнообразные инвестиционные возможности [6].

Все большее число инвесторов обращаются к относительно новым инвестиционным продуктам, таким как отдельные счета. Отдельный счет использует деньги, собранные из нескольких источников, для покупки отдельных активов. В этом случае инвестор владеет активами (например, акциями и облигациями), а не частью более крупного класса активов, как в случае с взаимным фондом.

Список литературы

1. Афонин И. В. Управление развитием предприятия. Стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены: учебное пособие. — М.: Издательство Дашков и К, 2018. — 380 с.
2. Лимитовский М. А. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках: учебное пособие для вузов – 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с.
3. Маховикова Г.А. Инвестиционный процесс на предприятии. – СПб: Питер, 2017. – 176 с.
4. Пашкеев, А. В. Риски инвестирования и эффективность инвестиционных решений на рынке ценных бумаг / А. В. Пашкеев, О. С. Карасик // . – 2018. – Т. 7, № 5(21). – С. 65-68.
5. Шапкин А.С. Управление инвестиционным портфелем ценных бумаг. – М.: Издательство Дашков и К, 2019. – 502 с.

6. Якупов, Б. Т. Влияние дивидендной доходности на рост стоимости акций / Б. Т. Якупов // Экономический вестник Республики Татарстан. – 2019. – № 1. – С. 89-94.

7. Yakupov, B. T. A new approach to risk identification in portfolio investment / B. T. Yakupov, L. N. Safiullin // International Research Journal. – 2022. – No. 5-4(119). – P. 168-172.

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Якупов Булат Талгатович
Название статьи: Влияние инвестиций на деятельность компаний	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название статьи полностью соответствует ее содержанию
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Деятельность компаний неразрывно связана с инвестициями в реальном и финансовом секторе. Данный фактор влияет на текущие финансовые показатели компании и на ее развитие в будущем. В связи с этим представлена тема является актуальной на сегодняшний день.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В статье представлены как российские, так и зарубежные публикации.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Логика изложения материала позволяет автору последовательно отвечать на поставленные вопросы с достаточно подробной и однозначной аргументацией всех приводимых тезисов и выводов.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения			

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. Статья может быть опубликована без научной правки

2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками

3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования

4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании

5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 06.04.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КРАУДСОРСИНГОМ

PRINCIPLES OF EFFECTIVE CROWDSOURCING MANAGEMENT

© М.Булатова, 2023 г.

БУЛАТОВА Маргарита Дмитриевна, аспирант

ГБУ «Центр перспективных экономических исследований

Академии наук Республики Татарстан»

margaritabulatova09@gmail.com

В статье показано значение научно обоснованной системы принципов для осуществления рационального, эффективного управления краудсорсингом. Обосновано содержание принципов сбалансированности, синергизма управления краудсорсингом, комплексной институциональной верификации краудсорсинга, минимизации нерациональных транзакционных издержек в процессе краудсорсинга. Показана взаимосвязь выделенных принципов эффективного управления краудсорсингом.

Ключевые слова: краудсорсинг, краудинвестинг, управление, принципы, институты, транзакционные издержки.

The article shows the importance of a scientifically based system of principles for the implementation of rational, effective crowdsourcing management. The content of the principles of balance, synergy of crowdsourcing management, complex institutional verification of crowdsourcing, minimization of irrational transaction costs in the process of crowdsourcing is substantiated. The interrelation of the highlighted principles of effective crowdsourcing management is shown.

Keywords: crowdsourcing, crowdfunding, management, principles, institutions, transaction costs.

В современных условиях хозяйствования одним из действенных механизмов долгосрочного устойчивого обеспечения повышения финансово-экономической эффективности краудсорсинга является обеспечение соответствия содержания последней ряду взаимосвязанных принципов. Принципы представляют собой некоторые базовые требования, комплексное соответствие которым формирует условия для устойчивого повышения уровня экономической и социальной результативности системы менеджмента краудсорсинговой деятельностью. При этом следует отметить, что вопрос о содержании базовых принципов управления краудсорсингом недостаточно системно рассмотрен в специальной литературе.

В литературе представлены такие принципы управления в целом, как

объективность, системность, научная обоснованность, эффективность. Однако для комплексного обеспечения высокого уровня результативности управленческой деятельности в части формирования и развития краудсорсинговых инициатив, по нашему мнению, необходимо включение в состав принципов эффективного управления ряда не менее значимых принципов, а именно:

1. Сбалансированность краудсорсинга, которая представляет собой тесную согласованность функций управления, процессов краудсорсинга, основных управленческих мероприятий в рассматриваемой области. Принцип сбалансированности управленческой деятельности может быть реализован в следующих основных направлениях:

- сбалансированность, согласованная последовательность формирования и реализации общих функций управленческой деятельности в сфере краудсорсинга, таких как анализ, планирование, организация, мотивация, контроль и оценка эффективности процесса управления;

- сбалансированность содержания общих и специальных функций управления краудсорсинговыми проектами и мероприятиями;

- сбалансированность функций управления и бизнес-процессов развития краудсорсинга, отражающая тесный уровень согласованности таких базовых подходов к организации и осуществлению управленческой деятельности, как функциональный и процессный подходы;

- сбалансированность процессного и проектного подходов к управленческой деятельности в сфере краудсорсинга.

2. Принцип синергизма организации краудсорсинга, который предполагает генерирование дополнительного положительного эффекта в результате рационально сочетания функций, процессов и управленческих мероприятий в области краудсорсинга. В значительной степени принцип синергизма проистекает из содержания принципа системности управленческой деятельности и охарактеризованного выше принципа сбалансированности. Методологически принцип синергизма восходит к содержанию второго закона диалектики, а именно перехода количественных изменений в новое качество положительного свойства. Содержание предлагаемого принципа синергизма управленческой деятельности проявляется в следующих основных направлениях:

- положительный синергизм совместной реализации отдельных управленческих проектов и программ краудсорсинговой направленности;

- положительный синергизм использования различных источников финансирования краудсорсинговой деятельности;

- синергизм взаимодействия организации в процессе управленческой деятельности с внешними контрагентами, такими как партнеры, поставщики, подрядчики, профильные органы государственной власти и местного самоуправления, также оказывающими определенное влияние на развитие краудсорсинга и т.п.

3. Принцип комплексной институциональной верификации краудсорсинга. Данный принцип означает обеспечение соответствия целей и приоритетов управления существующей системе институтов. Так, в процессе организации и осуществления процесса управления краудсорсингом следует учитывать следующие основные институты и непосредственно вытекающие из них институциональные изменения:

- формальные институты, включающие нормы общеэкономического и отраслевого законодательства, утвержденные федеральными, региональными и муниципальными органами власти;

- неформальные институты, в частности формируемые саморегулируемыми организациями предпринимателей, например отраслевыми и региональными ассоциациями и союзами субъектов хозяйственной деятельности;

- специальные институты цифровой экономики, оказывающие влияние на развитие различных аспектов краудсорсинга, такие как институт смарт-контрактинга, институт бирж криптоактивов, институт виртуальных стартапов и др.;

- локальные институты, включающие в себя комплекс внутриорганизационных документов, норм и правил организации и осуществления краудсорсинговой деятельности.

4. Принцип минимизации нерациональных транзакционных издержек в процессе краудсорсинга. Следует отметить, что далеко не во всех подходах к рационализации краудсорсинговой деятельности уделяется должное внимание вопросам оптимизации состава и структуры транзакционных издержек развития организации. Вместе с тем, от уровня и динамики такого рода затрат непосредственно зависит финансово-экономическая эффективность управления современными организациями различного профиля, масштаба и форм собственности на средства и результаты производственной деятельности. В состав транзакционных издержек относятся затраты на поиск и обработку информации, используемой в деятельности организации, расходы на обеспечение собственно экономической, технологической и информационной безопасности краудсорсингового проекта, судебные издержки, возможные убытки, связанные с коррупционными рисками и т.п.

В соответствии с содержанием данного принципа целесообразны следующие основные приоритеты в части формирования и динамики транзакционных издержек, непосредственно связанных с управленческими процессами организации краудсоринговой деятельности:

- рационализация состава и структуры затрат на поиск, проверку релевантности и последующую обработку значимой для организации краудсорсинга специальной информации, снижение рисков нерациональной информационной “перегрузки” управленческих процессов;

- оптимизация затрат на обеспечение экономической, технологической и информационной безопасности краудсорсинга, недопущение существенного внепланового роста данного элемента транзакционных издержек даже в условиях существенного уровня нестабильности внешней финансово-экономической среды;

- минимизация потенциальных судебных издержек, возникающих в процессе рассмотрения споров с возможным участием субъектов краудсорсинга в официальных институтах судебной системы государства, которая может быть достигнута, например, посредством более полного использования потенциала досудебных мировых соглашений, активного применения механизмов третейских судов и т.п.;

- минимизация коррупционных рисков по всем направлениям развития краудсорсинга и непосредственно вытекающих из коррупционных актов транзакционных издержек в форме взяток и коммерческого подкупа (т.н. “отката”).

В целом, соответствие выделенным принципам позволит повысить уровень как финансово-экономической, так и социальной эффективности управления краудсорсингом современных компаний, инвестиционных проектов и стартапов.

Список литературы

1. Самойлов Д.И. Особенности краудсорсинга на различных типах отраслевых рынков // Инновации и инвестиции. – 2020. - №3. – С.55 - 58.
2. Banner F. Crowdsourcing the law. – Wash., 2019. – 288 p.
3. Blank, S., Dorf, B. The startup owner’s manual / S.Blank, B.Dorf. – Boston: K&S Ranch, 2014. – 148 p.
4. Botto R. Crowdsourcing for fillmarkets. – NY.: Krage Press, 2020. – 192 p.

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Булатова Маргарита Дмитриевна
Название статьи: ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КРАУДСОРСИНГОМ	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность данной проблемы обуславливается недостаточной проработанностью проблемы формирования системы рациональных принципов управления краудсорсингом современных компаний различных форм собственности и отраслей народного хозяйства.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В статье представлены как российские, так и зарубежные публикации.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		См. примечание в п. 2.2.
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Логика изложения материала позволяет автору последовательно отвечать на поставленные вопросы с		

		достаточно подробной и однозначной аргументацией всех приводимых тезисов и выводов.
6.2	Отрицательные качества	-
6.3	Замечания и предложения	-

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- 1. Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 20.03.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

ОБЗОР ПРИМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМА КОНСЕНСУСА PROOF OF AUTHORITY

AN OVERVIEW OF THE APPLICATION OF THE PROOF OF AUTHORITY CONSENSUS MECHANISM

© Д.Радионовский, 2023 г.

*РАДИОНОВСКИЙ Даниил Павлович, аспирант,
ГБУ «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан»
89375236850@mail.ru*

Госсектор является сложным и инертным механизмом, оставаясь при этом централизованной системой. От развитости этой системы зависит эффективность госуправления как такового, равномерное покрытие государственными услугами потребностей населения и предпринимателей. В этой статье будет представлен обзор PoA, включая его преимущества и недостатки, его текущие варианты использования и возможные будущие приложения.

Ключевые слова: блокчейн, proof of authority, валидатор.

The public sector is a complex and inert mechanism, while remaining a centralized system. The effectiveness of public administration as such, the uniform coverage of the needs of the population and entrepreneurs by public services depends on the development of this system. This article will provide an overview of PoA, including its advantages and disadvantages, its current use cases, and possible future applications.

Keywords: blockchain, proof of authority, validator.

В современных условиях хозяйствования одним из действенных механизмов долгосрочного устойчивого обеспечения повышения финансово-экономической эффективности краудсорсинга является обеспечение соответствия содержания последней ряду взаимосвязанных принципов. Принципы представляют собой некоторые базовые требования, комплексное соответствие которым формирует условия для устойчивого повышения уровня экономической и социальной результативности системы менеджмента краудсорсинговой деятельностью. При этом следует отметить, что вопрос о содержании базовых принципов управления краудсорсингом недостаточно системно рассмотрен в специальной литературе.

Proof-of-authority (PoA) — это механизм консенсуса, используемый в технологии блокчейн для проверки транзакций и создания новых блоков. Это

разновидность алгоритма Proof of Stake (PoS), но вместо того, чтобы размещать криптовалюту, узлы должны подтвердить свои полномочия для участия в сети [1].

В системе консенсуса PoA для проверки транзакций и создания новых блоков выбирается набор доверенных валидаторов (также известных как «органы власти»). Этими валидаторами обычно являются известные организации, такие как учреждения или частные лица, предварительно одобренные сетевым администратором.

Чтобы участвовать в качестве валидатора, узлы должны подтвердить свои полномочия в сети, продемонстрировав, что они имеют определенный уровень репутации или доли в сети. Это доказательство полномочий может быть установлено с помощью различных средств, таких как предоставление документов, удостоверяющих личность, внесение депозита или наличие истории заслуживающего доверия поведения.

После того, как валидаторы выбраны, они по очереди создают новые блоки и проверяют транзакции. Поскольку валидаторы известны и им доверяют, процесс консенсуса быстрее и эффективнее, чем другие механизмы консенсуса, требующие больше вычислительных ресурсов для проверки транзакций.

Одним из потенциальных недостатков PoA является то, что он более централизован, чем другие механизмы консенсуса, поскольку валидаторы выбираются центральным органом. Однако он также более безопасен и менее подвержен атакам, поскольку валидаторы имеют репутацию, которую нужно поддерживать, и их можно легко идентифицировать в случае злонамеренного поведения.

Условия подтверждения консенсуса

Чтобы быть выбранным в качестве валидатора, пользователь должен соответствовать трем основным требованиям:

1. Валидатор должен быть заслуживающим доверия, иметь хорошие моральные стандарты и не иметь судимостей.
2. Личность валидатора должна быть официально подтверждена в сети с возможностью перепроверки информации в открытом доступе. Таким образом, настоящие личности валидаторов подтверждаются.
3. Кандидат в валидаторы должен быть готов вкладывать деньги и заботиться о своей репутации. Строгий процесс отбора снижает вероятность выбора сомнительных валидаторов и поощряет долгосрочные обязательства.

В консенсусе Proof of Authority (PoA) механизм репутации используется для установления доверия между валидаторами сети. Механизм репутации

важен, потому что он гарантирует, что только заслуживающие доверия узлы могут участвовать в процессе консенсуса, что помогает предотвратить злонамеренное поведение и поддерживать безопасность и стабильность сети.

Механизм репутации помогает гарантировать, что валидаторы несут ответственность за свои действия в сети. Валидатор с хорошей репутацией больше следит за репутацией, так как если валидатор будет вести себя злонамеренно, их репутация будет запятнана, и они могут быть удалены из сети. Валидаторы с более слабой репутацией меньше теряют и могут с большей вероятностью прибегать к злонамеренному поведению, поэтому они тщательно контролируются, а их действия тщательно изучаются.

В целом, механизм репутации в консенсусе PoA помогает установить доверие между валидаторами сети и поддерживать безопасность и стабильность сети. Гарантируя, что только заслуживающие доверия узлы могут участвовать в процессе консенсуса, консенсус PoA обеспечивает безопасный и эффективный способ проверки транзакций в сети блокчейна.

Proof-of-authority, имеет низкое энергопотребление, но ограниченное количество участников в отличие от механизма proof-of-work, который обычно называют «майнингом», здесь нет технической конкуренции между валидаторами. Этот механизм консенсуса почти не требует вычислительной мощности и, следовательно, почти не требует электричества для своей работы.

Поскольку PoA требует лишь ограниченного числа участников, сеть может позволить себе более частое обновление блокчейна за счет сокращения времени между каждым блоком (blocktime) и обработки большего количества транзакций (blocksize) с комиссией за обработку, близкой к нулю (transaction fee).

«подтверждение полномочий почти не требует вычислительной мощности и, следовательно, почти не требует электричества для своей работы»

Блокчейн, основанный на роа, может обойтись без использования собственного актива, такого как биткойн или эфир. Более того, статус проверяющего узла не блокирует какой-либо конкретный капитал, как, например, в случае proof-of-stake.

Преимущества и недостатки применения консенсуса PoA в государственном секторе

Консенсус Proof of Authority (PoA) имеет несколько преимуществ, которые делают его подходящим для использования на государственном уровне:

Эффективность: PoA является более эффективным механизмом консенсуса по сравнению с другими механизмами консенсуса, такими как Proof

of Work (PoW) и Proof of Stake (PoS). Поскольку PoA требует меньше вычислительной мощности для проверки транзакций, он быстрее и эффективнее, что важно для случаев использования, требующих высокой пропускной способности и низкой задержки.

Безопасность: PoA является более безопасным механизмом консенсуса по сравнению с PoW и PoS, поскольку валидаторы являются известными и доверенными лицами, предварительно одобренными сетевым администратором. Это снижает риск вредоносных атак на сеть и обеспечивает безопасную работу сети.

Управление: PoA обеспечивает более централизованную структуру управления, чем другие механизмы консенсуса. Это может быть преимуществом в определенных случаях использования, например на уровне штата, где может потребоваться централизованный орган для наблюдения за сетью и обеспечения соблюдения правил и политик.

Масштабируемость: PoA является более масштабируемым по сравнению с другими механизмами консенсуса, поскольку он лучше справляется с большими объемами транзакций без ущерба для производительности. Это делает его хорошо подходящим для вариантов использования, требующих высокой масштабируемости, таких как управление цепочками поставок или системы голосования.

В целом, PoA обеспечивает быстрый, безопасный и эффективный механизм консенсуса, который хорошо подходит для вариантов использования на государственном уровне. Его масштабируемость, безопасность и функции управления делают его привлекательным выбором для государственных организаций, которым нужен безопасный и эффективный способ управления транзакциями и данными.

Недостатки применения консенсуса Proof of Authority:

Централизация: как и в любой системе PoA, выбор доверенных валидаторов или органов власти для участия в сети может привести к централизации. В контексте государственного уровня это может привести к концентрации власти в руках нескольких лиц или организаций, потенциально ограничивая разнообразие точек зрения и создавая потенциальные конфликты интересов.

Отсутствие прозрачности. Централизованный характер систем PoA также может привести к отсутствию прозрачности в процессе принятия решений. Это может затруднить понимание гражданами того, как принимаются решения и кто несет за них ответственность, что может подорвать доверие к системе.

Риски безопасности: системы PoA полагаются на небольшое количество доверенных валидаторов или органов власти для проверки транзакций и создания новых блоков. Это может создать угрозу безопасности, поскольку сеть более уязвима для атак злоумышленника, который получает контроль над одним или несколькими валидаторами.

Зависимость от органов власти: системы PoA полагаются на валидаторов для обеспечения безопасности и стабильности сети. Это может создать зависимость от этих органов, делая сеть уязвимой для сбоев, если один или несколько валидаторов становятся недоступными или не отвечают.

Мы видим, что PoA имеет большой набор преимуществ, в основном с точки зрения стоимости и масштабируемости, но имеет и существенную слабость: сильную централизацию в руках небольшого числа участников.

Варианты использования proof-of-authority

На уровне государства консенсус PoA может использоваться различными способами, например:

Государственные учреждения: государственные учреждения могут использовать консенсус PoA для проверки транзакций в своих частных сетях блокчейнов. Это может помочь обеспечить целостность и подлинность данных и записей.

Управление цепочками поставок: государственные органы, ответственные за управление цепочками поставок, могут использовать консенсус PoA для отслеживания товаров от их происхождения до места назначения. Это может помочь предотвратить мошенничество и гарантировать, что продукты не будут подделаны.

Здравоохранение: Консенсус PoA можно использовать в здравоохранении для безопасного хранения и обмена данными пациентов. Это может помочь обеспечить защиту конфиденциальной информации и предоставить пациентам больший контроль над своими медицинскими записями.

Голосование: Консенсус PoA также может использоваться в процессе голосования, чтобы гарантировать, что только правомерные избиратели могут отдать свой голос. Это может помочь предотвратить фальсификацию избирателей и повысить прозрачность и доверие к избирательному процессу.

В целом, использование консенсуса PoA может помочь повысить прозрачность, безопасность и эффективность в различных отраслях и секторах государства.

Правительство РФ изучает возможность использования технологии блокчейн для повышения прозрачности и эффективности государственных операций, включая такие области, как закупки, голосование и предоставление государственных услуг. Также сообщалось, что российская государственная энергетическая компания «Россети» использует частный блокчейн с консенсусом PoA для отслеживания потребления электроэнергии [2].

Кроме того, правительство РФ рассматривает возможность использования технологии блокчейна при разработке национальной цифровой валюты, что, вероятно, потребует использования механизма консенсуса, такого как PoA.

Применение технологии Proof of Authority в западных странах

Proof of Authority (PoA) — это относительно новый механизм консенсуса, и его использование в США и Европе еще не получило широкого распространения. Однако есть несколько примеров использования PoA в различных приложениях в этих регионах.

Например, в Соединенных Штатах город Денвер использует блокчейн PoA для регистрации голосов на местных выборах [3]. Система предназначена для повышения прозрачности и безопасности процесса голосования, и ожидается, что в будущем она будет распространена на другие города.

В Европе PoA используется в различных блокчейн-приложениях, включая управление цепочками поставок, управление данными здравоохранения и торговлю энергией. Например, голландская блокчейн-компания Energy Web Foundation разработала блокчейн-платформу на основе PoA для энергетического сектора, которая позволяет отслеживать сертификаты возобновляемой энергии и торговать ими [4].

Кроме того, в Европе было разработано несколько сетей блокчейнов, использующих PoA, включая Kovan, тестовую сеть для Ethereum, которая использует PoA, и сеть POA, платформу для создания децентрализованных приложений, использующих механизм консенсуса PoA.

Proof-of-authority часто предпочитают частные или консорциумные блокчейны: игроки в банковском секторе, такие как JP Morgan с JPM Coin, используют эту технологию для облегчения аудита движения своих средств, в основном для целей бухгалтерского учета, с меньшими затратами [5].

«подтверждение полномочий часто предпочитают частные или консорциумные блокчейны»

Хотя легко представить, что ни один банк не будет доверять JPM Coin за свои собственные средства и предпочтет разработать внутреннее решение, ему

потребуется клиринговая сеть для связи этих внутренних инструментов и реестр, который координирует все эти несовместимые решения.

Использование публичного блокчейна, такого как биткойн, эфириум или, как некоторые хотели бы, girple, кажется немыслимым, учитывая состояние рынка и непокорный менталитет банковского сектора. Чтобы объединить участников, которые по своей природе не доверяют друг другу, наиболее надежным решением остается блокчейн-консорциум, основанный на proof-of-authority.

Устойчивость цензуры proof-of-authority

Проверяющие узлы блокчейна роа имеют полную власть принимать решения о новых блоках. Это означает, например, что у них есть возможность остановить определенные транзакции, что может привести к конфликту интересов и даже поставить под угрозу безопасность сети. В условиях, когда эти узлы контролируются акторами, которые не доверяют друг другу, а иногда и имеют конфликты интересов, постоянный контроль и мониторинг законности операций обеспечивает стабильность системы.

Если, например, узел-валидатор bnp-paribas пожелал добавить на свой баланс один миллион евро без каких-либо особых оснований, то узлы, находящиеся под контролем других акторов, имеют возможность отклонить любой блок, содержащий эту транзакцию.

Таким образом, каждому валидатору блока рекомендуется выполнять свою роль «честным» образом из-за постоянного мониторинга других участников. По тем же причинам каждый валидатор внимательно следит за действиями других валидаторов.

Пример банковского сектора выбран не случайно: это отрасль, в которой участвует небольшое количество участников, которых очень легко идентифицировать и которые, естественно, не желают сотрудничать, но извлекают из этого выгоду.

В этой по существу централизованной отрасли эти субъекты, действующие в рамках строгих договорных и правовых рамок, могут многое потерять в случае злонамеренных действий. Proof-of-authority отвечает конкретным потребностям в рамках этой определенной структуры, и это решение, по-видимому, является эволюцией в сторону эффективности, не требуя революции в использовании или смены парадигмы.

Для ограниченных сумм, в контексте, когда безопасность менее важна, или просто для некоторых централизованных целей возможна вторичная сеть на основе подтверждения полномочий.

Это называется боковыми цепями или дополнительными цепочками блоков, предназначенными для управления множеством «небольших» транзакций, регулярно записываемых «в пакетном режиме» в основной цепочке блоков. В ethereum это роль сети роа, сайдчейна, основанного на proof-of-authority.

Таким образом, блокчейн, основанный на технологии консенсуса proof-of-authority, является централизованным решением, но эффективным и потребляющим меньше энергии. В некоторых отраслях управления государством этот инструмент, вероятно, понадобится раньше, благодаря его эффективности, аудиту и координации даже в ситуации, когда трудно установить доверие между участниками.

В заключение технология Proof of Authority (PoA) предлагает убедительное решение для сетей блокчейнов, которым требуется быстрый, эффективный и безопасный механизм консенсуса. PoA особенно хорошо подходит для сценариев использования, требующих высокой масштабируемости, низкой задержки и централизованной структуры управления. Его механизм репутации гарантирует, что только доверенные узлы могут участвовать в процессе консенсуса, что помогает предотвратить злонамеренное поведение и поддерживать безопасность и стабильность сети. Хотя PoA имеет некоторые ограничения, такие как возможность централизации и риск сговора между валидаторами, его преимущества делают его привлекательным выбором для многих вариантов использования. Поскольку технология блокчейна продолжает развиваться, вполне вероятно, что мы увидим более широкое внедрение PoA и других механизмов консенсуса, предлагающих аналогичные преимущества.

В более широком плане более надежные и децентрализованные механизмы, в основном proof-of-work, по-прежнему сложно заменить. Poa останется полезным инструментом для применения до тех пор, пока публичные блокчейн-технологии не улучшат производительность и масштабируемость.

Список литературы

1. Абдукаева А.А., Аксянова А.В. Разработка индекса готовности регионов РФ к переходу к цифровой среде // Научные труды центра перспективных экономических исследований, Выпуск XVIII. - 2020 г. - № 18. – С. 74

2. Радионовский Д.П. Применение цифровых технологий государственными органами власти // Научные труды центра перспективных экономических исследований, Выпуск XXIII. - 2022 г. - № 23. – С. 52-54

3. ardma.net/ [Электронный ресурс] - URL: <https://clck.ru/33cgrv> (дата обращения: 15.12.2022).

4. Интернет журнал TAdviser [Электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/33cfgj> (дата обращения: 15.12.2022).

5. Новости мира криптовалют [Электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/33cgvB> (дата обращения: 15.12.2022).

6. parachains.info/ [Электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/33cgSL> (дата обращения: 15.12.2022).

7. coinhouse.com [Электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/33cgxt> (дата обращения: 15.12.2022).

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Радионовский Даниил Павлович
Название статьи: ОБЗОР ПРИМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМА КОНСЕНСУСА PROOF OF AUTHORITY В ГОСУДАРСТВЕННОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность данной проблемы обуславливается тем, что госсектор является сложным и инертным механизмом, оставаясь при этом централизованной системой. От развитости этой системы зависит эффективность госуправления как такового, равномерное покрытие государственными услугами потребностей населения и предпринимателей.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В статье представлены как российские, так и зарубежные публикации.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		См. примечание в п. 2.2.
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		

6	Оценка статьи	
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Логика изложения материала позволяет автору последовательно отвечать на поставленные вопросы с достаточно подробной и однозначной аргументацией всех приводимых тезисов и выводов.
6.2	Отрицательные качества	-
6.3	Замечания и предложения	-

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. **Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 20.03.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

III. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

KEY INDICATORS' ANALYSIS OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF THE REGION (ON THE EXAMPLE OF THE NIZHNY NOVGOROD REGION)

© М. Сафиуллин, Х. Павлова, 2023 г.

САФИУЛЛИН Марат Рашитович, доктор экономических наук, профессор, проректор по вопросам экономического и стратегического развития, Казанский (Приволжский) федеральный университет, директор ГБУ «Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан»
Marat.Safiullin@tatar.ru

ПАВЛОВА Христина Александровна, аспирант, Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан, ассистент, кафедра общего менеджмента, Казанский (Приволжский) Федеральный Университет
khristinsha@mail.ru

В настоящей статье предпринята попытка на примере одного из регионов нашей страны проанализировать показатели научно-технологического развития, выбранных на основе профильного рейтинга.

Объектом исследования является Нижегородская область как один из наиболее развитых в научном, образовательном и инновационном развитии регионов, а также предлагается сравнить показатели с двумя другими областями: Свердловской как ведущей индустриальной территории и Томской как продвинутой научно-образовательный центр для того, чтобы понять какие преимущества и возможности в плане репутационного развития у нестоличных регионов.

За основу методологии взят подход, который использовался в наших предыдущих исследованиях [7].

Ключевые слова: репутация, репутационный капитал, репутация территории, репутационная активность, рейтинги регионов, социально-экономическое развитие.

In this article, an attempt is made to analyze the indicators of scientific and technological development selected on the basis of a profile rating on the example of one of the regions of our country.

The object of the study is the Nizhny Novgorod region as one of the most developed regions in scientific, educational and innovative development, and it is also proposed to compare the indicators with two other regions: Sverdlovsk as a leading industrial territory and Tomsk as an advanced scientific and educational center in order to understand what advantages and opportunities in terms of reputational development non-metropolitan regions have.

The methodology is based on the approach used in our previous studies [7].

Keywords: reputation, reputation capital, reputation of the territory, reputation activity, ratings of regions, socio-economic development.

Нижегородская область – один из крупнейших регионов России, расположенный в центральной части Восточно-Европейской равнины. Входит в состав Приволжского федерального округа, административным центром которого является Нижний Новгород.

Нижегородский регион является одним из крупнейших промышленных центров Российской Федерации. В промышленности к приоритетным отраслям отнесены наиболее важные для региона направления – автомобилестроение и металлургия, нефтехимический и оборонно-промышленный комплексы. Эти отрасли традиционно определяют ситуацию в промышленности региона и задают вектор ее развития на перспективу [4].

Экономика Нижегородской области — 15-я экономика среди субъектов Российской Федерации по объёму валового регионального продукта. За последние 6 лет валовой региональный продукт вырос в сопоставимых ценах на 44 % и составил почти 1,586 трлн. руб.

Основная часть

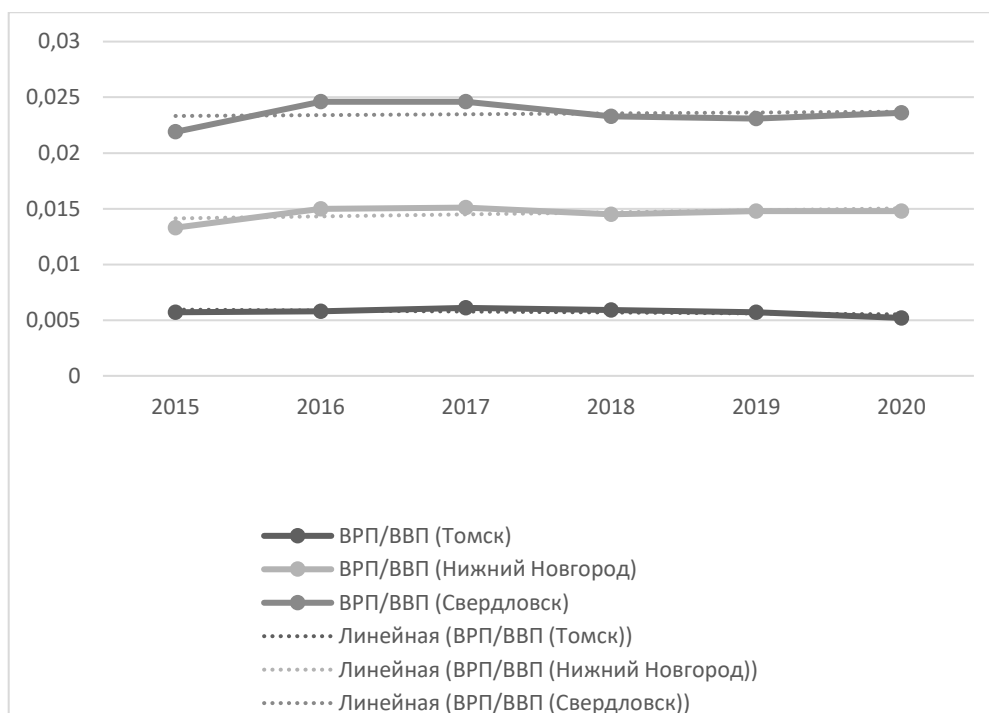


Рис.1 Динамика валового регионального продукта Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

При сопоставлении показателя валового регионального продукта с ВВП России, за 6 лет в Нижегородской области темп роста составил 11%, в Свердловской области данный показатель вырос на 7,7%, при этом в Новосибирске темп роста составляет 2,4%.

Следующий макроэкономический показатель- общественная производительность труда (ВРП/Численность занятых) [5] (рис. 2).

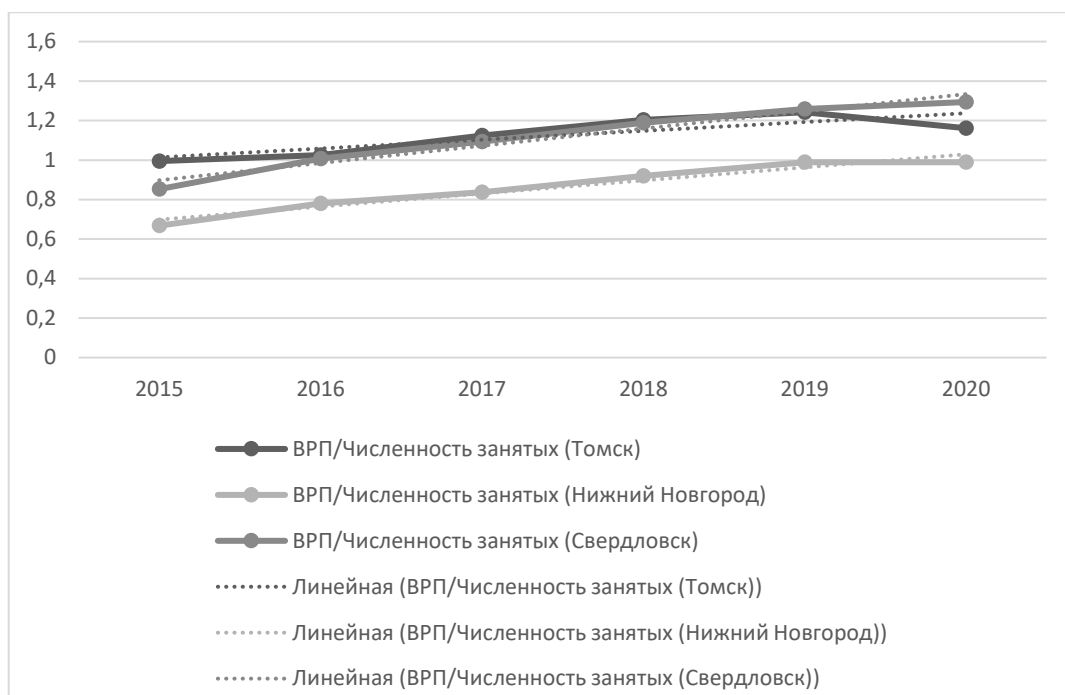


Рис.2 Тенденции производительности труда Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Но в то же время также сопоставляя ВРП и численность занятых [6], видно, что Нижегородскую область обгоняет Томская и Свердловская область.

В Нижегородской области темп роста производительности труда составил 48%, в Свердловской области- 52%, а в Томской области- 17% за аналогичный период, что свидетельствует о достаточно эффективной политике социально-экономического развития региона.

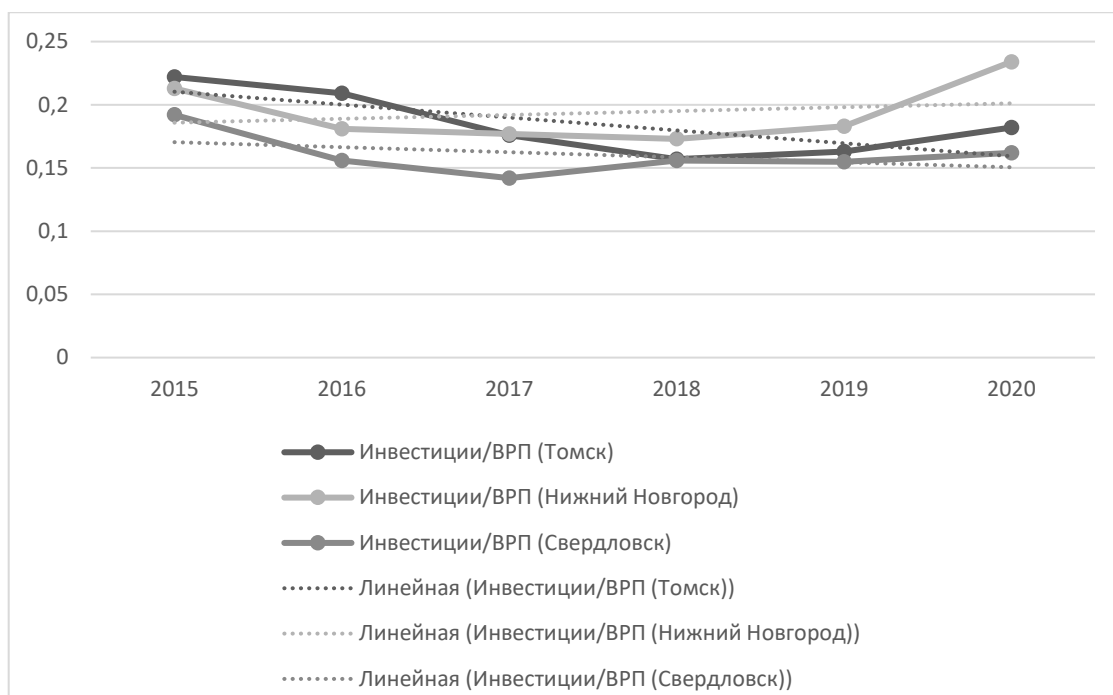


Рис.3 Динамика инвестиций и валового регионального продукта Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Третий макроэкономический показатель- доля инвестиций в валовом региональном продукте [7]. Уровень инвестиций в абсолютном значении достаточно высок, но при сопоставлении его с показателем валового регионального продукта, не трудно убедиться, что его недостаточно для обеспечения устойчивого процесса воспроизводства.

Практически во всех регионах был спад с 2015 по 2018 гг., который сменился некоторым ростом, к 2020 году значения сохранились практически на уровне 2017 года.

Построенные линии тренда показывают, что у всех регионов, кроме Нижегородской области, нисходящий тренд, что может сказаться на возможностях динамического роста в дальнейшем.

Как видно из рис.3, в Нижегородской области темп роста составил 10% (почти 2% в год), в Свердловской области темп снижения составил 15,7% (2,5% в год), а в Томской области- 18% (практически 3% в год).

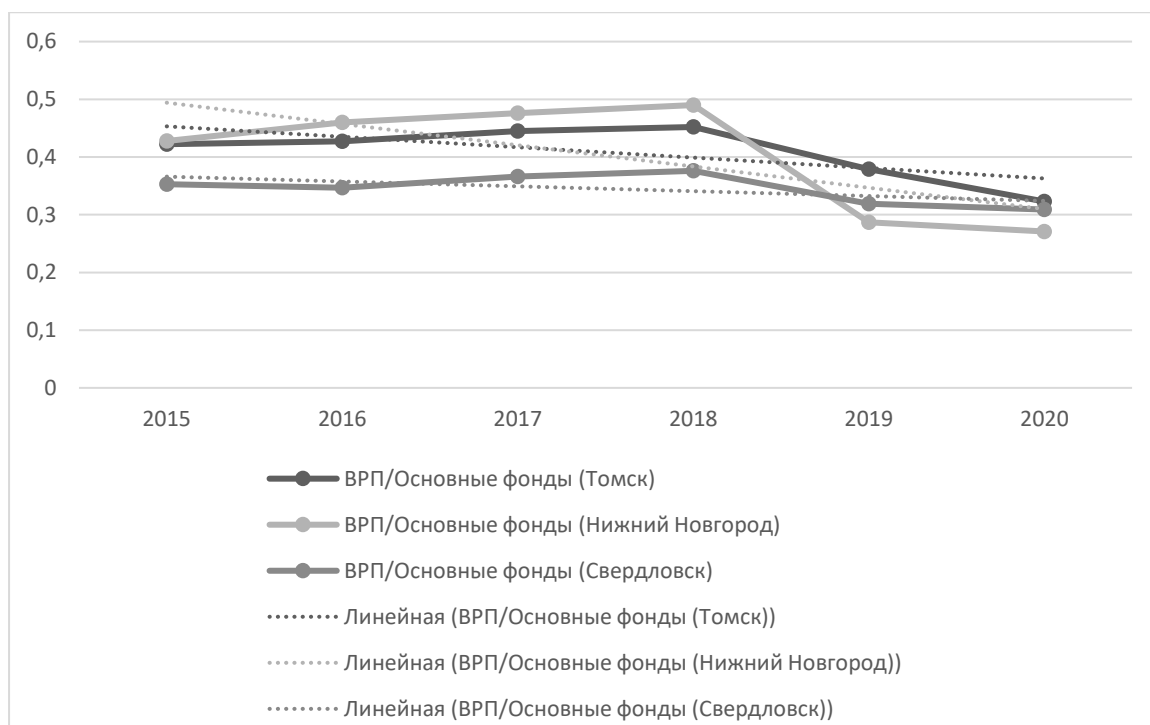


Рис.4 Динамика основных фондов и валового регионального продукта Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Далее рассмотрим динамику и формирование производственных фондов [8]. На 4 рисунке представлены указанные виды активности.

1 рубль производственных фондов в Нижегородской области в 2015 году приносил 43 коп., в Свердловской области- 35 коп., в Томской области - 42 коп. К 2020 году производительность основных фондов упала в Нижегородской области на 37% (6% в год), в Свердловской области на 12% (2% в год), в Томской области- на 23% (около 4% в год).

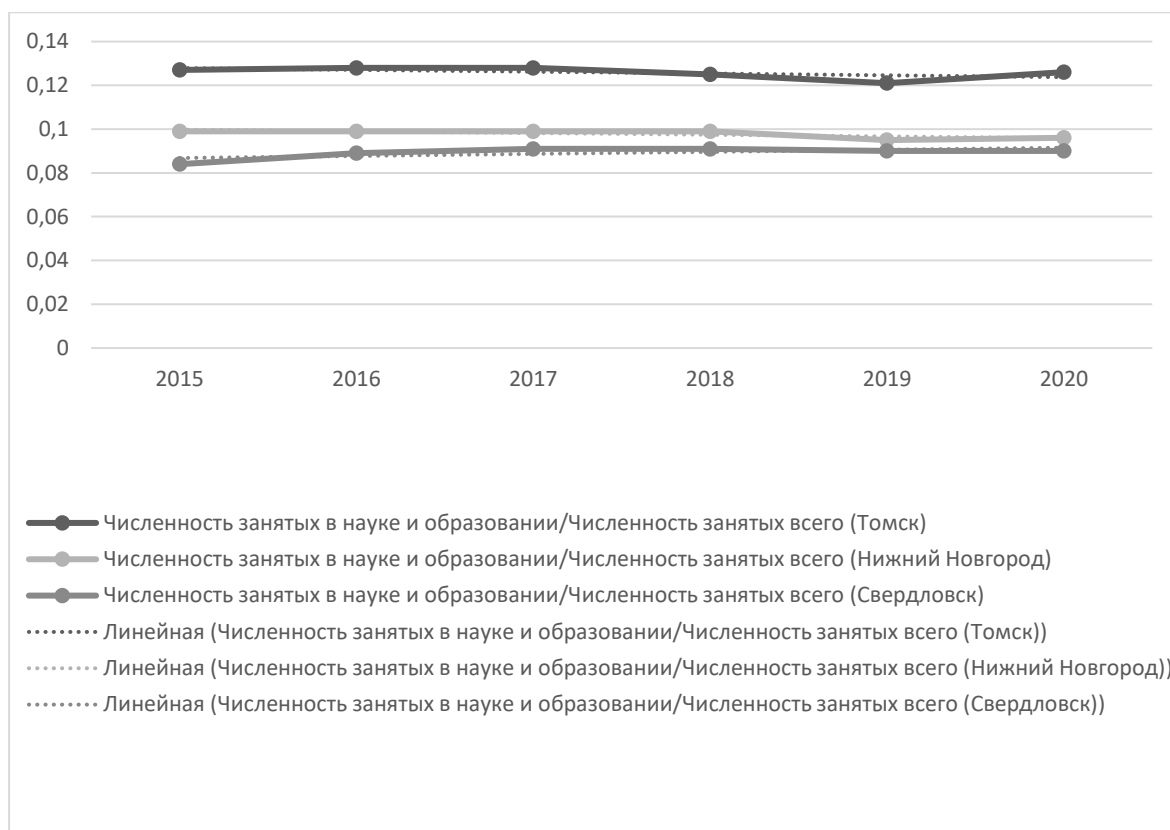


Рис.5 Влияние сферы образования и науки на занятость населения Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Следующий фактор, который в рейтинге научно-технологического развития оказывает значимое воздействие, - это численность занятых в науке и образовании [5] (рисунок 5).

К сожалению, в целом по стране количество занятых в этой отрасли сокращается. В Нижегородской области данный показатель снизился на 3%, в Томской области- на 1%, а вот в Свердловской области темп роста составил 7%.

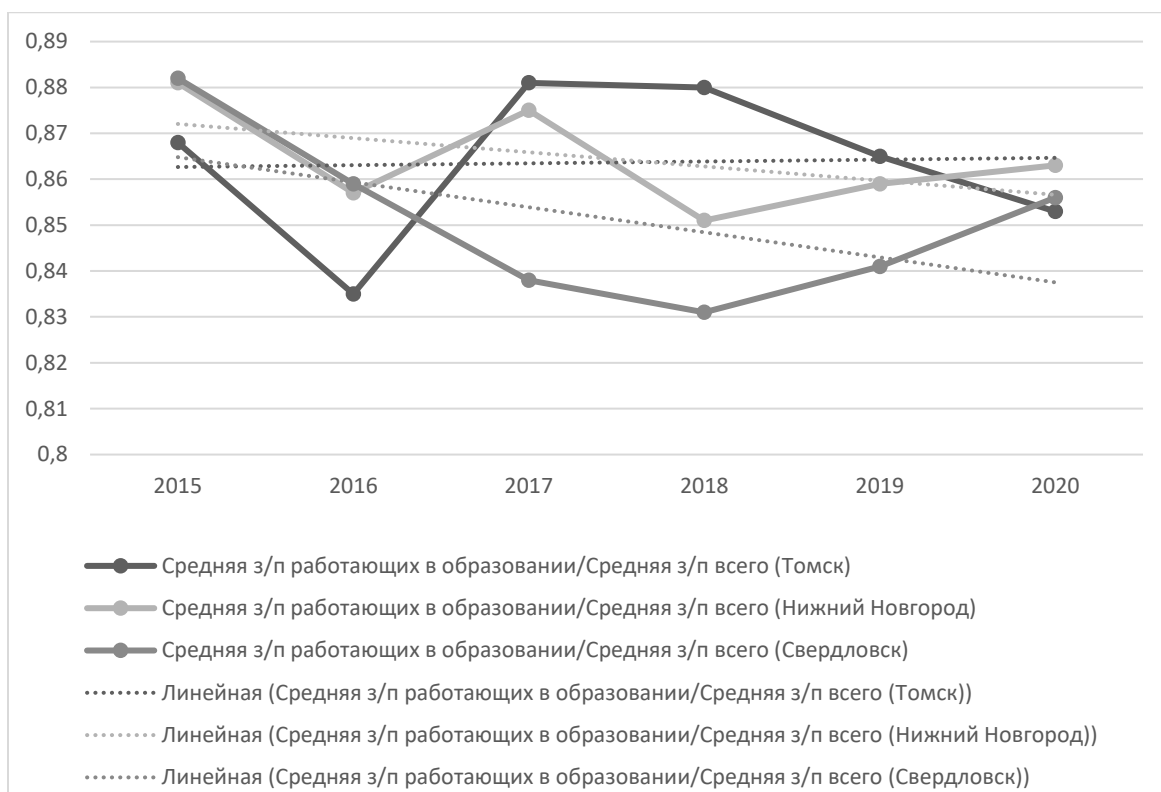


Рис.6 Соотношение заработной платы в образовании со средними по региону Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Далее рассмотрим привлекательность сферы образования - влияние стоимости рабочей силы [9] (рисунок 6). Показатель демонстрирует несколько иную от динамики занятости тенденцию.

Заработная плата с 2015 по 2018 гг. снижалась, затем наблюдается рост с 2018 по 2020 гг. Значение показателя в сопоставимом исчислении за 6 лет в Нижнем Новгороде снизилось на 2%, в Свердловске на 3%, в Томске - на 2%.

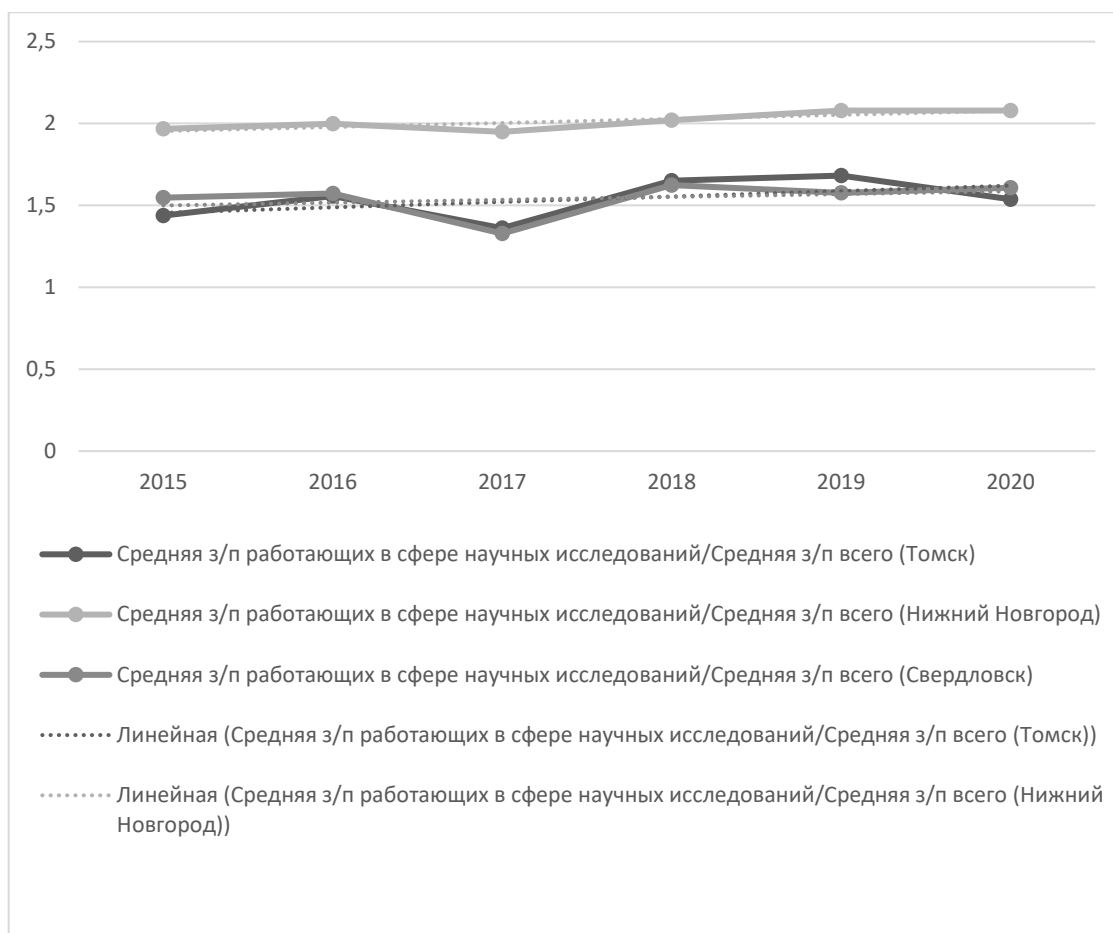


Рис.7 Соотношение заработной платы в сфере научных исследований со средними по региону Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Седьмой показатель- соотношение заработной платы в сфере научных исследований со средними значениями по регионам [2] (рисунок 7). Это объясняет, насколько привлекательна сфера науки и образования с точки зрения мотивационных ожиданий.

Как видно из рисунка 7, заработная плата работающих в научных исследованиях заметно превышает среднюю заработную плату в образовании, хотя общая численность работающих в этой сфере сокращается.

В Нижегородской области наблюдается рост данного показателя на 5%, в Свердловской области -на 4%, в Томской области на 7% за 6 лет.



Рис 8. Производительность по отношению к затратам на научные исследования Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Следующий показатель- динамика внутренних затрат на научные исследования и разработки (см. рис.8 и 9).

В Свердловской и Томской области значения практически одинаковые, а вот в Нижегородской области не только заметно выше, но и темп роста быстрее и за 6 лет составил примерно 34% (в среднем 5% в год). В Свердловской области - 22% (около 4% в год), в Томской области- 38% (около 6% в год).

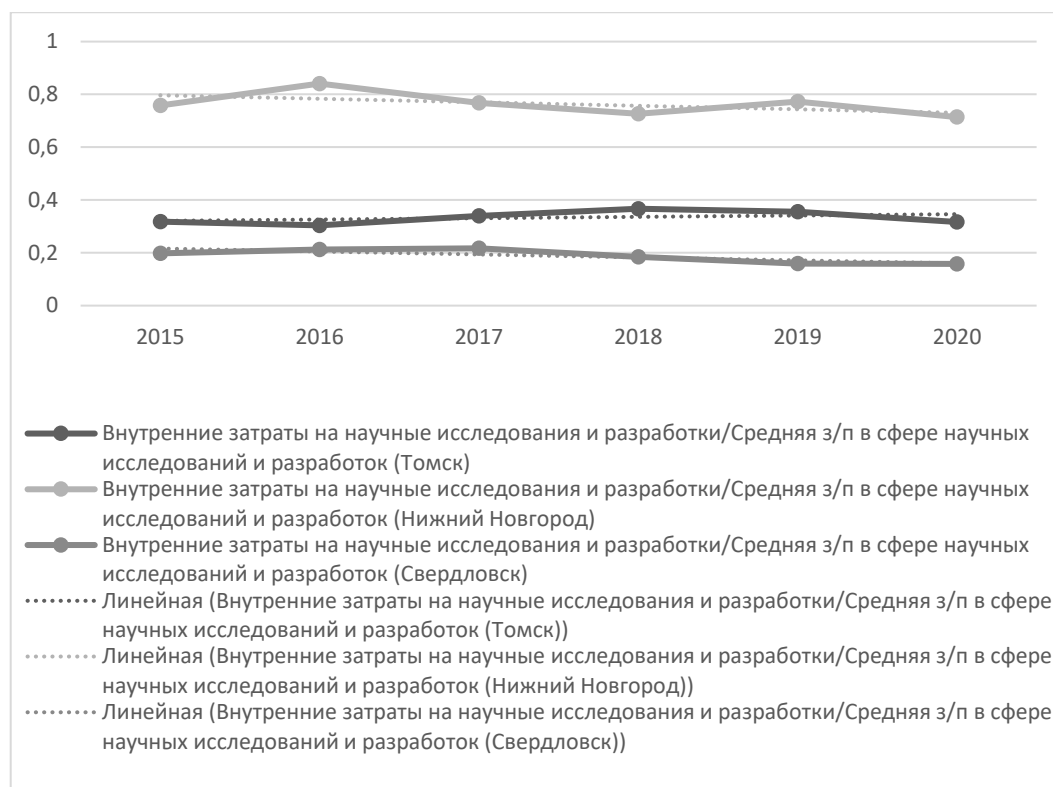


Рис 9. Производительность заработной платы на научные исследования Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Производительность заработной платы, рассчитанная на основании показателей затрат на научные исследования, представлена на рис.9.

За последние 6 лет в Нижегородской области темп снижения составил 6%, в Свердловской области- около 20%, в Томской области около 1%, что подтверждает тезис о том, что показатели заработной платы, доходов и привлекательности несмотря на относительно высокие значения к средним, несколько отстают от динамики общеэкономических и макроэкономических показателей развития территории.

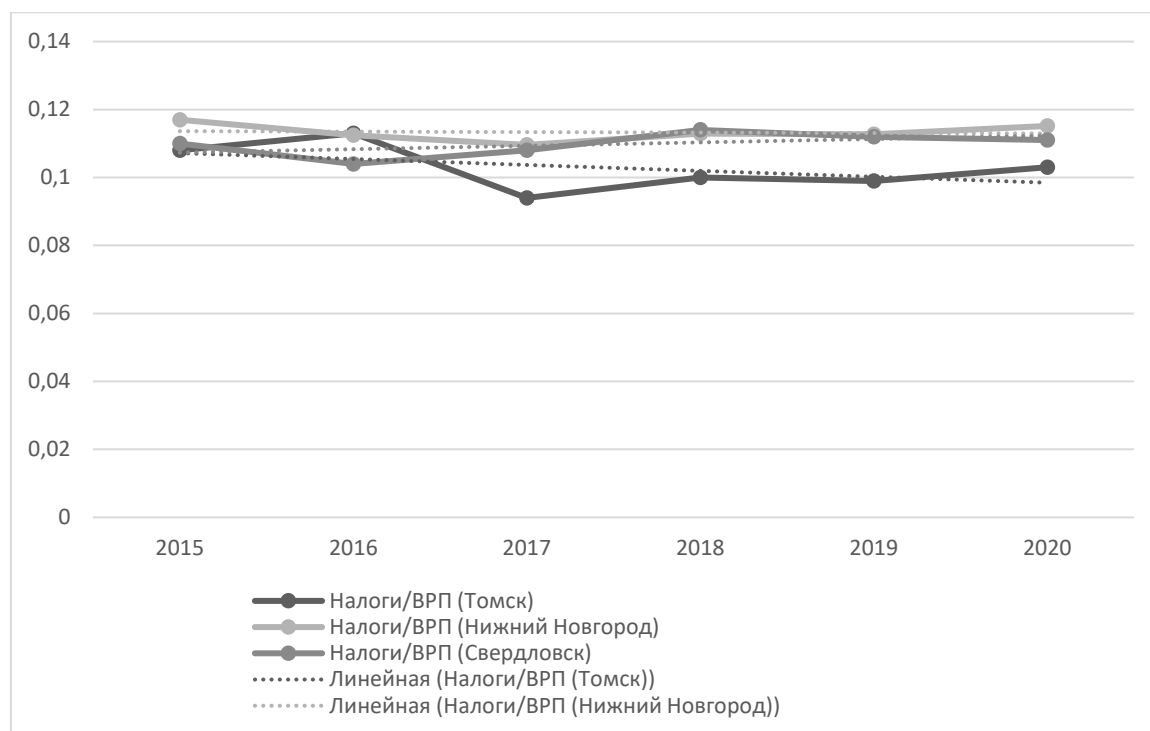


Рис.10 Ключевые мультипликаторы Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Финансовая эффективность развития, как правило, возможно оценить посредством двух показателей - это налоговая отдача (рис.10) и макроэкономическая рентабельность (рис. 11).

Как видно из рисунка 10, проблемным был 2017 год, где было больше всего потерь.

Темп снижения налоговой отдачи в Нижегородской области составил 1,5%, в Томской области- 5%, а вот в Новосибирской области показатель , наоборот, вырос на 5% за последние 6 лет.

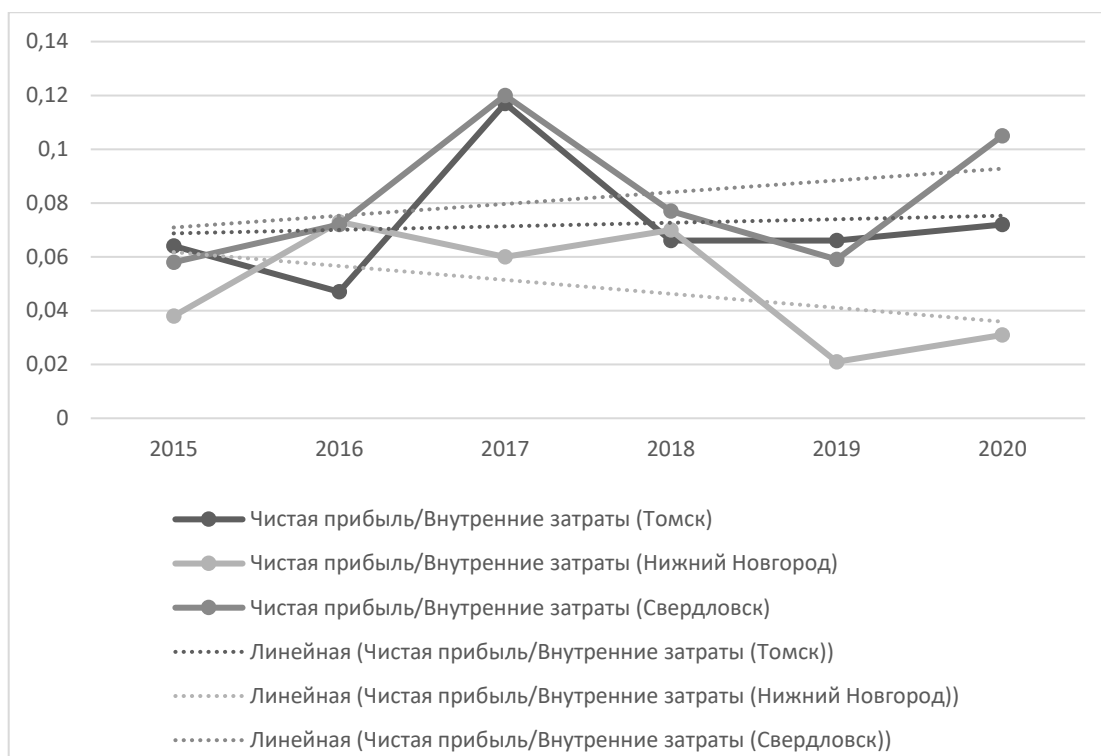


Рис.11 Ключевые мультипликаторы Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Следующий показатель- макроэкономическая рентабельность. Чистая прибыль по отношению к внутренним затратам невысока. За последние 6 лет данный показатель в Нижегородской области снизился на 18,5%. Темпы роста в Свердловской области составляют 81% (13% в год), а в Томской области- всего 12% (в год 2%) за последние 6 лет.

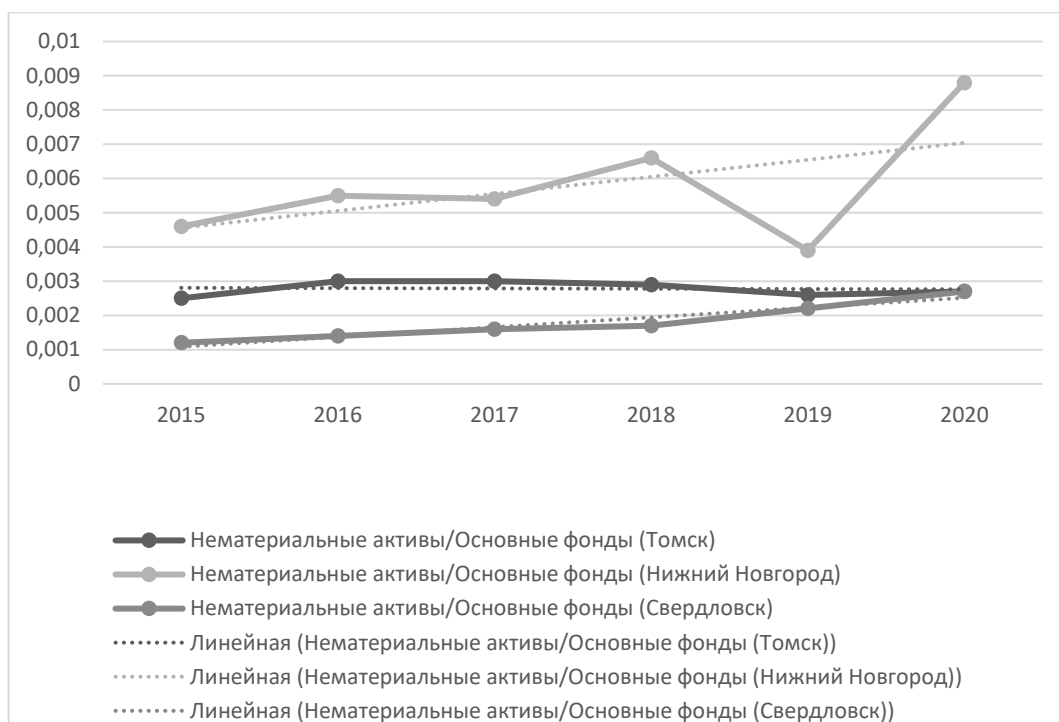


Рис.12 Тенденции производительности нематериальных активов Нижегородской, Томской и Свердловской областей [10]

Потенциал будущего также закладывается и в формировании нематериальных активов (рисунок 12).

Как видно из рисунка 12, в Нижегородской области самая высокая отдача нематериальных активов, темп роста показателя в данном регионе составил 91%, в Томской области- 8%, а вот в Свердловской области данный показатель вырос на 125% (20% в год) и достиг уровня Томской области.

Таким образом, подводя итог макроэкономическому анализу, исследование позволило выявить ряд характерных черт для Нижегородской области: сфера образования и науки, показатели заработной платы в сфере научных исследований и разработок, производительность нематериальных активов и ключевые мультипликаторы (чистая прибыль/внутренние затраты)- это именно те конкурентные преимущества, которые следует развивать и использовать полнее в дальнейшей хозяйственной конъюнктуре [8].

Список литературы

1. Safiullin M.R., Grunichev A.S., Elshin L.A. Methodical approaches to assessment of the impact of the reputation capital on investment processes in the region (On the example of regions of the Volga Federal district) // Humanities and Social Sciences Reviews. – 2019. – Vol. 7. – №5. – P. 840–846.

2. Boyd B.K., Bergh D.D., Ketchen D.J. Reconsidering the reputation-performance relationship: a resource-based view // Journal of Management. – 2010. – Vol. 36. – №3. – P. 588–609.
3. Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А.Репутационный капитал как фактор повышения конкурентоспособности организации// Электронный экономический вестник Татарстана. 2019.№4. С. 30-34.
4. Сафиуллин М. Р., Павлова Х.А. Репутация: новый драйвер развития региона / М. Р. Сафиуллин, Х.А. Павлова – Нижний Новгород: Издательство ИП Кузнецов Никита Владимирович, 2021. – 72 с.
5. Сафиуллин М.Р, Павлова Х. А. Интернет-репутация организации в оценках глобальной информационной сети (на примере государственных органов Республики Татарстан). «Казанский экономический вестник»– Казань, выпуск 1 (57), 2022.-110-115 с.
- 6.Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. Репутационный капитал региона: важнейшие аспекты// Электронный экономический вестник Татарстана. 2020.№3. С. 82-90.
- 7.Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. О методах измерения влияния репутации на социально-экономическое развитие территории// Электронный экономический вестник Татарстана. 2022.№3. С. 8-16.
- 8.Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. Репутация как один из драйверов развития территории// Электронный экономический вестник Татарстана. 2022.№1. С. 15-19.
- 9.Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А., Мингазова Ю.Г., Гудяева Л.А. Формирование репутации на основе рейтингов территории и ее влияние на социально-экономическое развитие. «Экономический вестник Республики Татарстан», выпуск 3, 2022.- 17-22 с.
10. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru> (Дата обращения 1.03.2023)

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Сафиуллин Марат Рашитович, Павлова Христина Александровна
Название статьи: Анализ ключевых показателей научно-технологического развития региона (на примере Нижегородской области)	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название статьи полностью соответствует ее содержанию, поскольку описывает показатели научно-технологического развития региона на примере Нижегородской области
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность темы статьи обусловлена в использовании возможностей анализа новых показателей развития территорий, выбранных на основе составляющих рейтинга научно-технического развития регионов. Также предлагается сравнить показатели с двумя другими областями: Свердловской как ведущей индустриальной территории и Томской как продвинутой научно-образовательный центр для того, чтобы понять какие преимущества и возможности в плане репутационного развития у нестоличных регионов.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В статье представлены как российские, так и зарубежные публикации.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		

4.2	Соответствие полученных результатов достижениям науки современным	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Логика изложения материала позволяет автору последовательно отвечать на поставленные вопросы с достаточно подробной и однозначной аргументацией всех приводимых тезисов и выводов.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения			

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. **Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 30.03.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

ИНСТРУМЕНТЫ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ, СОЗДАЮЩИЕ ЦЕННОСТЬ

TOOLS OF EXPERIENCE ECONOMY THAT CREATE VALUE

© М.Кашапов, 2023 г.

КАШАПОВ Марат Наилевич

аспирант

Центра перспективных экономических исследований

Академии наук Республики Татарстан

maratkashap@gmail.com

В данной статье автор рассматривает инструменты, за счет которых происходит переход от экономики услуги к экономике впечатлений. Большой упор делается на анализ и подходы кастомизацию - это особая стратегия управления предприятием, в основе которой базируются мнения и желания потребителей при разработке, маркетинге и эксплуатации продукта.

Ключевые слова: экономика, экономика впечатлений, экономика опыта, кастомизация, персонализация.

The article considers the tools through which the transition from the economy of services to the experience economy takes place. Much emphasis is placed on analysis and customization approaches - this is a special enterprise management strategy, which is based on the opinions and desires of consumers in the development, marketing and operation of the product.

Keywords: economy, economy of impressions, experience economy, economy, customization, personalization.

В настоящее время мы наблюдаем переход от массового и крупносерийного производства к выпуску отдельных или небольших серий модифицированных продуктов. Данный переход, а также набор инструментов для его осуществления назвали кастомизацией (Джозеф Пайн, Джеймс Гилмор., 1993).

Элвин Тоффлер в своей книге «Третья волна» изучал особенности потребительского поведения. Он придумал модель, в которой в начале 1980-х годов ввел понятие "просьюмер" от английского prosumer, означающее "прогрессирующее размывание границы, отделяющей производителя от потребителя". Согласно этой модели, как только базовые товары и услуги перестанут удовлетворять потребительский спрос, станет возможным дальнейшее увеличение производства за счет внедрения кастомизации.

Существует ряд причин перехода от экономики услуг к экономике впечатлений:

1. Индивидуализация и потребность в аутентичности как мощные движущие силы экономики впечатлений.

2. Желание покупателей получать дополнительные эмоции и впечатления во время покупок.

3. Современные тенденции персонализации методов решения проблем клиентов, то есть некоторые вещи производятся в единственном экземпляре и для конкретного потребителя.

4. Персонализация предпочтений для клиентов сервисно-ориентированной архитектуры предприятий, которые узнают о проблемах клиентов и находят подходящее решение для каждого конкретного случая.

Кастомизация играет важную роль в экономике впечатлений, позволяя создавать уникальный опыт для каждого клиента. Согласно Джозефу Пайну и Джеймсу Гилмору, кастомизация помогает сократить "уступки потребителя" - разницу между ожиданиями клиента и тем, что он на самом деле получает. Каждый человек уникален, поэтому реакция на один и тот же продукт или услугу может различаться. Если использовать кастомизацию, уступки потребителям будут минимальными.

В конце 20 века кастомизация использовалась в качестве инструмента отбора компании на рынке и привлечения новых клиентов через создание специального продукта для узкой аудитории.

Однако Чейз Ричард и др. в своей книге «Производственный и операционный менеджмент» описывают кастомизацию как инструмент снижения затрат компании, который позволяет клиентам вносить изменения в массовый продукт. Таким образом, суть продукта остается неизменной, а усилия компании сосредоточены на обеспечении сервиса, организации доставки и продаж. Результаты показали, что потребители ценят настраиваемый интерфейс розничной офлайн- и онлайн-торговли и получают от него больше преимуществ и опыта.

Кастомизация по характеру изменений продукта может быть нескольких типов (Чейз Ричард и др., 2006):

1. Экспертная — создание продукта, который индивидуально настраивается для каждого клиента.

2. Модульная — возможность выбора клиентом нужной конфигурации из предложенных вариантов компанией.

3. Визуальная — основана на внешних атрибутах, таких как дизайн упаковки или форма продукта.

Существует также разделение кастомизации на основе производственного подхода (Джозеф Пайн, Джеймс Гилмор., 2011):

1. Горизонтальная кастомизация — модификация существующих продуктов путем использования одинаковых компонентов;
2. Вертикальная кастомизация — создание уникального продукта из уникальных компонентов, которые были специально созданы для данного клиента.

В 2018 году исследовательская компания Researchscape International изучила сферу кастомизации в Соединенных Штатах Америки и обнаружила, что 44% клиентов показали готовность вернуться в магазин в случае, если они получили продукт, основанный на их опыте покупок. 39% из этих покупателей поделится со своими друзьями и родственниками о магазине, а 32% потребителей оставят положительный отзыв о компании.

Другой опрос, проведенный компанией Epsilon Data Management в 2017 году, показал, что 89% покупателей были готовы сотрудничать с теми финансовыми компаниями, которые согласятся учитывать личный опыт клиента.

Возьмем, например, «Циферблат» — первую в мире сеть заведений, где гостям предложили платить за время, проведенное там, а не за напитки и еду. История проекта началась в Москве, но позднее удачная идея распространилась в другие города и страны, включая Великобританию. Это из способов вовлечения эмоциональных инструментов в бизнес, которые можно транслировать на весь мир.

Обычно компании сосредоточены на решении своих проблем и задач, но они все чаще становятся более клиентоориентированными и начинают внедрять опыт клиента в свои продукты. Для улучшения взаимодействия с клиентами используются различные решения, например, настройки веб-сайтов, хранение истории платежей и подготовка предложений на их основе, а также советы о других продуктах, которые могут быть полезны в текущей ситуации.

Кастомизация - это стратегия управления, которая учитывает потребности конкретного потребителя при проектировании, маркетинге и эксплуатации продукта. Для реализации этой стратегии необходима новая система управления, ориентированная на клиента.

Согласно исследованию Piller, F., Koch, M., Shubert, P. & Moeslein, массовая кастомизация может быть не связана с взаимодействием и интеграцией с клиентами, так как диалог между компанией и клиентами не проводится. Клиенты могут создавать ценность только путем выбора заранее определенных альтернатив для проектирования или модификации своего продукта. Поэтому определение "prosumer", которое ввел Тоффлер, не применимо к массовой

кастомизации. В данном случае клиенты являются в большей степени со-дизайнерами, а не сопродюсерами.

Массовая кастомизация не отвечает всем требованиям глобального рынка, продукты и услуги должны производиться и доставляться “в режиме общения от человека к человеку с меньшим использованием средств массовой коммуникации”. Следовательно, компаниям пора перейти от массовой кастомизации к стратегии совместного создания, что станет главным конкурентным преимуществом. Такая коллаборация - это совместное создание ценности компанией и заказчиком, что будет взаимовыгодно обеим сторонам:

- Компании смогут улучшить конечный продукт, позволив клиентам принимать участие в производственном процессе, начиная со стадии разработки идеи, и заканчивая финальными штрихами в дизайне продукта;
- Потребители же получают превосходные персонализированные продукты и услуги, которые будут максимально совпадать с их желаниями.

Сотрудничество подразумевает общение, заинтересованность и вовлеченность обеих сторон, и оно может быть эффективным в том случае, если и компания, и потребитель имеют равный доступ к информации. Следовательно, компании должны быть прозрачными и открытыми, что, в свою очередь, приводит к лучшей оценке потребителями всех связанных с принятием того или иного решения рисков или выгод.

В целом, если компании хотят не только оставаться на плаву, но и оставаться конкурентоспособными, они должны уметь совместно создавать уникальные впечатления со своими клиентами.

Список литературы

1. Крюкова, А.А., Логуа, Р.А. Анализ методических подходов, методов и моделей клиентоориентированного управления // Основы экономики, управления и права. – 2012. – №3 (3). – С. 70–74.
2. Тоффлер, Э. Третья Волна. – М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 2004.
3. Рулёва, Ю.С. Интеллектуализация менеджмента в условиях новой экономики // Вестник Рязанского государственного университета им. С.А. Есенина. – 2009. – №23. – С. 47–63.
4. Чейз, Ричард, Б., Эквилайн, Николас, Дж., Якобе, Роберт, Ф. Производственный и операционный менеджмент, 2003
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. -М.: Издательский дом «Вильямс», 2003.- 656 с.

6. Кашапов М.Н., Королев Ю.А. Взгляд современных ученых на тему экономики впечатлений // Электронный экономический вестник Татарстана, 2021, №4. С. 80-87.
7. Кашапов М.Н. Экономика впечатлений: микротренды // Электронный экономический вестник Татарстана, 2022, №23. С. 94-99.
8. Королев Ю.А., Кашапов М.Н. Тенденции экономики впечатлений в период Covid-19 // Электронный экономический вестник Татарстана, 2021, №21. С. 115-119.
9. Королев Ю.А., Кашапов М.Н. Экономика впечатлений – новое социально-экономическое предложение // Электронный экономический вестник Татарстана, 2021, №21. С. 119-124.
10. Coletti, P., Aichner, T. (2011). Mass Customization: An Exploration of European Characteristics. Heidelberg, Germany: Springer. ISBN 978-3-642-18389-8.
11. Alexiou, M.-V., 2020. Experience economy and co-creation in a cultural heritage festival: consumers' view. Journal of Heritage Tourism, Issue 15(2), pp. 200-216.
12. Pine II B.J., Gilmore J.H. The experience economy: Work is theater and every business a stage. Harvard Business School Press. Boston, Massachusetts; 1999. 279 p
13. Cheng-Hsueh, Y., 2019. Consumer Needs for Hand-Touch Product Designs Based on the Experience Economy. Sustainability, Issue 11(7), pp. 1-17.
14. Fokina, O. & Barinov, S., 2019. Marketing concepts of customer experience in digital economy. s.l., E3S Web of Conferences.
15. Piller, F., Koch, M., Shubert, P. & Moeslein, K., 2004. From mass customization to collaborative customer co-design. s.l., Michael Koch.

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)		Кашапов Марат Наилевич		
Название статьи: ИНСТРУМЕНТЫ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ, СОЗДАЮЩИЕ ЦЕННОСТЬ				
№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответстви названия статьи ее содержанию	да		Название статьи полностью соответствует ее содержанию.
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность данной проблемы обуславливается формированием новой экономической модели, в которой впечатления выступают как потребительская ценность, обладающая спросом на рынке. Важными становятся не столько сами факты приобретения товаров и услуга, сколько ощущения и эмоции, испытываемые потребителем при их покупке. В работе рассмотрены те инструменты, за счет которых создается дополнительная ценность продукта.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В статье представлены как российские, так и зарубежные публикации.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		

5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Логика изложения материала позволяет автору последовательно отвечать на поставленные вопросы с достаточно подробной и однозначной аргументацией всех приводимых тезисов и выводов.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения			

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. **Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 24.04.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

IV. МЕНЕДЖМЕНТ

ТЕХНОЛОГИИ ДИЗАЙН - МЫШЛЕНИЯ В МЕНЕДЖМЕНТЕ TECHNOLOGIES DESIGN - THINKING IN MANAGEMENT

© Д.Устинов, А.Устинов, 2023 г.

УСТИНОВ Даниэль Артурович,

*студент 2 курса Института управления, экономики и финансов
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»
danielustinov16@mail.ru*

УСТИНОВ Артур Эдуардович

*кандидат экономических наук, доцент кафедры общего менеджмента
Института управления, экономики и финансов
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»
phdustinov@mail.ru*

В статье приведены некоторые основные положения формирования концепции дизайн-мышления. Представлен материал о практике формирования и применения технологий в данной сфере.

Ключевые слова: дизайн-мышление, технологии, менеджмент.

The article presents some basic provisions for the formation of the concept of design thinking. The material on the practice of formation and application of technologies in this area is presented.

Keywords: design thinking, technology, management.

В менеджменте значительную роль играют творческие подходы к решению тех или иных проблем, вопросов, поставленных перед организацией и руководителем в частности. Подобного рода методы решения задач актуальны в тот момент, когда инструкции и предписания не могут регулировать решение данной задачи ввиду ее неординарности, новизны в данной отрасли. В таких случаях опытный управленец будет полагаться в первую очередь на собственный опыт работы в данной организации/отрасли. Однако, порой случаются такие события, где даже многолетний опыт не сможет помочь решить ту или иную управленческую задачу. В таких случаях управленцы прибегают к использованию метода дизайн – мышления в менеджменте, то есть решения

проблем организации путем творческого подхода к ней. От правильности этого подхода и от правильности решения руководителя зависит успех организации и его дальнейший путь.

Целью настоящего исследования является изучение технологий дизайн – мышления в менеджменте, изучение применения их на практике, овладение основными его инструментами и терминами.

Объектом исследования являются технологии дизайн – мышления в менеджменте, их особенности функционирования и применения.

Предмет исследования – изучение влияния применения технологий дизайн – мышления в организациях.

Главной целью менеджмента является управление, ориентированное на успешную деятельность. Термин «дизайн» в зависимости от сферы хозяйственной деятельности организации трактуется по-разному. Этот термин используется в сферах строительства, архитектуры, промышленности, автомобилестроения и многих других. Обратим внимание на сферу менеджмента и управления. Здесь происходит слияние дизайна и менеджмента в единое понятие, именуемое дизайн - менеджментом. Это деловая дисциплина о применении дизайнерских практик, проектных и стратегических методов управления, методов администрирования творческих процессов, развитию творческой культуры и созданию подходящей для творчества организационной структуры.

Термин «мышление» возможно раскрыть как процесс познавательной деятельности индивида, характеризующийся обобщенным и опосредствованным отражением действительности [5].

Исходя из выше перечисленного, можно сделать вывод, что дизайн – мышление – это отражение действительности через призму применения творческих решений для решения организационных задач.

В основе дизайн-мышления три принципа:

- эмпатия: умение поставить себя на место другого человека, понять его чувства и эмоции;
- широта мышления: способность охватить проблему и в целом, и во всех возможных деталях;
- эксперименты: готовность пробовать, ошибаться и пробовать снова.

Этот метод подходит для создания ориентированных на человека продуктов и услуг. Его применяют, чтобы преодолеть стереотипы и решить задачу нестандартно.

Дизайн-мышление работает на пользу не только конечных потребителей, но и бизнеса:

- помогает растить лояльных клиентов;
- стимулирует культуру инноваций в компании;
- ускоряет выход продуктов на рынок и помогает избежать лишних трат.

Для реализации всех целей дизайн – мышление использует ряд инструментов: визуализация, картографирование путешествия, анализ ценностной цепочки, картографирование мыслей, быстрая разработка концепции, тестирование предложений и другие [6].

Есть практические и значимые результаты применения данного подхода в реальном секторе экономики. В частности, в 2017 году банк ВТБ применил инструменты дизайн - мышления customer journey map. Это позволило выявить потребности клиентов:

- снижение ежедневных расходов на проезд от дома до работы, ежедневные покупки, переводы и платежи;
- спокойствие и удобство без лишних действий и барьеров.

Это на наш взгляд наиболее показательный пример. В тоже время идея применения технологий в дизайн-мышления в менеджменте продолжает оставаться наиболее перспективной, но не совсем технически понятной большинству руководителей и специалистов в части вопроса: «Как конкретно начать и что конкретно сделать?»

В силу своей многогранности тема создание и применение технологий дизайн- мышления раскрывается в организациях и предприятиях по-разному. В частности, на тренинге «Эффективная работа с клиентами» 25 ноября 2023 года, проходившим на АО «Химград» (г. Казань), на наш взгляд, были предприняты конструктивные шаги по осознанию подходов к пониманию вопросов клиентоориентированности на настоящем этапе с учетом специфики деятельности предприятия. Значительная часть времени была направлена на изучение типовых вопросов клиентов. Была предпринята попытка осознать, какие именно внутренние мотивы клиента являются побуждающими к принятию им решения.

Были определены фразы-маркеры, которые явно сигнализировали о внутренней потребности клиентов. На наш взгляд, это значимый шаг по разработке и реализации собственной технологии дизайн-мышления сотрудников организации.

Следующим этапом стал анализ о возможности связки данных маркеров – как происходит эволюция внутренних мотивов клиентов.

В целом подобное начало, по нашему мнению, способствует созданию условий для совершенствования собственных бизнес-процессов организации в части клиентоориентированности [4]. Как показывает практика обычного анкетирования – потенциальные клиенты относятся к ней достаточно формально и не раскрывают собственные мотивы поведения.

Как отмечалось выше, именно эмпатия может стать наиболее точным инструментом в разработке и реализации технологий дизайн-мышления [2]. Как следует из интерпретации этого термина – мышление является непрерывным процессом, направленным на ощущение, понимание и принятия потенциального партнера, клиента организации.

Данный факт представляется очевидным, но существует необходимость в развитии собственных навыков понимания человека [1]. В настоящее время искусственный интеллект может обрабатывать значительные объемы информации, например – постановка диагноза пациенту на основе существующей статистической информации и снимков. Возможности искусственного интеллекта расширяются с высокой скоростью, но в основе его развития пока заложен творческий потенциал человека.

Подводя итоги отметим, что технологии дизайн-мышления - это системный подход к решению проблем. Начинается практическое применение с изучения пользователей и способности организации создать для клиентов лучшее будущее [3]. Методология позволяет пройти весь путь создания либо совершенствования сервиса или продукта - от понимания клиента через выявление корневых проблем к формулированию задачи, генерации идей и разработке прототипа, тестированию и, возможно, переходу на следующую итерацию. Такой подход в конечном итоге приводит к созданию принципиально нового и нужного продукта/услуги для потребителя и бизнеса.

Список литературы

1. Дерзаева Г.Г. Человеческий капитал как актив компании // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2021. – №2. – С. 74-82.
2. Королев Ю.А. Влияние эмоций на принятие решений в условиях нестабильности // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2022. – №3. – С. 49-52.
3. Огилви Т. Думай как дизайнер. Дизайн-мышление для менеджеров / Огилви Тим, Лидтка Жанна. – М.: Манн-Иванов-Фербер, 2015. - 280 с.

4. Устинов А.Э. Третий ресурс // Олимпийский спорт и спорт для всех. Материалы XXVI Международного научного Конгресса. - Казань, 2021. – С.292-294.
5. Большая психологическая энциклопедия [Электронный ресурс]. – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/865518> (дата обращения: 20.02.2023).
6. Культура и креативность [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/ten-tools-for-design-thinking> (дата обращения: 20.02.2023).

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Устинов Даниэль Артурович, Устинов Артур Эдуардович
Название статьи:	ТЕХНОЛОГИИ ДИЗАЙН - МЫШЛЕНИЯ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название статьи полностью соответствует ее содержанию
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность данной проблемы обуславливается целесообразностью поиска решения проблем, которые четко и однозначно не структурированы, либо не могут быть описаны и представлены традиционным способом. Также данный метод целесообразен в решении неявных вопросов и задач.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В статье представлены как российские, так и зарубежные публикации.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		

5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Логика изложения материала позволяет автору последовательно отвечать на поставленные вопросы с достаточно подробной и однозначной аргументацией всех приводимых тезисов и выводов.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения	-		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. **Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 15.03.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

БРЕНД КАК ИНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЙ ОТСТРОЙКИ КОМПАНИИ

BRAND AS A TOOL FOR THE COMPETITIVE BUILDING OF A COMPANY

© М.Пантелеева, А.Абдуллаева, 2023 г.

*ПАНТЕЛЕЕВА Мария Андреевна, бакалавр
Казанского (Приволжского) федерального университета
pmariaandreevna@mail.ru*

*АБДУЛЛАЕВА Алия Сердаровна,
ассистент кафедры общего менеджмента
Казанского (Приволжского) федерального университета
bakalavriat_iuef@mail.ru*

Бренд сегодня – рабочий инструмент маркетологов по выстраиванию индивидуальности производителя. Но почему одним брендам с помощью разных инструментов маркетинга получается привлекать и удерживать потребителей, а другим нет? Рассмотрим причины в данной статье.

Ключевые слова: бренд, сила бренда, конкурентные преимущества.

The brand today is a working tool for marketers to build the individuality of the company. But why are some brands using different marketing tools able to attract and retain consumers, while others do not? Consider the reasons in this article.

Keywords: brand, brand strength, competitive advantages.

Такое маркетинговое понятие как «бренд» широко распространено в мире сегодня. Человек буквально 24 часа в сутки находится в окружении брендов, но далеко не каждый из них запоминается, некоторые сливаются в один единый в голове у потенциального потребителя. В чем же заключаются уникальность и сила, позволяющие определенным брендам склонять людей к осознанному или бессознательному выбору в свою пользу?

Перед описанием инструментов, используемых брендами для укрепления своих узнаваемости и предпочтительности, рассмотрим определение самого понятия. Итак, «бренд», согласно определению Американской маркетинговой ассоциации, – это название, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров или услуг

одного продавца или группы продавцов и для отличия их от товаров или услуг конкурентов. Данное определение акцентирует внимание на значимости визуальных символов бренда, которые способствуют идентификации и отстройке продукта от конкурента [5].

Очень важно либо придерживаться изначально продуманного и используемого оформления, потому что даже незначительные визуальные изменения могут привести к снижению узнаваемости бренда и продаж продукта, либо проводить исследования с целью определения степени влияния планируемых нововведений на восприятие продукта человеком. В качестве примера приведем опыт компании Tropicana в изменении упаковки сока в 2007 году. Данный ребрендинг был для нее неудачным, за 6 недель продаж сока компания потеряла около 30 миллионов евро, несмотря на то, что была проведена дорогостоящая рекламная компания.

Сам вкус сока не изменился, но изначально на упаковке был изображен апельсин с трубочкой, а после изменений – красивый стакан с соком, также был изменен шрифт и многие элементы упаковки сменили расположение на коробке. Новая упаковка выглядела более презентабельно, но сильное смысловое изменение изображения негативно сказалось на продажах [1, с.112].

Каждый бренд обладает элементами с высокой диагностической ценностью для их узнавания (например, у CocaCola – это цвет и шрифт названия). В случае Tropicana – это как раз апельсин с трубочкой. Бокал, на который его заменили, вызывает у людей другие ассоциации. Лишь состоятельные семьи пьют сок из таких бокалов во время приема пищи, обычные люди используют их только для гостей или по праздникам. Значит, сок стал ассоциироваться у покупателей с особыми событиями в жизни, а не чем-то обычным, повседневным [2, с.229].

Да, маркетологи повысили ценность продукта, но новые смыслы, заложенные в упаковки, уже не мотивировали людей совершить покупку. Таким образом, ребрендинг компании должен происходить с принятием во внимание ментальных моделей людей.

Этот пример приводит к другому определению «бренда». Это набор ощущений, эмоций, переживаний, связанных с продуктом, услугой или человеком, являющимся амбассадором бренда. По сути, бренд своими логотипом, слоганом, организованными мероприятиями, программой лояльности, коллаборациями с другими брендами или, одним словом, упаковкой бренда подталкивает людей к принятию решения о покупке.

Сила бренда, или степень тесноты связи между компанией и аудиторией, зависит от определенных факторов, работа над которыми позволяет выстроить

конкретный образ компании в сознании людей. Проработка каждого из факторов способствует конкурентной отстройке бренда и повышению лояльности аудитории.

И первый из факторов – ясность. Ценности и взгляды компании должны четко прослеживаться в ее продукте, реализованных маркетинговых коммуникациях. Компании нужно четко понимать, кто является ее целевой аудиторией и какие желания, цели она преследует при выборе товара. Тогда и выстроить стратегию позиционирования будет проще [1, с.136].

Например, RedBull нацелен на привлечение молодой аудитории, ведущей активный образ жизни. Это прослеживается, во-первых, в слогане компании – «RedBull окрыляет», во-вторых, в организуемых инициативах – RedBullflugtag (чемпионат самодельных летательных аппаратов), сотрудничество с университетами – компания нанимает студентов-амбассадоров бренда, которые организуют мероприятия в своих кампусах, где представленным напитком является RedBull.

Также компания является спонсором многих спортивных соревнований в автоспорте, мотоспорте, велоспорте, сноубординге и других. Это говорит о том, что движение, активная жизнь, постоянное развитие и желание рисковать ради успеха – все это поддерживает компания. Если эти ценности RedBull релевантны взглядам человека, то он выбирает именно его продукцию.

Второй фактор – вовлеченность сотрудников. Они являются внутренней силой бренда. Осведомленность о происходящих в компании событиях, ее победах, планах по проектам, разделение ее ценностей – все это помогает в развитии бренда. Так, например, в социальных сетях McKinsey&Company нередко можно встретить интервью с сотрудниками, в ходе просмотра которых возникает большее доверие к компании и осознание развитости ее корпоративной культуры.

Третий фактор – адаптивность. Гибкость – условие как развития, так и выживаемости брендов сегодня. Следование таким тенденциям как: бодипозитив, расовое, возрастное и национальное разнообразие, экологичность и защита животных – важная составляющая сильного бренда.

Также для бренда важна ассоциативная емкость. Ассоциации могут быть либо эмоциональные (Яндекс – поисковая система, где любой запрос человека выдаст результат), либо рациональные (Фрутоняня – детское питание без сахара), либо эмпирические – связанные со звуком и тактильными ощущениями (открытие пачки чипсов, стеклянной банки CocaCola).

Таким образом, сильный бренд – результат комплексной постоянной работы. Конечно, расходы на его выстраивание достаточно высоки (в среднем,

по данным The CMO Survey, процент маркетингового бюджета в 2021 году составил 13,8% от общего дохода организаций), но они оправданы ростом узнаваемости и продаж [6].

2022 год стал особенным в связи с уходом многих иностранных компаний с российского рынка (если быть точными, 1148 компаний либо ушли из России полностью, либо ограничили свою деятельность). Большинство товарных позиций этих организаций остались в стране, однако уже под другими брендами.

Ярким примером изменения бренда является «Вкусно и точка» - бывший «McDonald's». Сеть ресторанов быстрого питания до момента ухода из России занимала лидирующую позицию на рынке, но, например, в 3 квартале 2022 по числу посетителей на первое место вышел Burger King. Такая смена лидерства произошла, во-первых, вследствие закрытия точек McDonald's на время ребрендинга, а, во-вторых, из-за особенностей в маркетинге компании [3].

Рассмотрим подробнее, почему «Вкусно и точка» стала объектом негативных обсуждений среди потребителей. Во-первых, обновленное название вызвало появление большого количества сообщений, постов саркастического характера, кто-то пытался уличить компанию в копировании названия. Ребрендинг проходил не очень гладко – людей не устраивало не только название, но и новый логотип [4].

Сложно сказать, с чем связан столь высокий уровень негатива в социальных сетях. Частично его можно оправдать русским менталитетом – во всем русском люди привыкли видеть, в первую очередь, негативную сторону. Также есть вероятность того, что определенные каналы распространяли оплаченные конкурентами посты с высмеиванием компании с целью передачи негативного настроения относительно «Вкусно и точки» читателям. Однако подтверждение данной информации отсутствует в интернете.

Компания «Вкусно и точка» после открытия в июне 2022 года начала активно выстраивать доверие к новому бренду через рекламные ролики. Их послы были направлены на утверждение в неизменности вкусов продуктов, хорошие условия труда. Однако усилия компании часто получали низкую оценку: качество и смыслы в рекламе сравнивались с роликами McDonald's с акцентом на то, что раньше было лучше. При этом параллельно компания была источником обсуждений, связанных с использованием рекламы McDonald's, в которой был закрыт логотип компании, а также с отсутствием доставки у «Вкусно и точка».

Несмотря на все недостатки маркетинга «Вкусно и точка», компания была на 2 месте по количеству посетителей в 3 квартале 2022 года среди ресторанов быстрого питания. Возможно, этот факт связан с тем, что у потребителей в

сознании «Вкусно и точка» равноценна McDonald's, и они продолжают посещать данную сеть по привычке [3].

Ребрендинг – довольно сложное мероприятие, особенно для крупных организаций, поэтому нужно время, что произошла адаптация потребителей к новому бренду компании.

Список литературы

1. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем /Пер. с англ. – М.: Издательство: "Манн, Иванов и Фербер", — 2020
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс/Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.
3. Место «Вкусно и точка» в топе ресторанов быстрого питания – URL: <https://ruinform.com/page/v-rossii-opredelili-top-3-setej-fastfuda-po-chisluposetitelej>
4. Настрой общества относительно ребрендинга McDonald's в России – URL: <https://gol.ru/materials/19112-tasty-and-point>
5. Пантелеева М.А., Абдуллаева А.С. Анализ теоретических аспектов маркетинговых коммуникаций /X Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам: сборник научных статей (Казань, 25–26 ноября 2021 г.) //XInternational symposium on management, economics and finance: collection of scientific papers (Kazan, 25–26 November, 2021). – Казань: Издательство Казанского университета, 2022. – 662 с.
6. Результат исследования – URL: https://cmosurvey.org/wp-content/uploads/2022/09/The_CMO_Survey-Highlights_and_Insights_Report-September_2022.pdf

V. СОЦИАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

СОЦИАЛЬНЫЕ НАСТРОЕНИЯ КАЗАНЦЕВ В 2022 ГОДУ SOCIAL MOODS OF KAZAN RESIDENTS IN 2022

© В.Корунова, А.Шакирова, 2023 г.

КОРУНОВА Валерия Олеговна

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

ШАКИРОВА Алиса Фиргатовна

*кандидат социологических наук,
главный научный сотрудник отдела микро и мезоисследований
Центра перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан
Alisa.Shakirova@tatar.ru*

Статья содержит последнюю актуализацию данных мониторинга социальных настроений в Казани. Приведены результаты социологического опроса, реализованного авторами среди местного населения в 2022 году (n = 624), и построенный на их основе индекс социальных настроений (ИСН). Определены наиболее волнующие казанцев проблемы и тенденции дальнейшего развития социальных настроений в городе.

Ключевые слова: социальные настроения, индекс социальных настроений, ИСН, Казань.

The article contains the latest update of social moods monitoring data in Kazan. The results of a sociological survey carried out by the authors among the local population in 2022 (n = 624), and the index of social moods (ISM) based on them are presented. The most exciting problems of Kazan residents and the trends of further development of social attitudes in the city are determined.

Key words: social moods, index of social moods, ISM, Kazan.

В августе-сентябре 2022 года социологами Центра перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан (далее – Центр) был осуществлен очередной срез социальных настроений в Казани.

Социологическим опросом были охвачены 624 казанца, отобранных в многоступенчатую квотную выборку в соответствии с признаками пола, возраста и постоянного проживания в одном из семи районов города. Опросник содержал вопросы для оценки значимых, располагаемых и ожидаемых условий жизни респондентов и жизни в Казани в целом, в том числе вопросы для построения индекса социальных настроений (далее – ИСН) по методике, принятой в Центре [1].

Построение ИСН предваряет последовательный расчет десяти индивидуальных и четырех частных индексов. Первые рассчитываются как разность долей ответов, выражающих согласие с десятью соответствующими высказываниями (варианты «5» и «4» из предложенной респондентам для оценки 5-балльной шкалы), и долей ответов, выражающих несогласие с ними (варианты «1» и «2»), к которой во избежание отрицательных значений индексов прибавляются дополнительные 100 баллов. Вторые рассчитываются как среднее арифметическое из значений объединенных в четыре соответствующие группы индивидуальных индексов, а затем подобным же образом формируют сам ИСН. Порядок интерпретации значений всех индексов следующий: меньше 100 – среди опрошенных преобладают несогласные с приведенными высказываниями, больше 100 – преобладают согласные, равно 100 – одинаковое число согласных и несогласных [2]. Структура ИСН вместе с наименованиями составляющих его частных и индивидуальных индексов представлена на рисунке 1.

Частные индексы	Индивидуальные индексы
Частный индекс личного положения	В последние дни у меня прекрасное настроение
	За последний год моя жизнь (жизнь моей семьи) стала значительно лучше
Частный индекс текущего положения	Я считаю, что экономическое положение Казани сегодня очень хорошее
	Мне кажется, что политическая обстановка в Казани сегодня благополучная
	Мне кажется, что в целом дела в Казани сегодня идут в правильном направлении
Частный индекс ожиданий	Я считаю, что через год я (моя семья) буду жить лучше
	В ближайшие месяцы в политическом плане Казань ожидает значительное улучшение ситуации
	В ближайшие месяцы экономика Казани значительно улучшится
	В целом через год в Казани жить станет лучше
Частный индекс власти	Я одобряю деятельность нынешнего руководства Казани

Рисунок 1 – Структура ИСН

Как показали результаты проведенного опроса, настроения казанцев в 2022 году по большей части позитивные – ИСН равен 140,6 пункта, а число тех, кто согласился с приведенными в анкете высказываниями, в среднем в 4 раза превышает число не согласившихся. Оценки деятельности нынешнего руководства Казани при этом наиболее высоки (частный индекс власти – 143,9 пункта), оценки качества собственной жизни и жизни в городе в целом незначительно ниже (частный индекс личного положения – 140,2 пункта, частный индекс текущего положения – 140,1 пункта), тогда как их будущее вызывает очевидно больше сомнений у казанцев (частный индекс ожиданий – 135,7 пункта). Свой вклад в эти сомнения вносит сравнительная неуверенность жителей города в грядущих изменениях жизни в нем (137,5 пункта), в грядущих

политических изменениях (134,8 пункта) и – особенно – в грядущих изменениях экономической ситуации (124,7 пункта). В актуальном состоянии последняя также проявляет себя в качестве фактора недовольства респондентов, несколько чаще выражающих несогласие с утверждениями «За последний год моя жизнь (жизнь моей семьи) стала значительно лучше» и «Я считаю, что экономическое положение Казани сегодня очень хорошее» (130,6 и 129,6 пункта соответственно), чем с другими, характеризующими психоэмоциональное состояние казанцев, их восприятие текущей политической обстановки и настоящего положения дел в городе (149,8, 143,4 и 147,4 пункта) (таблица 1).

Таблица 1 – Значения ИСН, частных и индивидуальных индексов социальных настроений казанцев в 2022 году, пунктов

Наименование показателя	Значение показателя
ИСН	140,6
<i>Частный индекс личного положения</i>	<i>140,2</i>
В последние дни у меня прекрасное настроение	149,8
За последний год моя жизнь (жизнь моей семьи) стала значительно лучше	130,6
<i>Частный индекс текущего положения</i>	<i>140,1</i>
Я считаю, что экономическое положение Казани сегодня очень хорошее	129,6
Мне кажется, что политическая обстановка в Казани сегодня благополучная	143,4
Мне кажется, что в целом дела в Казани сегодня идут в правильном направлении	147,4
<i>Частный индекс ожиданий</i>	<i>135,7</i>
Я считаю, что через год я (моя семья) буду жить лучше	145,8
В ближайшие месяцы в политическом плане Казань ожидает значительное улучшение ситуации	134,8
В ближайшие месяцы экономика Казани значительно улучшится	124,7
В целом через год в Казани жить станет лучше	137,5
<i>Частный индекс власти</i>	<i>143,9</i>
Я одобряю деятельность нынешнего руководства Казани	143,9

Недовольство опрошенных жителей Казани экономической ситуацией проявляется и в их ответах на другие вопросы. Так, характеризуя актуальные для города проблемы, определяющие условия жизни в нем и ее итоговое качество, абсолютное большинство наших респондентов указали на инфляцию и низкие зарплаты (76,1% и 61,5%), треть из них – на развертывающийся экономический кризис (30,8%), а пятая часть также – на безработицу (22,9%). Отдельно стоит отметить отголоски отступившей пандемии коронавируса, не полностью отмененных противоэпидемических ограничительных мер и продолжающееся обострение международной ситуации, которыми в 2022 году обеспокоены от

десятой до третьей части казанцев (15,1%, 10,4% и 34,3%) (рисунок 2), и которые имеют в первую очередь экономические последствия.

Например, последовавшее за изменением взаимоотношений на международной арене в феврале 2022 года санкционное воздействие на российскую экономику привело к дефициту товаров, безработице, падению уровня заработных плат и росту цен в стране [3, с. 388-390], что также было отмечено участниками всероссийских опросов, однако соответственно постепенной стабилизации экономической ситуации общественная обеспокоенность по этому поводу снизилась [4]. Сценарий кризисного развития Казани и – шире – Республики Татарстан аналогичный [5, с. 418-420]. В условиях реализации руководством республики пакета поддерживающих мероприятий прогнозируется позитивный рост основных макроэкономических показателей [6, с. 7] и, с учетом преимущественно экономических ассоциаций качества жизни среди населения (38,1% среди опрошенных казанцев), повышение социальных настроений.



Рисунок 2 – Распределение ответов опрошенных в 2022 году казанцев на вопрос: «По Вашему мнению, какие проблемы сейчас в наибольшей степени влияют на жизнь в Вашем городе?», %

Список литературы

1. Индекс социальных настроений [Электронный ресурс] // ГБУ «Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан». – URL: <https://cpei.tatarstan.ru/indeks-sotsialnih-nastroeniy.htm> (дата обращения: 12.03.2023).
2. Шакирова А. Ф., Корюнова В. О. Изменения индекса социальных настроений казанцев в период пандемии // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2021. – № 2. – С. 51-55.

3. Ельшин Л. А., Кадыров А. Р. Особенности устойчивого развития экономики РФ условиях системных трансформаций // Экономические науки. – 2022. – № 217. – С. 387-396.

4. Экономические итоги – 2022 [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2022. – 27 декабря. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ehkonomicheskie-itogi-2022> (дата обращения: 19.03.2023).

5. Сафиуллин М. Р., Гафаров М. Р., Ельшин Л. А. Импортзамещение как инструмент обеспечения устойчивого развития экономики в условиях системных преобразований: регионально-отраслевой аспект // Экономические отношения. – 2022. – № 3 (12). – С. 407-432.

6. Зайнуллина М. Р., Иштирякова Л. Х. Прогноз основных макроэкономических показателей на 2022-2024 годы Республики Татарстан // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2022. – № 2. – С. 4-11.

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Корунова Валерия Олеговна, Шакирова Алиса Фиргатовна
Название статьи: Социальные настроения казанцев в 2022 году	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность темы статьи определяется важностью отслеживания социальных настроений для своевременного обнаружения и предотвращения развития острых социально-экономических проблем, особенно в условиях разворачивающегося международного кризиса.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		Зарубежные публикации в списке литературы не представлены, что в данном случае оправдано, так как статья имеет выраженный прикладной характер, и авторы ориентированы на оценку социальных настроений казанцев только в российском контексте.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		См. примечание в п. 2.2.
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		Использование метода опроса для изучения социальных настроений казанцев является закономерным.
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		

5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Исследовательская проблема в статье сформулирована корректно. Авторы анализируют социальные настроения казанцев, основываясь на результатах социологического исследования 2022 года, обосновывают полученные результаты в контексте текущей международной ситуации.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения	-		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. **Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 20.03.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИСТОЧНИК ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

SOCIAL NETWORKS AS A SOURCE OF PUBLIC OPINION RESEARCH

© А.Шакирова, М.Шакиров, 2023 г.

ШАКИРОВА Алиса Фиргатовна

кандидат социологических наук, главный научный сотрудник отдела макро- и мезоисследований

ГБУ «Центр перспективных экономических исследований

Академии наук Республики Татарстан»

Alisa.Shakirova@tatar.ru

ШАКИРОВ Марат Саматович

Аспирант

ГБУ «Центр перспективных экономических исследований

Академии наук Республики Татарстан»

В статье автор рассматривает изменение отношения научного сообщества к социальным сетям, а также раскрывает возможности применения интеллектуального анализа мнений населения в социальных сетях.

Ключевые слова: социальные сети, население, общественное мнение.

In the article, the author considers the change in the attitude towards social networks in the scientific community. It also reveals the possibilities of using intellectual analysis of the opinions of the population in social networks.

Key words: social networks, population, public opinion.

Начало современной теории социальных сетей положили Р. Соломонофф и А. Рапопорт [12]. В 1959-1968 гг. венгерские математики П. Эрдос и А. Реньи издали восемь статей, описывающих принципы формирования социальных сетей [4]. Д. Уоттс и С. Строгач развили теорию социальных сетей и, в числе многих других открытий, ввели понятие "коэффициента кластеризации" («clustering coefficient») – степени близости между неоднородными группами [17].

В свою очередь, социологический подход понимает социальную сеть в ключе социальной структуры, которая состоит из множества так называемых «агентов» взаимодействия и некоторого множества отношений и связей, которые представляются универсальным средством структурирования социального пространства [15]. По форме сетевая коммуникация представляет собой некоторую гибридную совокупность, полученную в результате скрещивания

индивидуальной, групповой и массовой коммуникации [16]. В общем виде социальная сеть формально определяется как «набор социально релевантных связей, узлов, которые связаны одними или несколькими отношениями» [13]. Оксфордский словарь в рамках данного подхода дает следующее определение термину «социальная сеть»: это сеть социальных взаимодействий и личных отношений. М.С. Мельникова и И.П. Яковлев понимают под социальной сетью особый вид связи между позициями индивидов, объектов или событий, отбираемыми в зависимости от целей построения сети [15].

С начала 2000-х годов представителям социальных наук стало невозможно игнорировать перемены в образе жизни современных людей. Некоторые исследователи изучают новые (или заново обнаруживают привычные) формы коммуникации в социальных сетях, например, R.I.M. Dunbar, V. Arnaboldi, M. Conti [2]. Другие в свою очередь (Golder, Scott & Macy, A.L.Gonzales, J.T. Hancock, J.Kim, J. Lee, T. Ryan и др.) исследуют положительные и отрицательные последствия новых возможностей общения и получения информации, при этом нередко утверждается, что социальные сети приводят к негативным последствиям для психического здоровья, вводится даже алармистское понятие «Фейсбукаддикции» [6,7,8,11].

Социальные сети, такие как Twitter и Facebook (запрещенные социальные сети в РФ), предоставляют захватывающие возможности, которые могут «открыть новую эру» исследований в области социальных наук [5]. Эти новые коммуникационные платформы дают возможность исследовать социальные данные по различным темам в массовом масштабе и за короткие периоды времени. Так, ряд исследователей, сменив парадигму отношения к социальным сетям и, рассматривая их не как предмет исследования, а как инструмент, начали использовать социальные сети как платформу для сбора нового типа данных – следов, которые оставляют пользователи в естественных для себя условиях [14].

Учитывая тот факт, что среди российской аудитории социальных сетей и мессенджеров почти каждый третий (29%) тратит на них более трех часов в день (ВЦИОМ), таким образом, социальные сети генерируют огромное количество данных. Это условия, которые стали для многих привычными и удобными, а, значит, поведение в них стало менее контролируемым. Появилось название для таких данных – “digital footprints” – «цифровые отпечатки». Возникли разнообразные автоматизированные формы для их масштабного сбора – например, программы-краулеры (N. Butakov, M. Petrov, A. Radice) [1] (от англ. “crawling” – “ползание”, – они последовательно собирают открытые данные из любых источников в Интернете, в том числе из социальных сетей) или специальные программы-приложения, подключающиеся через программный

интерфейс социальной сети (так называемый API – Application Programming Interface) и работающие внутри ее интерфейса, например, как автоматические опросники развлекательного характера, возвращающие пользователям обратную связь по результатам тестирования (Я.А. Ледовая, Р.В. Тихонов, О.Н. Боголюбова) [14].

Однако, необходимо обратить внимание и на рост интереса научного сообщества к использованию больших данных, поступающих из социальных сетей, для решения исследовательских задач. Использование больших данных в контент-анализе сайтов и социальных сетей позволяет производить мониторинг мнений населения и открывает перед научным сообществом «новую эру». В качестве удобного источника мнений, взаимодействий и поведения пользователей, сети расширяют возможности изучения социальных данных в больших масштабах и за короткие периоды времени.

Однако необходимо отметить, что систематизация большого объема текста является сложной задачей, которая связана не только с отсутствием технических знаний у социологов, но и с другими аспектами. Например, во-первых, необходимо помнить, что на интересующие темы пользователи общаются не только на специализированных сайтах, во-вторых, не всегда удается интерпретировать мнение пользователей, в-третьих, это комментарии пользователей, которые также являются источником

Изучение социальных сетей вызвало интерес у многих исследователей, стремящихся лучше понять социальные отношения и поведение (M.W. Davidson, D.A. Haim, J.M. Radin, S.A. Golder, M. Macy) [3,5]. Хотя некоторые исследователи начали использовать данные из социальных сетей, таких как Twitter (запрещенная социальная сеть в РФ), для документирования меняющихся настроений пользователей и других настроений на совокупном уровне (R.I.M. Dunbar, V. Arnaboldi, M. Conti, A. Passarella, S.A. Golder, M. Macy) [2,6]. Ряд авторов используют мнение пользователей Twitter (запрещенная социальная сеть в РФ) для изучения проблем, связанных с образованием. Так, например, Kwecko, Viviani and Tolêdo, Fernando and Devincenzi, Sam and de Souza Ortiz, José and Botelho, Silvia изучили отношение населения к системе образования на основе базы данных, состоящей из 42 062 публикаций, связанных с городом, 820 постов, которые представляли репрезентативные термины образования в отрицательной полярности, из общего числа 975 постов, классифицированных набором данных [10].

Таким образом, изменение парадигмы в отношении социальных сетей и использование их в качестве источника информации для изучения мнения

населения, позволяет исследователям по-новому посмотреть на задачи и открывает перед ними новые возможности.

Список литературы

1. Iomonoff R., Rapoport A. Connectivity of random nets // *Bulletin of Mathematical Bio-physics*. 1951. Vol. 13. P. 107–117
2. Solomonoff R., Rapoport A. Connectivity of random nets // *Bulletin of Mathematical Bio-physics*. 1951. Vol. 13. P. 107–117
3. Butakov N., Petrov M., Radice A. Multitenant Approach to Crawling of Online Social Networks // *Procedia Computer Science*. 2016. Vol. 101. P. 115–124.
4. Dunbar R.I.M., Arnaboldi V., Conti M., Passarella A. The structure of online social networks mirrors those in the offline world // *Social Networks*. 2015. Vol. 43. P. 39–47.
5. Davidson M.W., Haim D.A., Radin J.M. Using networks to combine ‘big data’ and traditional surveillance to improve influenza predictions // *Sci. Rep.* 2015;5:8154. doi: 10.1038/srep08154.
6. Erdős P., Rényi A. On the evolution of random graphs // *Publications of the Mathematical Institute of the Hungarian Academy of Sciences*. 1960. Т. 5.
7. Golder, Scott & Macy, Michael. Digital Footprints: Opportunities and Challenges for Online Social Research // *Annual Review of Sociology*. 40. 129-152. 10.1146/annurev-soc-071913-043145.
8. Golder, Scott & Macy, Michael. Social Media as a Research Environment // *Cyberpsychology, behavior and social networking*. 16. 627-8. 10.1089/cyber.2013.1525.
9. Gonzales A.L., Hancock J.T. Mirror, Mirror on my facebook wall: effects of exposure to Facebook on self-esteem // *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. 2011. Vol. 14, N 1–2. P. 79–83.
10. Kim J., Lee J.-E.R. The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being // *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. 2011. Vol. 14, N 6. P. 359–364.
11. Kross E. et al. Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults // *PLoS One*. 2013. Vol. 8, N 8. P. e69841.
12. Kwecko, Viviani & Tolêdo, Fernando & Devincenzi, Sam & de Souza Ortiz, José & Botelho, Silvia Analysis of the feelings of the population’s opinion in social media: a look at education. 1-9. 10.1109/FIE44824.2020.9274047.
13. Ryan T., Chester A, Reece J., Xenos S. The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction // *Journal of Behavioral Addictions*. 2014. Vol. 3, N 3. P. 133–148.

14. Solomonoff R., Rapoport A. Connectivity of random nets // *Bulletin of Mathematical Bio-physics*. 1951. Vol. 13. P. 107–117.
15. Wellman, Barry, Ove Frank, Vicente Espinoza, Staffan Lundquist, and Craig Wilson. "Integrating Individual, Relational and Structural Analysis." *Social*. 1991. 345 Pp.
16. Ледовая Я. А. Социальные сети как новая среда для междисциплинарных исследований поведения человека / Я. А. Ледовая, Р. В. Тихонов, О. Н. Боголюбова // *Вестник С.-Петерб. ун-та. Серия 16. Психология и педагогика*. 2016. Т. 16, № 4. С. 23–39.
17. Мельникова М. С. Понятие "социальная сеть" в социологических теориях и интернет-практиках / М. С. Мельникова, И. П. Яковлев // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика*. 2014. № 1. С. 254-257.
18. Сергодеев В. А. Сетевые интернет-сообщества: сущность и социокультурные характеристики / В. А. Сергодеев // 2013. № 1(113). С. 132-137.
19. Чэнь Ди Социальные сетевые медиа и социальные сети в концепциях американских и российских исследователей / Чэнь Ди // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика*. 2012. № 3. С. 223-230.

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Шакирова Алиса Фиргатовна, Шакиров Марат Саматович
Название статьи: Социальные сети как источник изучения общественного мнения	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	Да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	Да		
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	Да		
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	Да		
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	Да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	Да		
3.4	Достоверность выводов	Да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	Да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	Да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Исследовательская проблема и задачи в статье сформулированы корректно. Авторы раскрывают изменения отношения научного сообщества к социальным сетям.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения	-		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. Статья может быть опубликована без научной правки

2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Рецензент: Савеличев Михаил Валерьевич

Ученая степень, звание: кандидат экономических наук

Должность: заведующий отделом качественных исследований

Место работы: ГБУ «Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан»

Дата:

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

VI. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

PROSPECTS AND PROBLEMS OF CONTINUOUS EDUCATION IN RUSSIA

© О.Никонова, 2023 г.

*НИКОНОВА Ольга Игоревна, аспирант,
ГБУ «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан»
nikonova191290@gmail.com*

Популярность непрерывного образования с каждым годом возрастает по всему миру. Потребности к новым знаниям и умениям повышают спрос к обучающим программам. Непрерывное образование России находится на начальном этапе развития и имеет определенные трудности в реализации.

Ключевые слова: непрерывное образование, обучение, повышение квалификации, непрерывное обучение

The popularity of continuous education is growing every year around the world. The need for new knowledge and skills increases the demand for training programs. Continuous education in Russia is at the initial stage of development and has certain difficulties in implementation.

Key words: lifelong education, training, advanced training, lifelong learning

Непрерывное образование - один из главных трендов современного общества. В чем заключается его сущность и какова ценность для человеческого капитала страны разберем в данной статье.

Lifelong Learning представляет собой теорию постоянного стремления человека не только к получению новых знаний, но и к личностному, профессиональному развитию.

Впервые термин lifelong learning был озвучен в 1968 г. на конференции ЮНЕСКО. [6] А в 1972 г. этому явлению был посвящен доклад французского политика Э.Фора «Учиться жить», который считает, что непрерывное образование сглаживает неравенство людей из развитых и менее развитых стран. По мнению Э.Форма, образование начинается еще за долго до экономического развития страны, оно готовит человека к общественной жизни, на протяжении

всех лет. Комитет по вопросам образования ЮНЕСКО в программе «Учиться быть» утвердили, что непрерывное образование - это генеральная концепция образования.

ЮНЕСКО выдвинули несколько положений, которые дают представление о непрерывном образовании:

1. 3 термина: «жизнь», «длящийся в течение жизни» и «образование» - формируют концепцию непрерывного образования.

2. 3 постулата образования: «способности», «возможности» и «мотивация».

3. Образование – это непрерывный процесс, который не заканчивается даже по завершению формального обучения (школа, техникум, институт).

4. Цель непрерывного образования – поддерживать и улучшать качество жизни человека.

5. Непрерывное обучение охватывает всю сферу образования: дошкольное, начальное, среднее, среднее специальное, высшее профессиональное и др.

6. Оно характеризуется разнообразием учебных планов, техник и программ обучения, а также гибкостью учебных графиков.

7. Обучение демократизирует образование в целом.

8. Оно компенсирует работающим специалистам недополученные знания, навыки и умения, помогает им быть конкурентноспособными в быстро меняющихся реалиях.

9. Оно охватывает все население, а также является мотиватором для получения знаний.

10. Непрерывное образование обладает организующими способностями системы образования.

11. Оно включает формальную, информальную и неформальную схему образования. [1]

В 21 в., наибольший интерес к непрерывному образованию был вызван эпидемией мирового масштаба - COVID-19. С 2020 г. весь мир стал жить в страшных условиях вместе с неизвестным коронавирусом заболеванием, изменившим все сферы общественной жизни, трансформацию привычных экономических, политических, культурных и социальных отношений. [5]

На данном этапе, В РФ непрерывное образование воспринимается в качестве дополнительного. Но в новейшей экономике, оно должно быть постоянным, основной движущей силой для карьерного роста и возможностью быть профессиональным сценарием на протяжении всей жизни.

Непрерывное образование является неизменным компонентом взаимодействия науки, экономики и образования. [3]

Непрерывное образование – это не комплекс образовательных программ, а процесс профессионального и личностного становления человека, которое должно обеспечивать соответствие опыта, запросам меняющегося производства. [2]

Выделим задачи современного непрерывного образования в России:

1. Актуализация и (или) обновление знаний по текущей специальности человека.
2. Освоение специальных программ, а также инструментов для решения поставленных задач.
3. Получение смежной или новой специальности.
4. Демонстрация в резюме навыков, полученных за последний год.
5. Изучение иностранного языка.
6. Развитие навыков soft skills.

Стоит отметить, что преимуществ непрерывного образования множество, основные из них:

1. Развитие профессиональных компетенций повышает личную производительность на рабочем месте.
2. Повышение квалификации способствует продвижению по карьерной лестнице или переходу на новую должность и увеличивает сотрудника на рынке труда.
3. Получение или обновление профессиональных сертификатов или лицензии.
4. Обучение в коллективе позволяет человеку расширить круг контактов, для реализации поставленных целей и задач как в рабочей сфере, так и личной.
5. Помощь людям в изучении современных тенденций профессиональной сферы для того, чтобы быть конкурентоспособным.

Проанализировав информацию, автором статьи были определены трудности непрерывного образования в России:

1. Отсутствие свободного времени. Плотный график работы, затраты большого количества времени на дорогу, домашние дела- это все сказывается на принятии решения о откладывании нового образования или вовсе отказа от него.
2. Неумение составить свой индивидуальный план развития для определения дальнейшей стратегии образования и развития. Зачастую с детства нам не предоставляют выбор, поэтому столкнувшись во взрослой жизни с

выбором человек начинает сомневаться и не знает что ему нравится, что было бы для него интересным.

3. Нехватка свободных денежных средств для вложений в свое образование. Так, например, средняя зарплата по Татарстану в 2022 г. составляет 49989,8 руб. (за первое полугодие) [3] Средняя стоимость прохождения онлайн-курсов 42000 рублей. Для среднего менеджмента средняя стоимость программы MBA составляет 642500 рублей.

Подводя итоги статьи, определим какими навыками будут обладать люди будущего:

- умение работать в неопределенных и постоянно меняющихся условиях;
- межотраслевая коммуникация;
- управление командой и проектом;
- психологическая стабильность
- совмещение технических и гуманитарных инструментов.

На сегодняшний день, в век цифровых технологий, чтобы быть конкурентноспособным и востребованным специалистом, человеку приходится испытать эффект Алисы, то есть «бежать со всех ног, чтобы оставаться на месте и если хочется развиваться, то нужно бежать в два раза быстрее». Эта метафора символизирует непрерывное обучение, а именно совершенствование профессиональных компетенций и soft skills.

Список литературы

1. Зайнутдинова, Д. И. Проблемы цифровизации высшего образования с учетом требований современного рынка труда / Д. И. Зайнутдинова, Д. И. Желаева, В. Г. Пелипенко // Экономические науки. – 2022. – № 217. – С. 366-369.
2. Непрерывное образование: методология, технологии, управление: коллективная монография / под ред. Н.А. Лобанова, Л.Г. Титовой, В.В. Юдина. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2018. – 298 с.-с.9
3. Никонова О.И. Особенности правовых аспектов непрерывного образования взрослых //XI Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам. Сборник научных трудов-24-25 ноября 2022 г.-с.779-782
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан <https://tatstat.gks.ru/>

5. Фахрутдинова Е.В. Трансформация категории качество жизни населения в период пандемии COVID-19 // Экономические науки. - 2021. №205. - С.372-375

6. Формирование общества, основанного на знаниях. Новые задачи высшей школы. Доклад Всемирного банка. М.: Весь мир, 2003;

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Никонова Ольга Игоревна
Название статьи: Перспективы и проблемы непрерывного образования в России	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название статьи полностью соответствует ее содержанию.
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность данной проблемы обуславливается повышенным интересом к непрерывному образованию среди населения страны. Потребности к новым знаниям и навыкам приводят к появления новых программ обучения. С какими трудностями сталкивается непрерывное образование и какие варианты развития системы непрерывного образования могут быть рассмотрено в статье.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В статье представлены как российские, так и зарубежные публикации.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества			Статья написана на актуальную тему, с соблюдением внутренней логики изложения. По итогам проведения сравнительного анализа процедур оценки социально-экономических последствий, АРВ, научной

		экономической экспертизы в Казахстане и ОРВ, ОФВ, экспертизы в Татарстане выявлены их особенности, сделаны соответствующие выводы и разработаны отдельные рекомендации для Казахстана.
6.2	Отрицательные качества	-
6.3	Замечания и предложения	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Формат изложения материала последователен, автор аргументировано отвечает на все поставленные вопросы.

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. Статья может быть опубликована без научной правки

2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 24.03.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

**РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ НАУЧНО-
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ОБЪЕКТ
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО АНАЛИЗА И УПРАВЛЕНИЯ**

**REPUTATIONAL CAPITAL OF SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL
ORGANIZATIONS AS AN OBJECT OF INSTITUTIONAL ANALYSIS
AND MANAGEMENT**

© А.Камалова, 2023 г.

*КАМАЛОВА Алина Айдаровна, ассистент
Казанский (Приволжский) федеральный университет
Казань, Россия
aalina.kamalova@gmail.com*

В статье отмечается важность репутационного капитала научно-образовательных организаций как объекта институционального анализа и управления. Акцентировано внимание, что в современных условиях главная цель и предмет институционального анализа в управлении репутационным капиталом научно-образовательных организаций – определение резервов для его повышения с учетом интересов различных групп стейкхолдеров, потенциала и результатов деятельности провайдеров высшего образования, а также уровней его функционирования – локального, регионального и национального. Учитывая разнообразие факторов влияния, которые испытывает высшее образование в своей трансформации, его репутационный капитал важно исследовать в постоянной взаимосвязи с институциональными составляющими образовательной системы.

Ключевые слова: анализ, высшее образование, институты, институции, оценка, репутация, репутационный капитал, управление.

The article notes the importance of reputation capital of scientific and educational organizations as an object of institutional analysis and management. Attention was focused that in modern conditions the main goal and subject of institutional analysis in the management of reputation capital of scientific and educational organizations is to determine reserves for its increase, taking into account the interests of various groups of stakeholders, the potential and results of the activities of higher education providers, as well as the levels of its functioning-local, regional and national. Given the variety of factors of influence that higher education in its transformation, its reputation capital is important to investigate in a constant relationship with the institutional components of the educational system.

Key words: analysis, higher education, institutions, institutions, assessment, reputation, reputation capital, management.

В современных условиях механизм формирования конкурентной стратегии научно-образовательных организаций основан на формировании репутационного капитала, под которым следует понимать ресурс организации,

который формируется в зонах контакта организации и общества на основе реализации стратегии их взаимодействия в условиях цифровизации современного мира. Особенности деятельности научно-образовательных организаций связаны с комплексом факторов, определяющих их репутационную составляющую.

Во-первых, речь идет о современном понимании и исследовании процессов развития системы высшего образования как сферы формирования различных форм капитала.

Во-вторых, в условиях рынка высшее образование выступает особым сектором национальной экономики. Основным результатом деятельности институциональных единиц этого сектора являются новые знания и навыки, приносящие не только реальную или потенциальную выгоду на рынке труда, но и формируют потенциал экономического роста в других секторах.

В-третьих, в анализе формирования репутационного капитала важно осознание сложности целей и взаимосвязей, определяющих функционирование и развитие высшего образования, обеспечение его репутационной составляющей на разных иерархических уровнях.

Определяющая роль высшего образования в реализации экономических и социокультурных, политических целей общественного развития, высокий уровень взаимосвязи и зависимости от влияния неформальных (ценностей, норм поведения, традиций) и формальных (норм права, государственного заказа и т.п.) институтов государства и общества дают основания применение институциональной теории как методологической базы анализа репутационного капитала в высшем образовании.

Учитывая институциональные границы принятия решений, развитие научно-образовательных организаций и формирование их репутационного капитала зависят от влияния следующих основных групп факторов:

- социально-культурные и демографические факторы, связанные с институтами семьи, культуры и религии, иерархией ценностей, в частности значением высшего образования в семье и обществе;
- политические факторы, влияние которых связано с влиянием общественных институтов;
- экономические факторы, не только обуславливающие формирование рынка образовательных услуг, но и миграцию интеллектуальных ресурсов в результате асимметрии экономического развития стран и регионов;

– технологические факторы, определяющие новые возможности, связанные, прежде всего, с цифровизацией и развитием новых форм коммуникаций.

Методологическую основу институционального анализа высшего образования и репутации формируют положения теории институционализма, развитие которой связывают с идеями У. Гамильтона¹ и Т. Веблена². В основе идей институционализма – изучение эволюции институтов и их влияния на экономические и другие общественные процессы. На этапах раннего институционализма главное внимание было сосредоточено на взаимосвязи частных и общественных интересов. Сегодня институционализм приобрел значительную проработку, которая учитывает положения новой институционально-эволюционной теории, неоинституционализма и социального направления институционализма.

Популярность идей институционализма обусловила формирование положений теории институциональной экономики, ее альтернативность афиширована признанием детерминантной роли институтов и институций, влияние которых определяет характер экономических отношений³. Основатель теории нового институционализма Д. Норт⁴ считает, что становление институциональной экономики происходит под влиянием взаимодействия между институтами и организациями, когда институты определяют правила игры, а организации являются игроками.

Многие исследователи утверждают, что институционализм выступает основным регулятором системы социально-экономических отношений. Сердцевиной таких отношений является интерес, поэтому их сбалансирование – это главная задача соответствующих регуляторов⁵. В этом контексте вполне обосновано применение в анализе репутационного капитала институционального подхода, предусматривающего учет приоритетов и интересов различных групп стейкхолдеров и функций научно-образовательных организаций. Институциональный подход предусматривает понимание основных институтов и институциональной среды как технологической основы управления, определяющей ограничения и возможности для принятия

¹ Rutherford M. On the Economic Frontier: Walton Hamilton, Institutional Economics, and Education // History of Political Economy. 2003. Vol. 35 (4). P. 611-653.

² Frank, J. Weed Interpreting 'Institutions' in Veblen's Evolutionary Theory // The American Journal of Economics and Sociology. 2010. Vol. 40. N. 1. P. 67-78.

³ Дегтярев А.Н. Новый институционализм. Введение. Уфа: УГИС, 2003. 84 с.

⁴ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Фонд экономической книги, 1997. 190 с.

⁵ Шапкин В.В., Василенко Н.В. Институционализм как методология исследования образования: монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2005. 93 с.

управленческих решений, а сам процесс управления как процесс формирования и трансформации институциональной среды.

Интерес к феномену институциональной образовательной среды обусловлен ростом его значения как фактора управления развитием учебного заведения, когда такую среду рассматривают как совокупность содержательных процессов управленческой и профессионально-образовательной деятельности субъектов. Институциональная среда системы высшего образования формируется в зависимости от уровня и анализа. Если речь идет об уровне провайдера высшего образования, то в фокус внимания попадают, прежде всего, его связи и зависимости с институтами в совместном и смежном сегментах деятельности. Если объектом анализа является система высшего образования региона или страны, то институциональная среда расширяется за счет сравнения условий и особенностей национального и регионального развития.

Практическое значение институционального подхода к анализу репутационного капитала заключается в расширении возможностей традиционных видов анализа сложных объектов, в частности, системно-структурного, стратегического анализа, учитывающего интересы разных групп заинтересованных сторон, а также признание конкурентоспособности продуктов высшего образования и ее провайдеров.

Следовательно, методология институционального анализа репутационного капитала научно-образовательных организаций базируется на концептуальном определении целей и основных составляющих объекта анализа, а также критериев оценки, определяемых индивидуальными, организационными и общественными ценностями, а следовательно – целями развития. Главная цель и предмет институционального анализа репутационного капитала научно-образовательных организаций – определение резервов для его повышения с учетом интересов различных групп стейкхолдеров, потенциала и результатов деятельности провайдеров образования, а также уровней функционирования систем высшего образования – локального, регионального и национального.

Таким образом, методология институционального анализа репутационного капитала научно-образовательных организаций является комплексом положений, основанных на теориях капитала, институциональной экономики, теории стейкхолдеров. Наличие развитой методологии позволяет в дальнейшем обосновать методические подходы к оценке репутационного капитала. Однако, одновременно важное значение для усовершенствования теоретических подходов к анализу репутационного капитала научно-образовательных организаций имеют результаты исследования актуальных тенденций ее развития вследствие факторов глобального характера влияния.

Список литературы

1. Frank, J. Weed Interpreting 'Institutions' in Veblen's Evolutionary Theory // The American Journal of Economics and Sociology. 2010. Vol. 40. N. 1. P. 67-78.
2. Rutherford M. On the Economic Frontier: Walton Hamilton, Institutional Economics, and Education // History of Political Economy. 2003. Vol. 35 (4). P. 611-653.
3. Горин, С.В. Деловая репутация организации / С.В. Горин. – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2006. – 256 с.
4. Груничев, А.С. Репутационная экономика и ее роль в региональном развитии на примере регионов Приволжского Федерального округа: монография / А.С. Груничев, М.Р. Сафиуллин. – Казань: Издательство Казанского университета, 2018. – 270 с.
5. Дегтярев А.Н. Новый институционализм. Введение. Уфа: УГИС, 2003. 84 с.
6. Лобачева, Е.Н. Экономическая теория / Е.Н. Лобачева. – М.: Юрайт, 2020. – 501 с.
7. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Фонд экономической книги, 1997. 190 с.
8. Савельев М.Ю. Мультикультурный институционализм: общая экономическая теория цивилизаций, политическая экономия традиционализма, проект сетевого общества. - Ижевск: Митра, 2015. 486 с.
9. Шапкин В.В., Василенко Н.В. Институционализм как методология исследования образования: монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2005. 93 с.

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Камалова Алина Айдаровна
Название статьи: РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ОБЪЕКТ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО АНАЛИЗА И УПРАВЛЕНИЯ	

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность данной проблемы обуславливается растущей конкуренцией между вузами на рынке научно-образовательных услуг. Учитывая разнообразие факторов влияния, которые испытывает высшее образование в своей трансформации, его репутационный капитал важно исследовать в постоянной взаимосвязи с институциональными составляющими образовательной системы.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В статье представлены как российские, так и зарубежные публикации.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		См. примечание в п. 2.2.
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		

6	Оценка статьи	
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Логика изложения материала позволяет автору последовательно отвечать на поставленные вопросы с достаточно подробной и однозначной аргументацией всех приводимых тезисов и выводов.
6.2	Отрицательные качества	-
6.3	Замечания и предложения	-

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. **Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 20.03.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

АНАЛИТИКА РЫНКА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ANALYTICS OF THE HIGHER EDUCATION MARKET AS THE BASIS FOR THE FORMATION OF THE REPUTATIONAL CAPITAL OF A SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL ORGANIZATION

© А.Камалова, 2023 г.

КАМАЛОВА Алина Айдаровна, ассистент
Казанский (Приволжский) федеральный университет
Казань, Россия
aalina.kamalova@gmail.com

В статье анализируются статистические данные, характеризующие развитие рынка высшего образования в России. По данным анализа статистической информации установлено, что происходит снижение количества вузов за 2014-2021 гг., и большее количество находится в Центральном федеральном округе. Выделена специфика развития российских вузов и их репутации. По данным анализа корреляционных связей установлено, что академическая репутация сильно связана с репутацией работодателя, что позволяет определить из созаисимости и взаимное влияние, заметные связи и высокие прямые связи проявляются в публикационной активности и слабые связи с цитированием.

Ключевые слова: анализ, академическая репутация, высшее образование, корреляционный анализ, оценка, репутационный капитал.

The article analyzes statistical data characterizing the development of the higher education market in Russia. According to the analysis of statistical information, it was found that there is a decrease in the number of universities for 2014-2021, and more are located in the Central Federal District. The specifics of the development of Russian universities and their reputation are highlighted. According to the analysis of correlations, it was found that academic reputation is strongly associated with the reputation of the employer, which makes it possible to determine from codependence and mutual influence, noticeable connections and high direct connections are manifested in publication activity and weak connections with citation.

Key words: analysis, academic reputation, higher education, correlation analysis, evaluation, reputation capital.

В современных условиях механизм формирования конкурентной стратегии научно-образовательных организаций основан на формировании репутационного капитала, под которым следует понимать ресурс организации, который формируется в зонах контакта организации и общества на основе

реализации стратегии их взаимодействия в условиях цифровизации современного мира. Особенности деятельности научно-образовательных организаций связаны с комплексом факторов, определяющих их репутационную составляющую.

На современном этапе развития формирование репутационного капитала научно-образовательных организаций невозможно без применения аналитических инструментов. Взаимосвязанная система управления и аналитики является признаком эффективного менеджмента и основой для принятия взвешенных управленческих решений по дальнейшей деятельности и развития в условиях динамичности внешней среды и многоуровневости системы образования.

Систему образования в общем виде можно представить в виде составляющих, которые находятся в постоянном взаимодействии:

- образовательные программы и государственные стандарты образования различных уровней и направлений;
- образовательные организации;
- организации управления образованием и подведомственные им учреждения.

Роли элементов системы образования различны, ключевую выполняют образовательные учреждения, поскольку именно данные элементы системы находятся в непосредственном взаимодействии с заказчиками и потребителями образовательных услуг, которые могут оценить репутационную составляющую, являющаяся одним из аспектов конкурентоспособности вузов на рынке образования.

Анализируя общую динамику изменения количества вузов, можно отметить тенденцию к их снижению за 2014-2021 гг. (на конец 2014 г. функционировало 950 вузов, а на конец 2021 г. – 717 вузов)⁶. При этом, если анализировать динамику по федеральным округам, то можно сделать вывод, что сокращение происходит по всем регионам России, однако, в большей степени снижение зафиксировано в Центральном федеральном округе (сокращено 18 вузов или 6,43% по округу за 2017-2021 гг.), Сибирском федеральном округе (сокращено 12 вузов или 14,46% по округу за 2017-2021 гг.). Снижение в первую очередь связано с ликвидацией неэффективных университетов или слиянием с

⁶ Высшее образование / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/action/stat/highed/>

более сильными конкурентами, однако, за 2016-2021 гг. темпы снижения количества вузов сокращаются⁷.

Произошло снижение, как и в частных вузах, так и в государственных, но все же сокращение происходит в основном за счет ликвидации или объединения частных вузов. За весь исследуемый период (с 2014 по 2021 г.) количество частных вузов сократилось почти в 2 раза (-46,27% или 186 ед.), а количество государственных вузов уменьшилось на 47 ед. или 8,58%. Реформы, проводимые Министерством науки и высшего образования Российской Федерации, являются основным фактором сокращения количества университетов. По мнению исследователей, эти реформы касаются не только выявления эффективных и неэффективных вузов, но и связаны с негативными демографическими процессами, миграцией молодежи, острой необходимостью повышения качества высшего образования.

По мнению экспертов⁸, прием в вузы фактически снижается, и вышеперечисленные факторы имеют место быть. Одним из факторов может быть и увеличение доли выпускников школ, которые начинают работать сразу после выпуска. Для сравнения можно привести статистические данные: в 2018 г. доля таких школьников составила около 5%, в 2010 г. этот показатель составлял 0%).

По данным анализа нормативных актов, установлено, что система высшего образования включает в себя три уровня: бакалавриат, специалитет, магистратуру (в зарубежных вузах обучение предполагает преимущественно бакалавриат и магистратуру). Наблюдается увеличение разрыва между количеством принятых студентов и количеством выпущенных студентов, а также в целом, увеличение приема за 2017-2021 гг. На фоне данных тенденций высокая репутация вуза представляет собой ключевой ресурс управления и является конкурентным преимуществом: тенденции роста количества вузов, количества приема абитуриентов, выявленные в результате анализа за 2020-2021 гг., обуславливают значимость формирования положительной репутации. В связи с этим положением проанализированы связи показателей развития образования с репутационной составляющих вузов в России. Репутационная составляющая, при этом, анализируется в двух контекстах: с точки зрения формирования академической репутации и репутации среди работодателей, что обусловлено:

⁷ Высшее образование / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/action/stat/highed/>

⁸ Индикаторы образования 2020 // Высшая школа экономики. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/352549981.pdf>

– ориентацией на соответствие ожиданиям и потребностям личности и общества, при этом качество образования и репутация университета определяются показателями, характеризующими результативность и состояния процесса образования, что будет отражать связь с академической репутацией;

– сформированностью соответствующего уровня знаний, умений, навыков наибольший интерес представляют в контексте репутации работодателей.

По данным анализа корреляционной матрицы связи академической репутации и репутации работодателя с индикаторами образования можно сделать следующие выводы:

– наблюдаются сильные и прямые связи между репутацией работодателя и академической репутацией (коэффициент корреляции 0,9524);

– характер и направленность связей академической репутации и репутации работодателей с различными показателями различны;

– практически отсутствует связь между репутацией работодателей и количеством иностранных студентов, а также между академической репутацией и цитированием статей в Scopus;

– в целом, наблюдаются слабые связи репутационной составляющей с цитированием, однако, заметные связи и высокие прямые связи проявляются в публикационной активности.

Таким образом, можно выделить следующую специфику развития российских вузов и их репутации: академическая репутация сильно связана с репутацией работодателя (что схоже с вузами в развитых стран), что позволяет определить их созависимость и взаимное влияние, заметные связи и высокие прямые связи проявляются в публикационной активности и слабые связи с цитированием (что отличает от вузов из зарубежных стран).

Список литературы

1. QS World University Rankings 2022 // QS World University Rankings. URL: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2022>

2. Виниченко, В.А. Трансформация репутационного капитала университетов в современных условиях / В.А. Виниченко // Интеграция Сибири в глобальное социально-экономическое пространство: материалы Международного экономического симпозиума (Томск, 17–19 октября 2019 года). – Томск: ТГУ, 2020. – С. 137-147.

3. Высшее образование / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/action/stat/highed/>
4. Индикаторы образования 2020 // Высшая школа экономики. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/352549981.pdf>
5. Резник, С.Д. Репутационный менеджмент в системе управления высшим образованием в России: монография / С.Д. Резник, Т.А. Юдина. – Пенза: Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, 2019. – 164 с.

Рецензия на статью
 для опубликования в научном журнале
 «Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Камалова Алина Айдаровна
Название статьи:	АНАЛИТИКА РЫНКА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность данной проблемы обуславливается тем, что на современном этапе развития формирование репутационного капитала научно-образовательных организаций невозможно без применения аналитических инструментов. Взаимосвязанная система управления и аналитики является признаком эффективного менеджмента и основой для принятия взвешенных управленческих решений.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В статье представлены как российские, так и зарубежные публикации.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		См. примечание в п. 2.2.
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		

5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Логика изложения материала позволяет автору последовательно отвечать на поставленные вопросы с достаточно подробной и однозначной аргументацией всех приводимых тезисов и выводов.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения	-		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. **Статья может быть опубликована без научной правки**
2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 20.03.2023

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

АННОТАЦИИ / ABSTRACTS

ЗАЙНУЛЛИНА М.,
ИШТИРЯКОВА Л.

ИТОГИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ 2022 ГОДА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Статья посвящена анализу основных макроэкономических показателей Республики Татарстан. Представлены причины отклонений некоторых показателей. Приведены рекомендации по развитию экономической сферы на 2023 год.

Ключевые слова: Индекс промышленного производства. Доля прибыльных и убыточных крупных и средних предприятий и организаций. Индекс потребительских цен. Среднемесячная номинальная и реальная начисленная заработная плата.

ZAYNULLINA M.,
ISHTIRYAKOVA L.

THE RESULTS OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN 2022 IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

This article analyzes the main macroeconomic indicators of the Republic of Tatarstan. Presented reasons for deviations of some parameters. The recommendations on the development of the economic sphere for 2022 are given.

Keywords: Index of industrial production. The share of profit and loss of large and medium-sized businesses and organizations. Consumer Price Index. Average monthly nominal and real wages.

КАМАЛЕЕВ Р.

РЫНОК ТРУДА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В УСЛОВИЯХ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ

В статье исследуется рынок труда Республики Татарстан в условиях западных санкций. Проанализированы такие показатели как уровень

безработицы, среднегодовая численность занятых, среднегодовая численность занятых в разрезе видов экономической деятельности в Республике Татарстан за 2022 год в сравнении с показателями 2021 года. Итоги проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что рынок труда Татарстана в целом справляется в текущих условиях и остается относительно стабильным.

Ключевые слова: рынок труда, занятость, безработица, санкции, Республика Татарстан.

KAMALEEV R.

REPUBLIC OF TATARSTAN LABOR MARKET IN THE CONDITIONS OF WESTERN SANCTIONS

The paper analyzes the Republic of Tatarstan labor market in the conditions of sanctions. Such indicators as the unemployment rate, the average annual number of employed, the average annual number of employed in the context of economic activities in the Republic of Tatarstan for 2022 in comparison with the indicators of 2021 are analyzed. The results of the article allow us to conclude that the labor market of Tatarstan is coping with the current conditions and remains stable.

Keywords: labor market, employment, unemployment, sanctions, Republic of Tatarstan.

ШАГАБУТИНОВА Л.

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ

Современная экономика в России, как и во всех странах, показывает, что сегодня ипотека является значимым рыночным инструментом, с помощью которого можно решить множество экономических и социальных проблем. Роль ипотеки в обеспечении экономического роста страны весьма велика.

Во-первых, еще ни в одной стране мира проблема жилья не была решена без использования ипотеки. Во-вторых, развитие ипотеки положительно влияет на реальный сектор экономики, благодаря которой приостанавливается спад производства в некоторых отраслях промышленности, отсюда возникает необходимость модернизации производства, что приводит к конкурентоспособности и повышению качества продукции. Все это повышает

экономические возможности страны и помогает ее выходу из экономического кризиса.

В статье были раскрыты понятие и виды ипотечного кредитования, процентные ставки, актуальные на сегодняшний день, перечислен перечень документов, необходимых для получения каждого из видов льготных ипотек, а так же раскрыт круг лиц, имеющих право воспользоваться данными видами ипотечного кредитования.

Ключевые слова: ипотечное кредитование, залог, льготные кредитные продукты, ключевая ставка, процентная ставка.

SHAGABUTINOVA L.

MORTGAGE LENDING IN RUSSIA

The modern economy in Russia, as in all countries, shows that today mortgage is a significant market tool that can help solve many economic and social problems. The role of mortgages in ensuring the economic growth of the country is very large. First, in no other country in the world has the problem of housing been solved without the use of mortgages. Secondly, the development of mortgages has a positive effect on the real sector of the economy, due to which the decline in production in some industries is suspended, hence the need to modernize production, which leads to competitiveness and improved product quality. All this increases the country's economic opportunities and helps it out of the economic crisis.

The article disclosed the concept and types of mortgage lending, interest rates that are relevant today, lists the list of documents required to obtain each type of preferential mortgage, and also discloses the circle of persons entitled to use these types of mortgage lending.

Key words: mortgage lending, collateral, preferential loan products, key rate, interest rate.

ЯКУПОВ Б.

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ

В статье проведена оценка влияния инвестиций на деятельность компаний, определены преимущества и недостатки инвестиционного

менеджмента и обсуждены основные понятия, связанные с управлением активами и инвестиционным портфелем.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, активы, инвестиционный менеджмент.

YAKUPOV B.

THE IMPACT OF INVESTMENT ON THE PERFORMANCE OF COMPANIES

The article assesses the impact of investments on the activities of companies, identifies the advantages and disadvantages of investment management and discusses the basic concepts associated with asset management and investment portfolio.

Keywords: investments, investment activity, assets, investment management.

БУЛАТОВА М.

ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КРАУДСОРСИНГОМ

В статье показано значение научно обоснованной системы принципов для осуществления рационального, эффективного управления краудсорсингом. Обосновано содержание принципов сбалансированности, синергизма управления краудсорсингом, комплексной институциональной верификации краудсорсинга, минимизации нерациональных транзакционных издержек в процессе краудсорсинга. Показана взаимосвязь выделенных принципов эффективного управления краудсорсингом.

Ключевые слова: краудсорсинг, краудинвестинг, управление, принципы, институты, транзакционные издержки.

BULATOVA M.

PRINCIPLES OF EFFECTIVE CROWDSOURCING MANAGEMENT

The article shows the importance of a scientifically based system of principles for the implementation of rational, effective crowdsourcing management. The content of the principles of balance, synergy of crowdsourcing management, complex institutional verification of crowdsourcing, minimization of irrational transaction costs

in the process of crowdsourcing is substantiated. The interrelation of the highlighted principles of effective crowdsourcing management is shown.

Keywords: crowdsourcing, crowdinvesting, management, principles, institutions, transaction costs.

РАДИОНОВСКИЙ Д.

ОБЗОР ПРИМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМА КОНСЕНСУСА PROOF OF AUTHORITY

Госсектор является сложным и инертным механизмом, оставаясь при этом централизованной системой. От развитости этой системы зависит эффективность госуправления как такового, равномерное покрытие государственными услугами потребностей населения и предпринимателей. В этой статье будет представлен обзор PoA, включая его преимущества и недостатки, его текущие варианты использования и возможные будущие приложения.

Ключевые слова: блокчейн, proof of authority, валидатор.

RADIONOVSKIJ D.

AN OVERVIEW OF THE APPLICATION OF THE PROOF OF AUTHORITY CONSENSUS MECHANISM

The public sector is a complex and inert mechanism, while remaining a centralized system. The effectiveness of public administration as such, the uniform coverage of the needs of the population and entrepreneurs by public services depends on the development of this system. This article will provide an overview of PoA, including its advantages and disadvantages, its current use cases, and possible future applications.

Keywords: blockchain, proof of authority, validator.

САФИУЛЛИН М.,
ПАВЛОВА Х.

АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

В настоящей статье предпринята попытка на примере одного из регионов нашей страны проанализировать показатели научно-технологического развития, выбранных на основе профильного рейтинга.

Объектом исследования является Нижегородская область как один из наиболее развитых в научном, образовательном и инновационном развитии регионов, а также предлагается сравнить показатели с двумя другими областями: Свердловской как ведущей индустриальной территории и Томской как продвинутой научно-образовательный центр для того, чтобы понять какие преимущества и возможности в плане репутационного развития у нестоличных регионов.

Ключевые слова: репутация, репутационный капитал, репутация территории, репутационная активность, рейтинги регионов, социально-экономическое развитие.

SAFIULLIN M.,
PAVLOVA H.

KEY INDICATORS' ANALYSIS OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF THE REGION (ON THE EXAMPLE OF THE NIZHNY NOVGOROD REGION)

In this article, an attempt is made to analyze the indicators of scientific and technological development selected on the basis of a profile rating on the example of one of the regions of our country.

The object of the study is the Nizhny Novgorod region as one of the most developed regions in scientific, educational and innovative development, and it is also proposed to compare the indicators with two other regions: Sverdlovsk as a leading industrial territory and Tomsk as an advanced scientific and educational center in order to understand what advantages and opportunities in terms of reputational development non-metropolitan regions have.

Keywords: reputation, reputation capital, reputation of the territory, reputation activity, ratings of regions, socio-economic development.

КАШАПОВ М.

ИНСТРУМЕНТЫ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ, СОЗДАЮЩИЕ ЦЕННОСТЬ

В данной статье автор рассматривает инструменты, за счет которых происходит переход от экономики услуги к экономике впечатлений. Большой упор делается на анализ и подходы кастомизацию - это особая стратегия управления предприятием, в основе которой базируются мнения и желания потребителей при разработке, маркетинге и эксплуатации продукта.

Ключевые слова: экономика, экономика впечатлений, экономика опыта, кастомизация, персонализация.

KASHAPOV M.

TOOLS OF EXPERIENCE ECONOMY THAT CREATE VALUE

The article considers the tools through which the transition from the economy of services to the experience economy takes place. Much emphasis is placed on analysis and customization approaches - this is a special enterprise management strategy, which is based on the opinions and desires of consumers in the development, marketing and operation of the product.

Keywords: economy, economy of impressions, experience economy, economy, customization, personalization.

*УСТИНОВ Д.,
УСТИНОВ А.*

ТЕХНОЛОГИИ ДИЗАЙН - МЫШЛЕНИЯ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

В статье приведены некоторые основные положения формирования концепции дизайн-мышления. Представлен материал о практике формирования и применения технологий в данной сфере.

Ключевые слова: дизайн-мышление, технологии, менеджмент.

*USTINOV D.,
USTINOV A.*

TECHNOLOGIES DESIGN - THINKING IN MANAGEMENT

The article presents some basic provisions for the formation of the concept of design thinking. The material on the practice of formation and application of technologies in this area is presented.

Keywords: design thinking, technology, management.

*ПАНТЕЛЕЕВА М.,
АБДУЛЛАЕВА А.*

БРЕНД КАК ИНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЙ ОТСТРОЙКИ КОМПАНИИ

Бренд сегодня – рабочий инструмент маркетологов по выстраиванию индивидуальности производителя. Но почему одним брендам с помощью разных инструментов маркетинга получается привлекать и удерживать потребителей, а другим нет? Рассмотрим причины в данной статье.

Ключевые слова: бренд, сила бренда, конкурентные преимущества.

*PANTELEEVA M.,
ABDULLAEVA A.*

BRAND AS A TOOL FOR THE COMPETITIVE BUILDING OF A COMPANY

The brand today is a working tool for marketers to build the individuality of the company. But why are some brands using different marketing tools able to attract and retain consumers, while others do not? Consider the reasons in this article.

Keywords: brand, brand strength, competitive advantages.

*КОРУНОВА В.,
ШАКИРОВА А.*

СОЦИАЛЬНЫЕ НАСТРОЕНИЯ КАЗАНЦЕВ В 2022 ГОДУ

Статья содержит последнюю актуализацию данных мониторинга социальных настроений в Казани. Приведены результаты социологического опроса, реализованного авторами среди местного населения в 2022 году (n = 624), и построенный на их основе индекс социальных настроений (ИСН).

Определены наиболее волнующие казанцев проблемы и тенденции дальнейшего развития социальных настроений в городе.

Ключевые слова: социальные настроения, индекс социальных настроений, ИСН, Казань.

*KORUNOVA V.,
SHAKIROVA A.*

SOCIAL MOODS OF KAZAN RESIDENTS IN 2022

The article contains the latest update of social moods monitoring data in Kazan. The results of a sociological survey carried out by the authors among the local population in 2022 (n = 624), and the index of social moods (ISM) based on them are presented. The most exciting problems of Kazan residents and the trends of further development of social attitudes in the city are determined.

Key words: social moods, index of social moods, ISM, Kazan.

*ШАКИРОВА А.,
ШАКИРОВ М.*

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИСТОЧНИК ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

В статье автор рассматривает изменение отношения научного сообщества к социальным сетям, а также раскрывает возможности применения интеллектуального анализа мнений населения в социальных сетях.

Ключевые слова: социальные сети, население, общественное мнение.

*SHAKIROVA A.,
SHAKIROV M.*

SOCIAL NETWORKS AS A SOURCE OF PUBLIC OPINION RESEARCH

In the article, the author considers the change in the attitude towards social networks in the scientific community. It also reveals the possibilities of using intellectual analysis of the opinions of the population in social networks.

Key words: social networks, population, public opinion.

НИКОНОВА О.

ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Популярность непрерывного образования с каждым годом возрастает по всему миру. Потребности к новым знаниям и умениям повышают спрос к обучающим программам. Непрерывное образование России находится на начальном этапе развития и имеет определенные трудности в реализации.

Ключевые слова: непрерывное образование, обучение, повышение квалификации, непрерывное обучение

NIKONOVA O.

PROSPECTS AND PROBLEMS OF CONTINUOUS EDUCATION IN RUSSIA

The popularity of continuous education is growing every year around the world. The need for new knowledge and skills increases the demand for training programs. Continuous education in Russia is at the initial stage of development and has certain difficulties in implementation.

Key words: lifelong education, training, advanced training, lifelong learning

КАМАЛОВА А.

РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ОБЪЕКТ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО АНАЛИЗА И УПРАВЛЕНИЯ

В статье отмечается важность репутационного капитала научно-образовательных организаций как объекта институционального анализа и управления. Акцентировано внимание, что в современных условиях главная цель и предмет институционального анализа в управлении репутационным капиталом научно-образовательных организаций – определение резервов для его повышения с учетом интересов различных групп стейкхолдеров, потенциала и результатов

деятельности провайдеров высшего образования, а также уровней его функционирования – локального, регионального и национального. Учитывая разнообразие факторов влияния, которые испытывает высшее образование в своей трансформации, его репутационный капитал важно исследовать в постоянной взаимосвязи с институциональными составляющими образовательной системы.

Ключевые слова: анализ, высшее образование, институты, институции, оценка, репутация, репутационный капитал, управление.

KAMALOVA A.

REPUTATIONAL CAPITAL OF SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL ORGANIZATIONS AS AN OBJECT OF INSTITUTIONAL ANALYSIS AND MANAGEMENT

The article notes the importance of reputation capital of scientific and educational organizations as an object of institutional analysis and management. Attention was focused that in modern conditions the main goal and subject of institutional analysis in the management of reputation capital of scientific and educational organizations is to determine reserves for its increase, taking into account the interests of various groups of stakeholders, the potential and results of the activities of higher education providers, as well as the levels of its functioning-local, regional and national. Given the variety of factors of influence that higher education in its transformation, its reputation capital is important to investigate in a constant relationship with the institutional components of the educational system.

Key words: analysis, higher education, institutions, institutions, assessment, reputation, reputation capital, management.

KAMALOVA A.

*АНАЛИТИКА РЫНКА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОСНОВА
ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА НАУЧНО-
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ*

В статье анализируются статистические данные, характеризующие развитие рынка высшего образования в России. По данным анализа статистической информации установлено, что происходит снижение

количества вузов за 2014-2021 гг., и большее количество находится в Центральном федеральном округе. Выделена специфика развития российских вузов и их репутации. По данным анализа корреляционных связей установлено, что академическая репутация сильно связана с репутацией работодателя, что позволяет определить их взаимозависимость и взаимное влияние, заметные связи и высокие прямые связи проявляются в публикационной активности и слабые связи с цитированием.

Ключевые слова: анализ, академическая репутация, высшее образование, корреляционный анализ, оценка, репутационный капитал.

KAMALOVA A.

ANALYTICS OF THE HIGHER EDUCATION MARKET AS THE BASIS FOR THE FORMATION OF THE REPUTATIONAL CAPITAL OF A SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL ORGANIZATION

The article analyzes statistical data characterizing the development of the higher education market in Russia. According to the analysis of statistical information, it was found that there is a decrease in the number of universities for 2014-2021, and more are located in the Central Federal District. The specifics of the development of Russian universities and their reputation are highlighted. According to the analysis of correlations, it was found that academic reputation is strongly associated with the reputation of the employer, which makes it possible to determine from codependence and mutual influence, noticeable connections and high direct connections are manifested in publication activity and weak connections with citation.

Key words: analysis, academic reputation, higher education, correlation analysis, evaluation, reputation capital.
