

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО
ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

№ 2 / 2021

Самара
2021

УДК 338.2+330/336+316

ББК 72

В 38-7

ВЕСТНИК

Самарского муниципального института управления

№ 2 / 2021

Теоретический и научно-методический журнал

Основан в 2002 г.

Выходит 4 раза в год

Учредитель журнала:

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка»

Главный редактор (председатель Редакционного совета журнала)

В. Г. Чумак, д-р социол. наук, профессор, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации (Самара, Россия)

Зам. главного редактора (зам. председателя Редакционного совета журнала)

В. М. Рамзаев, д-р экон. наук, доцент (Самара, Россия)

Члены Редакционного совета журнала:

Ю. П. Анисимов, д-р экон. наук, профессор
(Воронеж, Россия);

С. М. Ахметов, д-р техн. наук, профессор
(Атырау, Республика Казахстан);

Н. А. Боброва, д-р юрид. наук, профессор,
(Тольятти, Россия);

А. Л. Гапоненко, д-р экон. наук, профессор
(Москва, Россия);

Б. Н. Герасимов, д-р экон. наук, профессор
(Самара, Россия);

В. И. Дровяников, д-р экон. наук, доцент
(Самара, Россия);

С. А. Дятлов, д-р экон. наук, профессор,
(Санкт-Петербург, Россия);

Е. В. Иода, д-р экон. наук, профессор
(Липецк, Россия);

Г. А. Лукс, д-р социол. наук, доцент
(Самара, Россия);

Е. Г. Попкова, д-р экон. наук, профессор
(Волгоград, Россия);

А. Г. Шеломенцев, д-р экон. наук, профессор
(Екатеринбург, Россия);

Н. П. Шукина, д-р социол. наук, профессор
(Самара, Россия)

Отв. секретарь *И. Ю. Кузьмина*

Вестник Самарского муниципального института управления. —
В 38-7 2021. — № 2. — 134 с.

УДК 338.2+330/336+316
ББК 72

Журнал включен ВАК при Минобрнауки России в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

Журнал индексируется РИНЦ (Россия) и Ulrich's Periodical Directory (USA), реферируется ВИНТИ РАН (Россия).

Полнотекстовый доступ к статьям журнала осуществляется на сайте журнала и на сайте Научной электронной библиотеки (<http://elibrary.ru/>).

Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

Приглашаем на наш сайт www.imi-samara.ru, где вы найдете информацию о журнале
Подписной индекс по каталогу «Роспечать» 42233

ISSN 2071-9558 (Print)

© Все права принадлежат авторам публикуемых статей

ISSN 2411-8656 (Online)

© АНО ВО Университет «МИР», 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Банкротство юридических лиц в условиях пандемии
Нестерова С. И., Козин И. В. 7

Оценка проектного управления инновациями
нефтегазовых компаний
Манукян М. М., Гредасова Е. Е. 16

Трансформация стратегий развития автомобильных
корпораций в условиях пандемии Covid-19
Журова Л. И. 23

Анализ тенденций развития регионального
туристско-рекреационного кластера
в Самарской области
Устина Н. А., Гранкина С. В., Карлина А. А. 35

О парадоксах независимой оценки качества
условий оказания социальных услуг
Щукина Н. П., Никитина Б. А. 47

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, ФИНАНСЫ, БУХУЧЕТ

Формирование рынка электроинструмента
в условиях пандемии
Вилкова С. Г., Кузьмина И. Ю. 58

Перспективы развития дистанционного
банковского обслуживания
Кравченко О. В., Горбунова О. А. 65

Социология

«Новая» организационная культура предприятий
как детерминанта инновационного развития региона
Колмыкова М. А. 74

Потребительский выбор в сфере товаров хозяйственно-бытового назначения и способность российского потребителя к экологической рефлексии <i>Никитина Б. А.</i>	82
О предмете пенитенциарной социологии <i>Шукина Н. П.</i>	92
Социолингвистический типаж «деловая женщина» (Business Lady) в русскоязычном обществе <i>Водоватова Т. Е.</i>	104
Нарративная теория: этапы становления <i>Кириллов А. Г., Филатова А. М.</i>	111
Аннотации на английском языке	122
Авторы статей	127

CONTENTS

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

Bankruptcy of Legal Entities in the Conditions
of the Pandemic
S. I. Nesterova, I. V. Kozin 7

Evaluation of Project Management of Innovations
of Oil and Gas Companies
M. M. Manukyan, E. E. Gredasova 16

Transformation of Development Strategies of Automotive
Corporations in the COVID-19 Pandemic
L. I. Zhurova 23

Analysis of Development Trends of the Regional Tourist
and Recreation Cluster in Samara Region
N. A. Ustina, S. V. Grankina, A. A. Karlina 35

On the Paradoxes of Independent Assessment of the Quality
of the Conditions for Rendering Social Services
N. P. Schukina, B. A. Nikitina 47

ECONOMICS, FINANCES, ACCOUNTING

Formation of Power Tool Market under Pandemic Conditions
S. G. Vilkova, I. Y. Kuzmina 58

Prospects for the Development of Remote Banking Services
O. V. Kravchenko, O. A. Gorbunova 65

SOCIOLOGY

«New» Organizational Culture of the Enterprises
as a Determinant of Innovative Development of the Region
M. A. Kolmykova 74

Consumer Choice in the field of General-Purpose Goods and Ability of Russian Consumer for an Ecological Response <i>B. A. Nikitina</i>	82
About the Subject of Penitentiary Sociology <i>N. P. Schukina</i>	92
Sociolinguistic Type Business Lady in Russian Speaking Society <i>T. E. Vodovatova</i>	104
Narrative Theory: Stages of Formation <i>A. G. Kirillov, A. M. Filatova</i>	111
Summaries	122
The authors of the articles	127

УДК 338.1

© С. И. НЕСТЕРОВА¹, И. В. КОЗИН², 2021

¹ Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(Университет «МИР»), Россия

² ООО «Аудиторская фирма «Классика», г. Самара, Россия

Email ¹: nesvig@mail.ru

Email ²: kozzyanraw@gmail.com

БАНКРОТСТВО ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

В статье приводится динамика банкротств юридических лиц в России и ОЭСР, рассматриваются антикризисные мероприятия, предпринятые правительством во время пандемии COVID-19, представляется поквартальный прогноз числа банкротств отечественных организаций в 2021 г., описываются возможные последствия массовых случаев несостоятельности для экономики. Делается вывод о том, что во время пандемии во многих странах происходит снижение количества банкротств. Это не согласуется с обычным сценарием, когда во время кризиса происходит увеличение числа несостоятельных предприятий. Однако считать данный факт признаком улучшения экономической ситуации не приходится, поскольку речь, скорее всего, идет лишь об отсрочке массовых банкротств.

Ключевые слова: банкротство, несостоятельность, антикризисные меры.

Многие специалисты считают процедуру банкротства полезным инструментом для экономики в целом, поскольку с помощью нее она оздоравливается, избавляясь от неэффективных субъектов хозяйственной деятельности [10]. Во время любого экономического кризиса количество банкротств резко возрастает (компании теряют клиентов, выручка падает; для стимулирования спроса хозяйствующие субъекты вынужденно увеличивают затраты, снижают цены, что приводит к уменьшению финансового результата и убыткам). Предприятия сокращают численность персонала, растет безработица, и уменьшаются реальные доходы населения, что еще больше со-

кращает спрос. Для смягчения последствий кризиса экономическим агентам оказывается поддержка со стороны государства.

Понятность и эффективность процедур банкротства являются критериями рейтинга Doing Business, ранжирующего страны по степени благоприятности условий для ведения бизнеса. На сегодняшний день Россия занимает 28 место в этом списке, поднявшись со 120-го места [9]. Улучшение позиции в данном рейтинге было достигнуто за счет принятия на государственном уровне различных мер, в том числе благодаря созданию в РФ реестра обеспечительных интересов, что позволило стране занять 25-ю строчку в рейтинге по индикатору «Получение кредитов» [12]. В то же время институт банкротства в России слаб, на что указывает 57-е место по критерию «Разрешение неплатежеспособности», следовательно, существует необходимость в совершенствовании законодательства и правоприменительной практики в отношении процедур банкротства.

Целью настоящей работы является изучение влияния пандемии на поведение экономических агентов — юридических лиц в Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели требуется решить следующие задачи:

- 1) изучить динамику числа банкротств в России и ОЭСР;
- 2) рассмотреть антикризисные мероприятия, проводимые Правительством РФ;
- 3) построить модель временного ряда, описывающего число банкротств юридических лиц;
- 4) сопоставить фактические и модельные данные по количеству банкротств в России и оценить их динамику в 2021 г.;
- 5) выявить тенденции развития института банкротства в России.

Объектом исследования выступает бизнес-среда и ее трансформация во время пандемии. *Предметом исследования* является динамика числа банкротств юридических лиц в России.

Банкротство представляет собой неспособность должника отвечать по своим обязательствам в полном объеме [3]. В России банкротство юридических лиц регулируется главным образом Федеральным законом РФ от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)». Наименьший размер непогашенной задолженности организации для инициации банкротства должен составлять 300000 рублей при сроке неисполнения обязательств от трех месяцев [11].

Когда началась пандемия новой коронавирусной инфекции, эксперты ожидали резкого всплеска банкротств по всему миру, однако его не последовало. Более того, в 2020 г. количество заявлений

о банкротстве компаний во многих странах уменьшилось. Так, в развитых странах — членах ОЭСР оно снизилось на 17% по сравнению с 2019 г. Самое большое сокращение числа заявлений о банкротстве было зафиксировано в Австралии и Франции — на 40%. В США число банкротств упало на 16%, в Японии — на 7%, в Германии — на 13%. Лишь в Польше в 2020 г. количество банкротств практически не изменилось. Такое положение вещей обусловлено государственными антикризисными программами, которые предполагали выделение средств на мероприятия по поддержке занятости, помощь населению, налоговые каникулы, что позволило компаниям не только сохранить рабочие места, но в некоторых случаях и расширить штат.

Однако снижение количества банкротств не является следствием улучшения финансового состояния экономических агентов, а говорит лишь об отложенном всплеске числа заявлений о несостоятельности. Специалисты Soface сопоставили фактическое количество банкротств с ожидаемым, рассчитанным по математической модели, и пришли к выводу о том, что в Германии и Франции количество банкротств должно было возрасти на 6% (в этих странах число «скрытых» банкротств оценивается в 4 и 22 тыс. соответственно), в Испании и Италии — на 19% и 7% соответственно (1600 и 4100 отсроченных банкротств) [4, 5].

В России сокращение числа действующих хозяйствующих субъектов началось еще в 2016 г., когда федеральная налоговая служба (ФНС) начала кампанию по борьбе с фиктивными и недействующими организациями, зарегистрированными в ЕГРЮЛ. С этого периода сотрудники ФНС стали проверять достоверность сведений, содержащихся в ЕГРЮЛ, и вносить в реестр записи о недостоверности по результатам таких проверок. С 1 сентября 2017 г. вступила в силу норма, по которой юридическое лицо может быть исключено из ЕГРЮЛ, если запись о недостоверности сведений содержится в нем дольше, чем полгода [7].

В 2020 г. тенденция сокращения количества предприятий усилилась, поскольку свой вклад внесла еще и пандемия. К концу 2020 г. число организаций, запись о которых внесена в ЕГРЮЛ, составило 3436556 шт., что на 8,2% ниже, чем по итогам 2019 г. Количество открывающихся бизнесов также уменьшилось. За 2020 г. было зафиксировано почти на четверть меньше новых юридических лиц (всего 240893 шт.). В то же время число прекративших свою деятельность хозяйствующих субъектов составило 548954 шт., что ниже на 16,7% по сравнению с 2019 г. При этом 85,3% компаний было закрыто по решению регистрирующего органа, 12% было ликви-

дировано и в 1,9% случаев причиной прекращения деятельности явилась реорганизация [6, 8].

В целом, если посмотреть на динамику фактических банкротств в РФ (рис. 1), то можно увидеть, что их число в последнее время сокращается. При этом картина, складывающаяся в 2020 г. в России, не отличается от описываемой ситуации в ОЭСР.

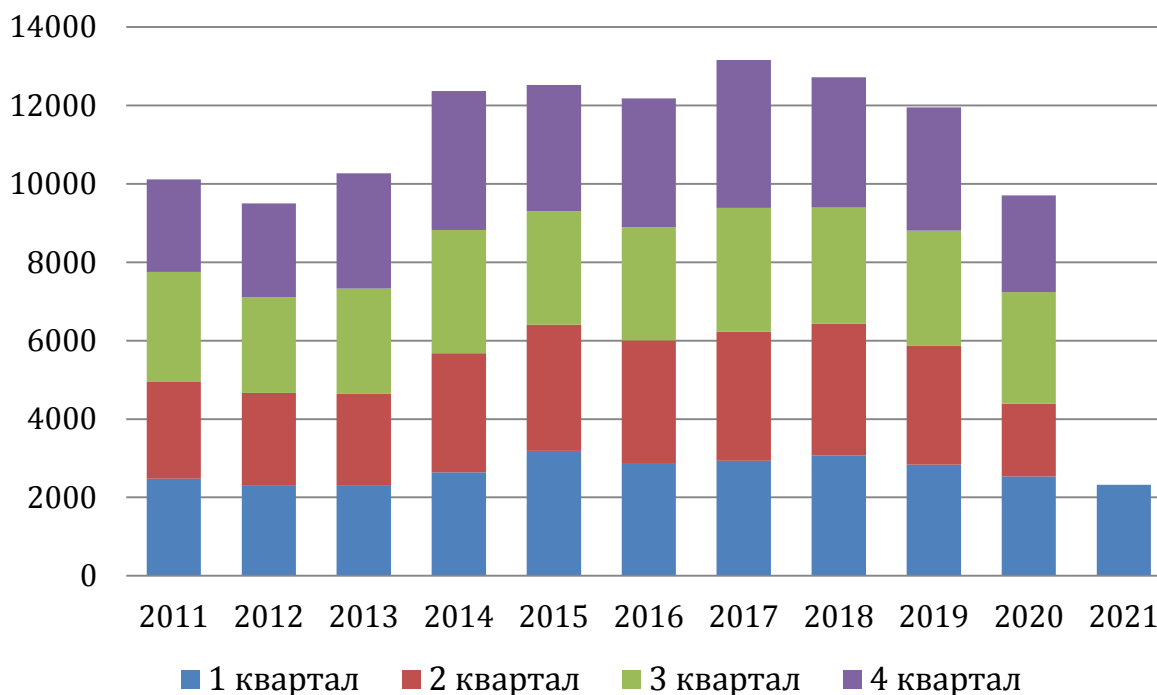


Рис. 1. Фактическое число банкротств в экономике РФ в 2011-2021 гг., шт. [8]

На основе анализа динамики банкротств российских предприятий за последние четыре года была составлена аддитивная модель временного ряда, на базе которой был получен поквартальный прогноз числа банкротств среди юридических лиц в 2020-2021 гг. (табл. 1, рис. 2).

Таблица 1

Сравнение фактического и прогнозного количества банкротств юридических лиц

Период	Прогнозное количество, шт.	Фактическое количество, шт.	Ошибка, %
1 квартал 2020 г.	2518	2538	0,80
2 квартал 2020 г.	2446	1854	-31,93
3 квартал 2020 г.	2438	2848	14,40
4 квартал 2020 г.	2837	2467	-14,99
1 квартал 2021 г.	2309	2321	0,52
<i>Итого</i>	<i>12547</i>	<i>12028</i>	<i>-4,32</i>

Как следует из таблицы 1, общее число фактических банкротств за 5 кварталов оказалось меньше прогнозного на 4,32%, что было вызвано во многом помощью государства хозяйствующим субъектам.

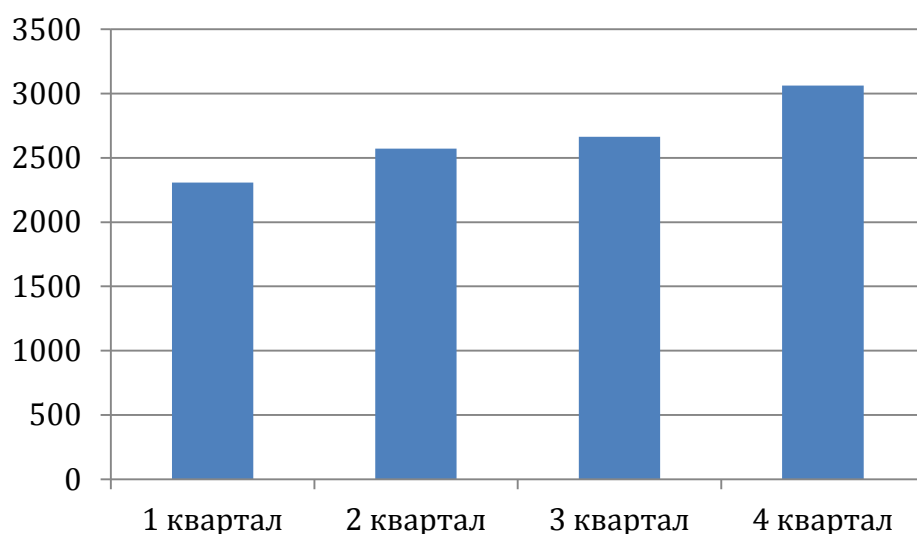


Рис. 2. Прогнозное число банкротств в экономике РФ в 2021 г., шт.

Помимо таких мер поддержки бизнеса, как кредитные и налоговые каникулы, снижение в 2 раза общей ставки страховых взносов (с 30% до 15%) во внебюджетные фонды с зарплат сотрудников, превышающих МРОТ, приостановка проверок предприятий малого и среднего бизнеса до конца 2020 г., предоставление возможности взять льготный кредит под государственное обеспечение для выплаты вознаграждения работникам, внесение изменений в Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ, направленных на упрощение закупочных процедур, уменьшение размера обеспечения контракта, предоставление отсрочки платежей по аренде объектов коммерческой недвижимости, большую роль в стабилизации бизнес-среды сыграл мораторий на банкротства. Мораторий ликвидировал для внешних кредиторов возможность инициировать дела о несостоятельности значительного числа должников в срок с 6 апреля 2020 г. по 7 января 2021 г. Он действовал для организаций из наиболее пострадавших от пандемии COVID-19 отраслей экономики. В начале апреля действие моратория распространялось на 1,29 млн юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (ИП), а на 31 декабря 2020 г. — на 515 тыс. юридических лиц (14,6% от всех зарегистрированных в России организаций) и 1,6 млн ИП (40% от всех зарегистрированных ИП) [12]. Это позволило многим компа-

ниям пережить короновирусные ограничения, адаптироваться к изменениям конъюнктуры рынка и продолжить свою деятельность. По мнению экспертов из Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования, по итогам 2020 г. по меньшей мере 2 тыс. юридических лиц за счет введения ограничительных мер не стали банкротами, из них 200 шт. — это субъекты среднего и крупного бизнеса с годовой выручкой от 800 млн руб. [1]. Исходя из величины ошибки прогноза, представленной в таблице 1, такое количество «спасенных» фирм выглядит вполне реальным, особенно с учетом того, что максимальное расхождение в прогнозных и фактических данных было получено во 2 квартале 2020 г., т.е. с начала действия моратория.

В то же время результаты анализа ситуации с физическими лицами демонстрируют худшую картину. На протяжении последних лет количество банкротств граждан постоянно растет и превышает число банкротств юридических лиц. В 2020 г. 119 тыс. человек были признаны банкротами (прирост составил 72% от 2019 г.), что в 6 раз больше в сравнении с 2016 г. — первом полном периоде, когда действовали нормы касательно личной несостоятельности. В 2021 г. тенденция сохранилась. На это повлияло 4 главных фактора:

- 1) существенное сокращение реальных доходов населения;
- 2) отсутствие моратория на банкротство для физических лиц;
- 3) улучшение осведомленности граждан об институте банкротства;
- 4) упрощение и ускорение процедуры банкротства для граждан.

Участники рынка полагают, что во второй половине 2021 г. произойдет и рост количества банкротств юридических лиц, поскольку экономическая ситуация не стабилизировалась, а процедуры банкротства имеют временной лаг, равный 6-9 месяцам. Кроме того, сохраняются риски невозможности восстановления деловой активности в индустрии развлечений, общественного питания и других отраслях, наиболее существенно пострадавших от COVID-19. Ухудшение ситуации показывает и авторская экономико-математическая модель, результаты реализации которой приведены на рисунке 2. Также следует учесть, что в случае полного прекращения поддержки бизнеса со стороны государства прогнозные цифры существенно возрастут.

Предпринятые правительством меры, направленные на снижение негативного влияния пандемии новой коронавирусной инфекции на ключевые показатели экономики, оказались эффектив-

ными с точки зрения недопущения одномоментного массового банкротства компаний.

Крупномасштабные банкротства для экономики опасны по ряду причин, среди наиболее очевидных можно назвать следующие:

1. Банкротство одного предприятия запускает цепную реакцию: неисполнение обязательств организацией перед контрагентами приводит к нехватке денежных средств у банков, поставщиков, подрядчиков, работников, инвесторов данной фирмы. Те, в свою очередь, также не смогут отвечать по своим обязательствам. Если у кредитора множество таких должников-банкротов, то это вызовет у него гарантированные проблемы, что может также привести к банкротству кредитора.

2. Невозможность получить выданные кредиты приводит к ухудшению баланса у банков. Они все осторожнее выдают кредиты, отказывая тем клиентам, которым выдали бы кредиты ранее. Недоступность банковского финансирования приводит к тому, что фирмы не имеют возможности далее вести операционную деятельность и закрываются.

3. Банки, финансирующие преимущественно компании, наиболее пострадавшие в кризис, особенно уязвимы. У них полностью отсутствует возможность улучшить собственное финансовое состояние, а соответственно, это ведет к дисбалансу всей банковской системы, что усугубляет и без того непростую ситуацию в стране.

4. Работники обанкротившихся фирм становятся безработными, что усиливает нагрузку на бюджет, граждане беднеют, совокупный спрос снижается. Экономические агенты ожидают, что ситуация будет ухудшаться, поэтому откладывают потребление и переходят в режим экономии, срабатывает парадокс бережливости.

По нашему мнению, несмотря на сокращение числа банкротств в 2020 г., меры, предпринятые Правительством РФ, позволили лишь отсрочить проблему массового ухода с рынка игроков. Всплеск банкротств будет, однако при должной поддержке государства ситуацию удастся смягчить.

Важно отметить, что в настоящее время банкротство как инструмент избавления от долгов все менее актуально. В последние годы становится все сложнее избегать ответственности за умышленное нарушение платежной дисциплины, а контроль бенефициаров над процедурой банкротства стал практически недостижим. Был увеличен перечень контролирующих лиц, которых можно привлечь к субсидиарной ответственности, а сложившаяся судебная практика перенесла ее и на родственников, наследников и контр-

агентов должников. За последнее время выросло число случаев признания судами злоупотреблений при схемах вывода имущества из конкурсной массы [6].

В России банкротство носит в большей степени ликвидационный характер, а не выполняет санирующую функцию. Лишь в 2% дел о банкротстве встречаются реабилитационные мероприятия [2]. Однако эксперты полагают, что институт банкротства будет меняться в сторону антикризисного управления, а арбитражные управляющие будут все больше напоминать антикризисных менеджеров, применяющих инструменты, позволяющие провести реструктуризацию и восстановить платежеспособность и деловую активность организаций. Уже сейчас планируется сократить количество процедур несостоятельности, изменить порядок назначения арбитражных управляющих, ввести более гибкую методику расчета вознаграждения арбитражным управляющим, что усилит стимулы для их более эффективной работы.

Литература

1. Банкротства юридических лиц в России: основные тенденции 2020 года. URL: http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/Analytics/PROM/2021/Bnkrpc-2020.pdf.
2. Банкротству предложено исправиться. Обзор. URL: <https://www.interfax.ru/business/768455>.
3. Безбородов А., Тишендорф Ф. Регулирование процедуры банкротства в России. 2019. URL: https://www.beiten-burkhardt.com/sites/default/files/downloads/Insolvenz%20in%20Russland_RUS.pdf.
4. Дянков С., Чжан Е. Коронавирус и банкротства в развитых экономиках. URL: <https://econs.online/articles/opinions/koronavirus-i-bankrotstva-v-razvitykh-ekonomikakh>.
5. Едовина Т., Шаповалов А. Вирус отсрочил банкротства. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4742641>.
6. Ершов О. Банкротная статистика опровергла прогнозы экспертов. URL: <https://pravo.ru/story/233044>.
7. Никитин А. Ю. Чем грозит «опасная» запись в ЕГРЮЛ // Главная книга. 2018. № 10. URL: https://glavkniga.ru/elver/2018/10/3545-chem_grozit_opasnaja_zapisi_egrul.html.
8. О чем говорят банкротства компаний по итогам I квартала 2021 года. URL: https://xn--c1abvl.xn--p1ai/news/bankrotstvo_kompaniy/o_chem_govoryat_bankrotstva_kompaniy_po_itogam_i_kvartala_2021_goda.
9. Рейтинг стран. URL: <https://russian.doingbusiness.org/ru/rankings>.
10. Сыщикова Т. Л. Совершенствование управления процессом санации как фактор оздоровления экономических систем: дис. на соискание уч. степени к-та экон. наук / Т. Л. Сыщикова. Самара, 2005. 200 с.

11. Федеральный закон Российской Федерации от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (ред. от 20.04.2021 г.) // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/>.

12. Число корпоративных банкротств в РФ вернулось к «доковидному» периоду. URL: <https://www.interfax.ru/business/776716>.

*Статья поступила в редакцию 11.05.21 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом Е. С. Поротькиным*

УДК 338

© М. М. Манукян¹, Е. Е. Гредасова², 2021

^{1,2} Самарский национальный исследовательский
университет им. академика С. П. Королева

(Самарский университет), Россия

E-mail ¹: marinaarm89@mail.ru

E-mail ²: 26844@tyazhmash.com

ОЦЕНКА ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ

В статье представлен анализ инновационных проектов в нефтегазовом секторе. Определены источники инноваций, предложен алгоритм формирования модели инновационного развития производственного потенциала предприятия (на основе результатов, полученных при исследовании затрат на НИОКР российских нефтяных компаний). Делается вывод о том, что для оперативного и стратегического управления инновациями нефтегазовым компаниям требуется специальный инновационный план для каждого инновационного направления.

Ключевые слова: анализ, инновационный проект, НИОКР, модель инновационного развития, производственный потенциал, нефтяные компании.

Любое предприятие для внедрения инноваций в свою деятельность должно сочетать как управленческие, так и технико-экономические методы создания инновационной политики, основной задачей которой является повышение рентабельности производства, увеличение продаж (обеспечив компаниям при этом значительное преимущество перед конкурентами).

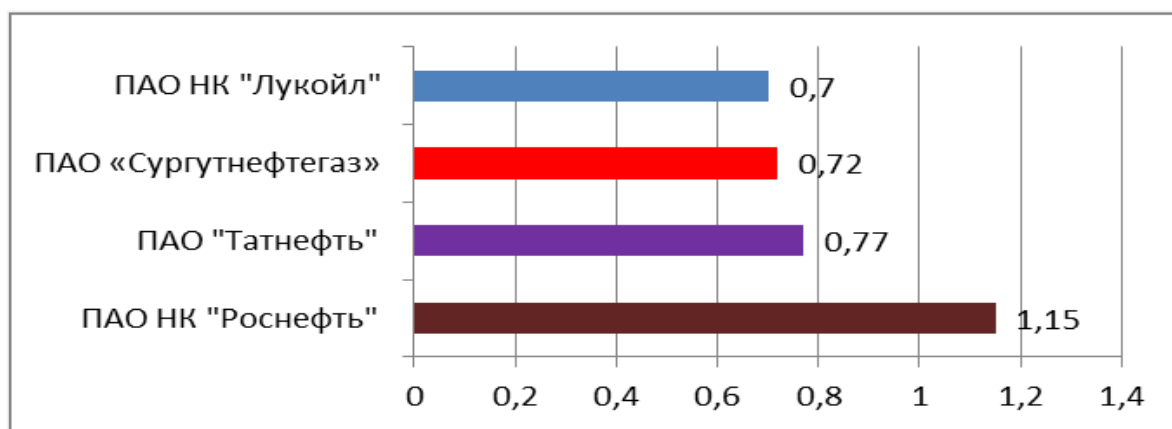
Развитие научных основ функционирования инновационного развития нефтегазовой промышленности имеет не только теоретическое, но и практическое значение, так как российский нефтегазовый сектор зависит и от состояния мирового рынка. Поэтому исследования в данном направлении являются актуальными.

Цель данной работы — провести анализ проектного управления инновациями на предприятиях нефтегазового сектора и построить алгоритм формирования модели инновационного развития производственного потенциала, которая может быть применена на региональных предприятиях нефтехимического комплекса России.

В качестве *объекта исследования* выбраны российские предприятия и крупнейшие зарубежные компании нефтегазового сектора. *Предмет исследования* – эффективность проектного управления инновациями.

В современных условиях минерально-сырьевой сектор экономики (в основном нефтегазовая отрасль) уже не является «простым» в технологическом отношении. Добыча сырья осуществляется с использованием все возрастающей технологии, в которую вкладываются миллиарды долларов, а интеллектуальные силы многих стран мира работают не покладая рук. Поэтому можно сказать, что с каждым годом нефть, газ и другое сырье становятся все более наукоемкой продукцией.

Проведем анализ удельных затрат на НИОКР четырех российских нефтяных компаний в расчете на тонну нефти (см. рис. 1). Согласно полученным данным за 2020 год, самой крупной «наукоемкой» добычей характеризуются исследования и разработки компании ПАО НК «Лукойл», стоимость которых составляет 1,15 долл. за тонну добычи нефти. В свою очередь, ПАО «Татнефть» инвестировала 0,77 долл. за тонну добычи нефти, что превысило аналогичные показатели ПАО НК «Роснефть» и ПАО «Сургутнефтегаз».

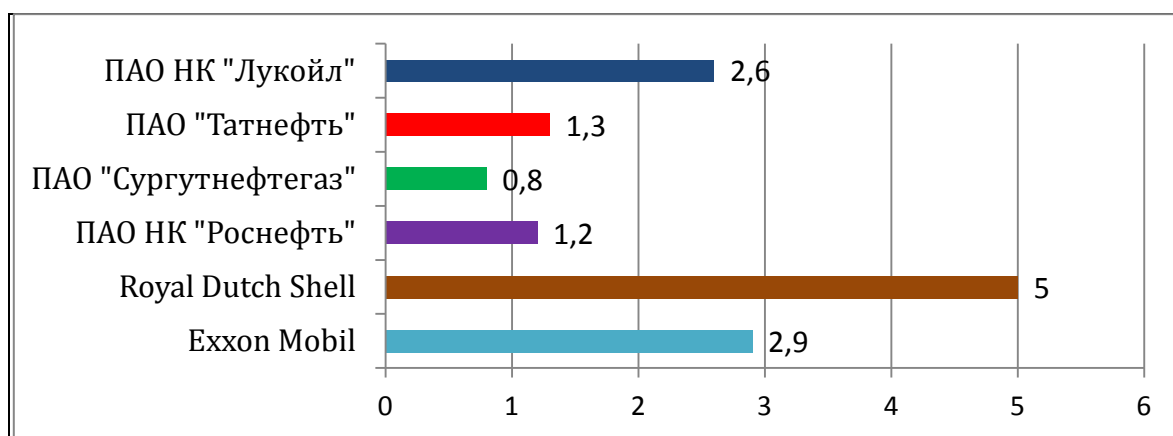


Примечание. Составлено по данным [6]

Рис. 1. Величина затрат на НИОКР, долл.

Для сравнения на рисунке 2 представлены показатели доли расходов на НИОКР в чистой прибыли нефтяных компаний за 2020 год.

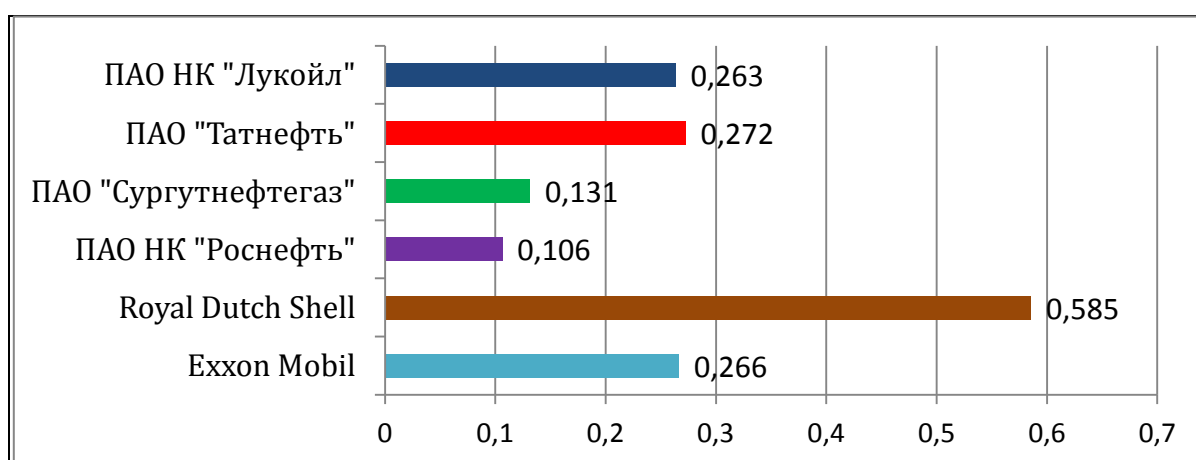
Сравнивая финансирование расходов на инновации российских и крупных зарубежных компаний, можно сделать вывод о том, что по данному показателю лидирует Royal Dutch Shell (5,0%). Среди российских нефтяных компаний лидирует ПАО НК «Лукойл» (2,6%), ПАО «Татнефть» занимает второе место (1,3%).



Примечание. Составлено по данным [6]

Рис. 2. Доля затрат на НИОКР в чистой прибыли, %

Анализ соотношения затрат на НИОКР к рыночной стоимости, представленный на рисунке 3, показывает, что рассматриваемые компании делятся на три категории. Резко лидировала в рейтинге 2020 года англо-голландская нефтегазовая компания Royal Dutch Shell (0,585%), за ней следовали группы компаний – ПАО «Татнефть» (0,272%), ExxonMobil (0,266%), ПАО НК «Лукойл» (0,263%), а также ПАО «Сургутнефтегаз» (0,131%) и ПАО НК «Роснефть» (0,106%).



Примечание. Составлено по данным [6]

Рис. 3. Соотношение затрат на НИОКР и рыночной капитализации, %

В результате по параметрам инновационной деятельности отечественные нефтедобытчики несколько уступают крупнейшим зарубежным нефтедобывающим компаниям. Однако ключевым является не уровень этих затрат, а эффективность их использования в соответствии с наиболее рациональной стратегией долгосрочного технологического развития.

В современных условиях реальное и устойчивое конкурентное преимущество получают производители, добывающиеся постоянно-

го снижения издержек. Поэтому первым источником инноваций в нефтегазовой отрасли является рыночная конкуренция. Компании, которые первыми осваивают эффективные инновации, имеют возможность снизить издержки производства, тем самым снижая себестоимость реализуемых товаров и услуг. Результат — более сильная позиция в конкурентной борьбе.

Второй источник инноваций — государственная поддержка инновационного развития. К сожалению, имеющийся опыт управления состоянием научно-технического прогресса в нефтегазовой отрасли не дает оснований для оптимизма. Разработанные федеральные программы и отдельные меры, принимаемые на региональном уровне, в большинстве случаев не дали видимых результатов [3].

Для решения этой проблемы необходимо возродить концепцию Национальной научно-технической (инновационной) политики в нефтегазовом секторе. Однако основное внимание не должно уделяться определению «приоритетных областей научно-технического развития» или разработке отдельных программ. Основная задача — найти «болевые точки» и создать эффективные механизмы влияния для направления спроса предприятий и компаний нефтегазового сектора на высокотехнологичную продукцию на отечественный инновационный ресурсный рынок.

В рамках национальной научно-технической (инновационной) политики следует строго придерживаться следующих двух принципов.

1. Принцип «конкурентоспособности» – стимулирование спроса на отечественную высокотехнологичную продукцию не должно выливаться в необоснованный протекционизм, который в конечном итоге может привести к снижению конкурентоспособности российских нефтегазовых ресурсов.

2. Принцип «универсальности» — стимулирующие меры распространяются на всех производителей нефти и газа, действующих на территории нашей страны, независимо от их национальности.

Роль государства в развитии нефтегазового комплекса, в том числе в инновационном развитии, сегодня трудно переоценить. Важно только, чтобы государство в лице федеральных и региональных властей правильно выполняло свои функции, не пренебрегая «мелочами». Российское государство должно уточнить сферу своего непосредственного участия в нефтегазовой отрасли, усовершенствовать прозрачную и эффективную систему регулирования, внедрить неформальные механизмы влияния в цивилизованные каналы. В этом случае качество и эффективность государственного вмешательства в

развитие нефтегазового сектора будут достаточными для того, чтобы сыграть свою роль [4].

Каждая новая технология, разрабатываемая предприятием, закрепляется за определенным инновационным проектом и, соответственно, финансируется целевым образом. Для того чтобы проект стал ключевым, необходимо, чтобы он сочетал в себе ту технологию, которая не имеет аналогов и обеспечивает компании максимальный эффект, сочетая, естественно, все риски [2].

Внедрение НИОКР развивается по различным направлениям, таким как: виртуальная реальность, искусственный интеллект, дополненная реальность, дроны, роботизированные приложения, блокчейн и многое другое. Эти направления могут охватывать все процессы, осуществляемые в организациях, от разведки до добычи людских ресурсов [5].

Но для того чтобы проект был отобран, необходимо, чтобы он соответствовал определенным критериям, таким как: степень развития, инновационность, перспективы, широта применения и др.

Существует несколько типов проектов: первый уровень — библиотека кейсов, которая предназначена для отбора наиболее интересных кейсов, которые можно применить в нефтяной промышленности для практической реализации; второй уровень — пилотное тестирование, применяемое в том случае, когда конкретное решение находится и используется на одном из участков.

Практическая реализация применения и использования проектов такова, что достаточно и двух проектов из всего портфеля, чтобы окупить затраты и принести дополнительную прибыль в организацию. Нефтегазовые компании, ввиду того что нефтяные скважины достаточно быстро истощаются, переходят на более совершенные технологии добычи и переработки нефти. Таким образом, для более эффективных средств добычи нефти должен быть усилен технологический процесс, предполагающий интенсификацию производственных процессов, применение более совершенных форм организации труда.

Ввиду того что нефтяные скважины имеют низкую добычу, нефтяным компаниям необходима более интенсивная добыча нефти, эти причины и побуждают компании использовать новые технологии.

На рисунке 4 представлен фрагмент алгоритма формирования модели инновационного развития производственного потенциала нефтяной компании, которая может быть применена на региональных предприятиях российского нефтехимического комплекса.

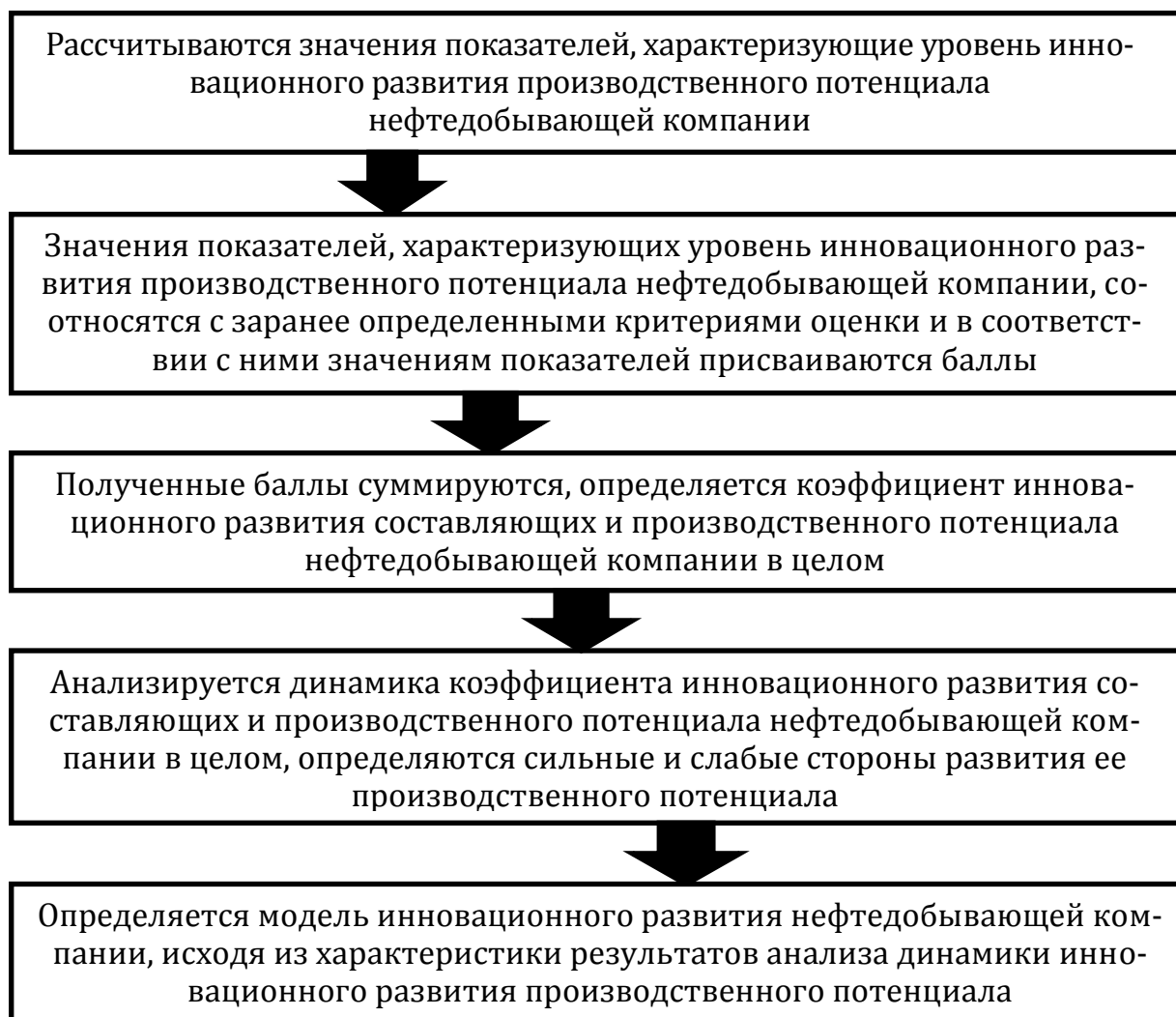


Рис. 4. Фрагмент алгоритма формирования модели инновационного развития производственного потенциала нефтяной компании

Исследование организационно-управленческих преимуществ нефтедобывающего сектора позволяет нам предположить, что эти преимущества окажутся решающими при реализации модели инновационного развития их производственного потенциала.

Дальнейшее развитие российской экономики возможно либо на основе использования сырьевого потенциала, либо на основе быстрого роста наукоемкого высокотехнологичного сектора. Второй подход в современных условиях считается предпочтительным, поскольку он в основном связан с использованием интеллектуального потенциала государства [1].

Развитие национальной экономики должно основываться на рациональном и эффективном использовании всех факторов роста, один фактор не должен быть противоположным другому. Необходим баланс всех имеющихся факторов для удовлетворения конкретных исторических, экономических и политических условий.

Таким образом, проведенный анализ позволяет констатировать, что основным способом снижения издержек является внедрение инноваций. Поэтому в целом инновационные концепции управления должны быть направлены на снижение издержек производства для нефтегазовых компаний. Стратегическое направление снижения затрат должно определяться на основе результатов контрольного сравнения. Также должна быть проведена предварительная оценка эффективности основных направлений инновационной деятельности, которая должна наметить основные пути повышения эффективности и позволить заранее ранжировать направления инновационной деятельности по приоритетности.

Следовательно, основанием для применения тех или иных инноваций должно быть не только наличие технических проблем при разработке определенных видов запасов, но и результат сравнения средств управления с конкурирующими предприятиями. Для оперативного и стратегического управления инновациями необходимо разработать специальный инновационный план для каждого инновационного направления, включающий постановку целей, основные направления внедрения, планирование механизмов управления внедрением, механизмы оценки успешности внедрения инноваций, а также корректировки на основе тестовых данных и изменений во внешней и внутренней среде.

Литература

1. Интенсификация добычи нефти. URL: <http://veselkov.me/in/neftedobyicha/intensifikacziya-dobyichi-nefti.html>.
2. Исмаилов Х. Ф., Бражников М. А. Интенсификация производства на основе внедрения прогрессивных технологий в ПАО «НК Роснефть» // Молодой ученый. 2020. № 43 (333). С. 23-25.
3. Манукян М. М. Инновационный тренд развития деятельности нефтегазохимических кластеров: монография: Самара: Самарский университет, 2020. 164 с.
4. Манукян М. М. Стратегия инновационного потенциала российской нефтегазовой отрасли: проблемы и актуальные направления // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2020. Т. 11. № 2. С. 23-34.
5. «Роснефть» будет использовать искусственный интеллект на буровых установках. URL: <https://neftegaz.ru/news/drill/501424-rosneft-budet-ispolzovat-iskusstvennyu-intellekt-na-burovykh-ustanovkakh/>.
6. Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_industrial.

Статья поступила в редакцию 17.05.21 г.

Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. экон. наук, доцентом С. И. Нестеровой

© Л. И. ЖУРОВА, 2021

Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(Университет «МИР»), Россия

E-mail: zhurova.li@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Мировая автомобильная промышленность в последнее десятилетие претерпевает значительную трансформацию, обусловленную повышением требований потребителей к автотранспортным средствам, ужесточением экологических стандартов. Глобальная пандемия новой коронавирусной инфекции усилила тренды экологизации отрасли, поставила перед ней новые задачи, связанные с реорганизацией глобализованных систем производств и развитием локализованных региональных цепочек поставок. В статье рассмотрены актуальные тенденции развития мировой автомобильной промышленности и трансформации стратегий развития автомобильных корпораций в контексте влияния пандемии Covid-19, выявлены угрозы происходящих трансформационных процессов в мировом автопроме для российской отрасли автомобилестроения.

Ключевые слова: автомобильная промышленность, пандемия Covid-19, «зеленая» модель экономики, глобальные цепочки поставок, технологии CASE.

Введение

Автомобильная промышленность во всем мире претерпевает фундаментальные преобразования, обусловленные усилением регуляторного давления на отрасль, прежде всего в части требований к содержанию вредных веществ в выхлопных газах автомобилей, повышением требований потребителей к безопасности и функциональному наполнению автомобилей. В этом контексте автомобильные корпорации вынуждены пересматривать свои производственные стратегии и разрабатывать различные процессы, основанные на «зеленых» инновациях («проектирование» экологически чистых продуктов, использование возобновляемых источников энергии, переработка отходов и др. [1, 2]), внедрять передовые коммуникационные технологии для автомобилей.

Активное развитие технологий CASE (Connected, Autonomous, Shared and Electric — подключенные, автономные, совместные, элек-

трифицированные автомобили) приводит к изменению стратегических направлений в бизнесе и требует от автомобильных корпораций значительных инвестиций в проведение исследований и разработок, создание новых производственных мощностей для обеспечения конкурентоспособности на рынке. Развитие технологий CASE также обеспечивается за счет реализации национальных программ поддержки развития отрасли.

Экономический кризис, вызванный пандемией новой коронавирусной инфекции Covid-19, привел к дополнительной угрозе для автомобильной промышленности, связанной с нарушением глобальных цепочек поставок [3]. В этой связи актуализировались вопросы развития локализованных региональных цепочек поставок, снижающих зависимость автопроизводителей от импорта автокомпонентов.

Цель данной работы — оценить влияние пандемии Covid-19 на мировую автомобильную промышленность, описать глобальные тенденции и задачи развития автомобильных корпораций в постковидный период.

Исходя из данной цели поставлены следующие задачи:

— провести анализ динамики объемов производства и продаж автотранспортных средств;

— выявить тенденции изменения стратегий развития автомобильных корпораций в контексте требований к повышению экологичности автотранспорта и импортозамещения.

Объектом исследования выступают корпорации автомобилестроения, предметом исследования — стратегии их развития.

В качестве материалов исследования использованы статистические данные международных организаций, материалы аналитических агентств, данные публичной отчетности корпораций автомобилестроения. В процессе исследования использованы общенаучные методы, в том числе анализ, синтез и сравнение. В качестве частных методов исследования использованы статистические методы для получения, обработки и интерпретации данных.

Результаты исследования

Мировой рынок автомобилей значительно пострадал от экономических последствий пандемии Covid-19. Снижение потребительского спроса, остановка производства в связи с карантинными мерами по ограничению распространения пандемии привели к существенному сокращению объемов производства и продаж автомобильной техники всех видов.

Продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в мире по итогам 2020 г. сократились на 13,8% (с 90424 тыс. ед. в

2019 г. до 77971 тыс. ед. в 2020 г.) [4]. Отметим, что в преддверии экономического кризиса, вызванного пандемией, мировой автомобильный рынок уже демонстрировал сокращение спроса на новые автомобили, вследствие чего объемы производства в 2019 г. сократились во всех регионах. В 2020 г. произошло дальнейшее сокращение мирового производства всех типов автотранспортных средств на 15,8% (с 92176 тыс. ед. в 2019 г. до 77622 тыс. ед. в 2020 г.) [5].

В таблице 1 представлена динамика мирового производства легковых и легких коммерческих автомобилей, в том числе в разрезе крупнейших стран-производителей автомобилей.

Таблица 1

Динамика производства легковых и легких коммерческих автомобилей

Регионы / страны	2019 г., тыс. шт.	2020 г., тыс. шт.	Изменение, %	1 кв. 2019 г., тыс. шт.	1 кв. 2020 г., тыс. шт.	Изменение, %	1 кв. 2021 г., тыс. шт.	Изменение, %
Европа	21248	16656	-21,6	5554	4578	-17,6	4582	+0,1
Германия	4947	3742	-24,4	1346	1080	-19,7	992	-8,1
Франция	2175	1316	-39,5	622	398	-36,1	395	-0,6
Испания	2773	2231	-19,5	742	638	-14,1	648	1,6
Россия	1646	1370	-16,8	406	343	-15,5	390	+13,9
Северная Америка	16252	12989	-20,1	4227	3771	-10,8	3584	-5,0
США	10548	8587	-18,6	2756	2460	-10,7	2437	-0,9
Канада	1893	1362	-28,1	476	378	-20,5	326	-13,7
Мексика	3811	3040	-20,2	995	934	-6,2	821	-12,0
Южная Америка	3185	2205	-30,8	762	636	-16,5	662	+4,1
Бразилия	2804	1905	-32,1	667	555	-16,8	560	0,8
Азиатско-Тихоокеанский регион	45906	40493	-11,8	11226	7945	-29,2	10693	+34,6
Китай	23392	22145	-5,3	5704	3029	-46,9	5499	81,6
Индия	4172	3235	-22,4	1198	930	-22,4	1198	28,8
Япония	9169	7657	-16,5	2422	2240	-7,5	2130	-4,9
Южная Корея	3871	3441	-11,1	937	796	-15,1	890	11,9
Всего	87677	73041	-16,7	22034	17140	-22,2	19730	+15,1

Примечание. Составлено автором по данным OICA [5].

В I квартале 2020 г. общий объем производства легковых и легких коммерческих автомобилей в мире сократился на 22,2% по отношению к аналогичному периоду 2019 г. Данное сокращение было частично компенсировано ростом производства во втором полугодии,

что привело в 2020 г. к снижению на 16,7% по сравнению с 2019 г. В России объем производства в I квартале 2020 г. сократился на 15,5%.

Восстановление спроса во второй половине 2020 г. и начале 2021 г. обусловило рост производства и продаж автомобилей. По итогам I квартала 2021 г. мировое производство легковых и легких коммерческих автомобилей увеличилось на 15,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Наибольший прирост производства наблюдается в Азиатско-Тихоокеанском регионе, в первую очередь в Китае. Однако нужно отметить, что такой рост также объясняется низкой базой для сравнения, вызванной введением мер по сдерживанию пандемии Covid-19 в I квартале 2020 г. В России рост объемов производства легковых и легких коммерческих автомобилей в I квартале 2021 г. составил 13,9%. Важным стимулом для увеличения спроса на российском автомобильном рынке стало обесценивание национальной валюты и ожидание в связи с этим роста цен на автомобили, а также продолжение реализации государственных программ стимулирования спроса на продукцию отрасли.

В начале 2021 г. рост объемов продаж автомобилей демонстрировали практически все крупнейшие автомобильные корпорации (см. табл. 2). Так, на российском отраслевом рынке произошли следующие изменения: продажи автомобилей Lada производства Группы АВТОВАЗ (входящей в состав Renault s.a.s.) по итогам 2020 г. сократились на 5%, составив 343,5 тыс. шт. [6], по итогам I квартала 2021 г. продажи выросли на 5% по отношению к I кварталу 2020 г., составив 83,9 тыс. шт. [7].

Таблица 2

Топ-10 крупнейших автомобильных корпораций по объемам продаж новых легковых и легких коммерческих автомобилей

Ранг в 2020 г.	Автомобильные корпорации	Продажи, млн шт.			Отклонение, %	
		2019 г.	2020 г.	1 кв. 2021 г.	2020 г. к 2019 г.	1 кв. 2021 г. к 1 кв. 2020 г.
1	Volkswagen Group	10,34	9,33	2,0	-14,0	+6,9
2	Toyota Group	9,7	7,2	2,3	-12,2	+7,9
3	Renault-Nissan Alliance	9,22	6,83	1,8	-22,6	+10
4	General Motors	7,74	6,76	1,5	-10,5	+15,1
5	Hyundai-Kia	7,2	6,69	1,7	-9,3	+11,2
6	FCA	4,36	4,05	-	-19,4	-
7	Ford Group	4,9	3,97	1,0	-20,1	-0,4
8	Honda Motor	4,83	3,84	0,905	-12,0	+14,3
9	PSA	3,18	2,83	-	-23,4	-
10	Mercedes Daimler	2,62	2,43	0,62	-9,8	+13,8
-	Stellantis*	-	-	1,8	-	+9,8

Примечание. Составлено автором по данным Focus2move [8].

Справочно*: В конце 2019 г. Fiat Chrysler Automobiles (FCA) и Groupe PSA подписали соглашение о слиянии. В январе 2021 г. акционеры FCA и PSA одобрили слияние, объединенная корпорация получила название Stellantis.

Эксперты прогнозируют медленный рост мирового автомобильного рынка — по мере восстановления экономики и ускорения электрификации в 2021 г. мировые продажи автомобилей должны вырасти примерно на 7-9% [9], что обуславливает дальнейшее обострение конкурентной борьбы на рынке.

На фоне сокращения мировых продаж автомобилей продажи электромобилей увеличились на 41%. В мире было продано около 3 млн легковых электромобилей (4,6% от общего объема продаж), их парк достиг 10,2 млн ед. В Европе было реализовано 1,4 млн электромобилей, в Китае — 1,2 млн, в США — 0,295 млн. Также увеличились продажи электрических автобусов и грузовиков (табл. 3).

Таблица 3

Мировой парк электромобилей по видам транспорта, млн ед.

<i>Виды транспорта</i>	<i>2010 г.</i>	<i>2015 г.</i>	<i>2016 г.</i>	<i>2017 г.</i>	<i>2018 г.</i>	<i>2019 г.</i>	<i>2020 г.</i>
Легковые автомобили	0,02	1,24	1,99	3,14	5,09	7,12	10,2
Легкие коммерческие автомобили	0,0	0,07	0,12	0,2	0,31	0,38	0,44
Автобусы	0,0	0,14	0,25	0,35	0,44	0,52	0,6
Грузовые автомобили	0,0	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,03
<i>Итого</i>	<i>0,02</i>	<i>1,46</i>	<i>2,37</i>	<i>3,71</i>	<i>5,86</i>	<i>8,04</i>	<i>11,27</i>

Примечание. Составлено автором по данным IEA [10].

Рост продаж электромобилей на фоне пандемии обусловлен:

— курсом на экологизацию транспортных средств. В частности, 2020 г. был целевым годом для стандартов Европейского Союза, ограничивающих выбросы CO₂;

— расширением мер государственной поддержки продаж электромобилей (например, Германия и Франция увеличили субсидии на покупку BEV (электромобилей с аккумулятором) и PHEV (гибридных электромобилей с подзарядкой от электросети), Китай отложил свертывание программы субсидирования NEV (электромобилей на новой энергии) с конца 2020 г. до конца 2022 г.);

— увеличением количества моделей электромобилей и снижением стоимости аккумуляторов. В 2020 г. было доступно около 370 моделей электромобилей, что на 40% больше, чем в 2019 г. [10].

Отметим, что регуляторное давление на автопром во всем мире

с каждым годом усиливается. В 2019 г. Европейским союзом была одобрена «Зеленая сделка» («The European Green Deal»), направленная на снижение эмиссии парниковых газов как минимум на 55% к 2030 г. и достижение углеродной нейтральности к 2050 г. [11]. Тем не менее сохраняются значительные препятствия для внедрения электромобилей: дефицит зарядной инфраструктуры; высокая стоимость электромобилей.

В I квартале 2021 г. мировые продажи электромобилей выросли примерно на 140% по сравнению с тем же периодом 2020 г. (продажи в Китае составили около 500 тыс. автомобилей, в Европе — примерно 450 тыс. шт.). В перспективе ожидается увеличение мирового парка электромобилей до 230 млн единиц в 2030 г. (без учета двух / трехколесных транспортных средств), что составит 12% от парка [10].

Автомобильные корпорации, выпускающие электромобили, объявляют о планах по расширению модельного ряда и увеличению объемов производства электромобилей. Например, в рамках стратегии «TOGETHER — Strategy 2025» Volkswagen планирует выпуск более 30 моделей электромобилей к 2025 г. [20], в планах развития General Motors — выпуск 30 новых моделей электромобилей к 2025 г. [21], в планах Toyota — выпуск 15 моделей электромобилей к 2025 г., включая 7 недавно анонсированных моделей TOYOTA bZ [22]. Стратегия «Renaulution», анонсированная Renault Group в начале 2021 г., сосредоточена на обеспечении лидерства группы в области электроэнергетики и уникальных преимуществах ее E-TECH, гибридной и подключаемой гибридной технологии, нацелена на расширение предложения электромобилей. Стратегия предусматривает доведение доли электромобилей бренда Renault до 65% от всех продаж в Европе к 2025 г. и до 90% — к 2030 г.

В разработку и производство электрических, гибридных и автономных автомобилей мировые автокорпорации инвестируют значительные средства. Так, General Motors объявила об увеличении инвестиций с 2020 г. по 2025 г. в разработку электромобилей и автономных автомобилей до 35 млрд долл., что на 75% больше по сравнению с первоначально заложенным объемом инвестиций, объявленным до пандемии. Часть денежных средств направят на строительство двух новых заводов по производству аккумуляторных элементов в США [21]. Ford планирует инвестировать 150 млн долл. в завод по производству трансмиссий Van Dyke в Стерлинг-Хайтс, штат Мичиган для производства электромоторов и электронных трансмиссий и 1,35 млрд долл. в производство аккумуляторных

электромобилей (BEV) на сборочном комплексе Оквилля [23]. Hyundai Motor Group анонсировал планы до 2025 г. инвестировать 52 млрд долл. в будущие технологии, при этом KIA вложит 25 млрд долл. в электрификацию и технологии мобильности с целью создания экологичных автомобилей, на долю которых к 2025 г. будет приходиться 25% продаж компании [24].

В мае 2021 г. Министерство экономики РФ сформировало параметры концепции развития электротранспорта в России. Правительство поставило цели по увеличению доли электромобилей с 0,1% до 15% рынка в 2030 г. В Российской Федерации в настоящее время реализуются проекты в области разработки и производства электробусов (группами компаний КАМАЗ и ГАЗ). Однако в стране нет современных разработок в области легкового электротранспорта. Низкий спрос также обусловлен нехваткой зарядной инфраструктуры, дороговизной электромобилей, необходимостью преодолевать большие расстояния. По данным АВТОСТАТ, парк легковых электромобилей в России на 01.01.2021 г. насчитывал всего около 10,8 тыс. единиц [12].

В качестве одного из приоритетных направлений развития российского автопрома в «Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2025 года» обозначено повышение экологичности транспортных средств за счет использования газомоторного топлива [13], однако рост рынка газомоторной техники пока сдерживается нехваткой автомобильных газонаполнительных компрессорных станций. Количество автотранспортных средств всех типов, имеющих возможность использовать природный газ в качестве моторного топлива, на конец 2019 г. составило 1497 тыс. шт. (2,7% общего парка автотранспортных средств)¹. На 01.06.2021 г. АО «АВТОВАЗ» совместно с партнером ООО «АТС-АВТО» выпустило 10-тысячный битопливный автомобиль LADA, им стал седан LADA Vesta CNG. Модели LADA CNG используют в качестве топлива как бензин, так и сжатый природный газ метан.

Ситуация в мировой автомобильной промышленности в 2021 г. неоднозначная, основным сдерживающим фактором развития являются мировой дефицит микрочипов. В частности, автопром ЕС зависит от азиатских производителей микросхем и полупроводников. По мере перехода на выпуск электромобилей и развития автоматизированного и автономного вождения, спрос на микросхемы и полу-

¹ *Справочно.* Расчеты по данным Росстата [25].

проводники возрастет. В связи с этим актуальными являются вопросы импортозамещения и локализации производства микросхем и полупроводников на территории ЕС. В конце 2020 г. 17 стран-членов ЕС подписали декларацию, в которой обязуются совместно заниматься разработкой надежных встраиваемых процессоров нового поколения с низким энергопотреблением и поддержкой передовых технологических процессов до 2 нм. В течение последующих двух-трех лет на эту общеевропейскую инициативу будет выделено до 145 млрд евро [14]. В текущем году Robert Bosch GmbH открыл в г. Дрездене завод по производству полупроводников, на строительство которого получил около 140 млн евро от министерства экономики ФРГ [15]. В марте 2021 г. Еврокомиссия объявила о «Плане цифрового компаса» («2030 Digital Compass»), предусматривающем амбициозную цель — вдвое увеличить производство микросхем в ЕС, достигнув 20% в мировом производстве [16].

Важным фактором обеспечения электромобильности и снижения зависимости ЕС от импорта является локализация производства аккумуляторов для электромобилей. Еще в 2017 г. был создан Европейский батарейный альянс («European Battery Alliance», ЕВА). Для реализации планов в данном направлении автопроизводители активно используют стратегии интеграции. Так, в 2020 г. корпорации Toyota и Panasonic создали совместное предприятие по производству аккумуляторов для электромобилей. В 2021 г. Volvo Car Group объявила о намерении создать совместное предприятие со шведским производителем аккумуляторов Northvolt для разработки и производства более экологичных аккумуляторов, предназначенных для следующего поколения электромобилей Volvo и Polestar.

Отметим, что пандемия оказала негативное влияние на процессы интеграции, количество М&А-сделок («слияния и поглощения») в мировом автопроме в 2020 г. составило 733 (сократившись на 12% по сравнению с 2019 г.), общая стоимость сделок составила 46,7 млрд долл. (сократившись на 58%) [17]. Но, несмотря на экономический кризис, в 2020 г. происходили и крупные сделки. Например, следующие приобретения:

- подразделением Mobileye корпорации Intel, занимающимся разработкой систем компьютерного зрения, — израильской технологической компании в сфере мобильности Moovit за 900 млн долл.;
- компанией Amazon — стартапа Zoox, занимающегося разработкой беспилотных автомобилей, за 1,2 млрд долл.;
- американским производителем автокомпонентов BorgWarner — британской технологической компании Delphi Technologies за 3,3

млрд долл. (с целью расширения бизнеса в сфере «зеленых» технологий);

– подразделением Traton корпорации Volkswagen, занимающимся производством тяжелых грузовиков, – североамериканского производителя автобусов и грузовиков Navistar за 3,7 млрд долл. (для расширения присутствия на североамериканском рынке) [18].

Таким образом, компании все чаще стремятся инвестировать в стартапы, которые разрабатывают новые технологии для аккумуляторов и автономного вождения.

Рост M&A-сделок во втором полугодии 2020 г. и I квартале 2021 г. был в значительной степени обусловлен активностью специализированных компаний по целевым приобретениям (Special Purpose Acquisition Company, SPAC). Так, в 2020 г. в сделках с SPAC участвовали такие компании автомобильной отрасли, как Nikola Motor Company (разработчик грузовиков на водородных топливных элементах), Arrival (разработчик электрофургонов), Fisker Automotive (производитель гибридных автомобилей), Lordstown Motors (производитель электромобилей) и др. [19]. В I квартале 2021 г. в сделках с SPAC участвовали EVgo Fast Charging (оператор зарядных сетей для электромобилей), Proterra Inc. (производитель электрических автобусов и аккумуляторов).

В целом количество M&A-сделок в мировом автопроме в I квартале 2021 г. составило 248 (по сравнению с 223 сделками за аналогичный период 2020 г.), общая стоимость сделок достигла 48 млрд долл. (12 млрд долл. в I квартале 2020 г.). Эксперты ожидают роста активности на рынке M&A во второй половине 2021 г. и в 2022 г. и продолжения инвестирования технологических стартапов [18].

Выводы

Проблемы, обусловленные пандемией Covid-19, усугубляются происходящими в автомобильной промышленности технологическими изменениями и вносят коррективы в стратегии развития автомобильных корпораций.

Пандемия Covid-19 усилила тренды на экологизацию и ускорила рост мирового рынка электромобилей. Крупнейшие автомобильные корпорации анонсировали планы по увеличению количества моделей и объемов продаж электромобилей. Пандемия также вызвала необходимость переосмысления глобализированных систем производства и развития локализованных региональных цепочек поставок, снижающих зависимость автопроизводителей от импорта автокомпонентов. Автомобильные корпорации инвестируют значительные средства в разработку и производство аккумулято-

ров, снижение импортозависимости также обеспечивается за счет реализации национальных программ поддержки отрасли.

Развитие технологий CASE ориентирует мировые автопроизводители на приобретение технологических компаний, создание стратегических партнерств с другими автомобильными корпорациями для создания и внедрения инноваций и снижения затрат. Тенденции развития электромобильности и автономного вождения будут стимулировать дальнейшую активность М&А в области технологий CASE — от производителей конечной продукции до производителей аккумуляторов и других участников экосистемы электромобильности и автономного вождения.

Мировые тренды в области экологизации и инновационного развития задают ориентиры для развития российской автомобильной промышленности. Россия значительно отстает от других стран в готовности к использованию технологий CASE в автоиндустрии, что грозит потерей рынка для отечественных автомобильных корпораций и обуславливает необходимость актуализации существующих стратегии и программ развития автомобильной отрасли России в области производства электротранспорта и транспортных средств, использующих природный газ в качестве моторного топлива, с целью обеспечения конкурентоспособности отрасли.

Литература

1. Jaderná E. Green solutions in automotive industry Green solutions in automotive industry. 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/345733664_Green_solutions_in_automotive_industry_Green_solutions_in_automotive_industry.

2. Lin R.-J., Chen R.-H., Huang F.-H. Green innovation in the automobile industry // *Industrial Management & Data Systems*. 2014. Vol. 114. № 6. Pp. 886-903. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2013-0482>.

3. Pató B. Sz. G., Herczeg M. The Effect of the Covid-19 on the Automotive Supply Chains // *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Oeconomica, Sciendo*. 2020. Vol. 65. № 2. Pp. 1-11.

4. Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles [OICA] // *Global Sales Statistics*. 2021. URL: <https://www.oica.net/category/sales-statistics/>.

5. Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles [OICA] // *Production Statistics*. 2021. URL: <https://www.oica.net/category/production-statistics/>.

6. Association of European Businesses [AEB]. Press release. January 14, 2021. URL: <https://aebrus.ru/upload/iblock/57b/RUS-Car-Sales-in-December-2020.pdf>.

7. Association of European Businesses [AEB]. Press release April 6, 2021. URL: https://aebrus.ru/upload/iblock/932/RUS-Car-Sales-in-March-_-Q1-2021.pdf.

8. Focus2move (2020-2021). Global Auto Market. URL: <https://focus2move.com/world-car-group-ranking/>.

9. Automotive sector outlook: Recovering after traumatic 2020. URL: <https://think.ing.com/articles/automotive-sector-outlook-recovering-after-traumatic-2020>.

10. International Energy Agency [IEA]. Global EV Outlook 2021. URL: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2021>.

11. The European Green Deal. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en.

12. Количество электромобилей в России превысило 10 тысяч единиц. URL: <https://www.autostat.ru/news/47243/>.

13. Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2025 года [утв. Распоряжением Правительства РФ от 28 апреля 2018 г. № 831-р (ред. от 22.02.2019 № 263-р)] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/>.

14. EU Signs €145bn Declaration to Develop Next Gen Processors and 2nm Technology // EE Times Europe. Dezember 9, 2020. URL: <https://www.eetimes.eu/eu-signs-e145bn-declaration-to-develop-next-gen-processors-and-2nm-technology/>.

15. Bosch открыл в Дрездене завод по производству полупроводников. URL: <http://www.fixygen.ua/news/20210609/bosch-otkryl.html>.

16. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Empty: 2030 Digital Compass: the European Way for the Digital Decade. Brussels, 09.03.2021. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52021DC0118>.

17. M&A Automobiles & Components // Institute of Mergers, Acquisitions and Alliances [IMAA], 2021. URL: <https://imaa-institute.org/m-and-a-by-industries/>

18. Automotive deals insights: 2021 midyear outlook // PricewaterhouseCoopers [PwC], 2021. URL: <https://www.pwc.com/us/en/industries/industrial-products/library/automotive-deals-insights.html>

19. Boll C. R., Hilfinger S. H. M&A Survives and Thrives in 2021: Dealmakers are Charged Up Heading into the New Year // National Law Review. 2021. Vol. XI, № 178. URL: <https://www.natlawreview.com/article/ma-survives-and-thrives-2021-dealmakers-are-charged-heading-new-year>.

20. Официальный сайт Volkswagen Group. URL: <https://www.volkswagenag.com>.

21. Официальный сайт компании General Motors. URL: <https://www.gm.com>.

22. Официальный сайт Toyota Motor Corporation. URL: <https://www.toyota-global.com>.

23. Официальный сайт Ford Motor Company. URL: <https://corporate.ford.com>.

24. Официальный сайт Hyundai Motor Group. URL: <https://www.hyundaimotorgroup.com>.

25. Транспорт в России – 2020 г. URL: https://gks.ru/bgd/regl/B20_55/Main.htm.

*Статья поступила в редакцию 07.06.21г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом Е. С. Поротькиным*

УДК 332.02

© Н. А. УСТИНА¹, С. В. ГРАНКИНА², А. А. КАРЛИНА³, 2021

^{1,3} Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

² Самарский государственный экономический

университет (СГЭУ), Россия

E-mail ¹: nina_ustina@mail.ru

E-mail ²: svetav_grankina@mail.ru

E-mail ³: karlina_anna@mail.ru

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье представлены результаты коллективного исследования, проведенного в рамках проекта по оценке конкурентных преимуществ развития Жигулевского туристско-рекреационного кластера (ТРК) на территории Самарской области. В ходе исследования проведено сравнение Жигулевского ТРК с другими территориями, претендующими на поддержку со стороны государства. Обоснована инвестиционная привлекательность и перспективы развития данного кластера, проведена оценка существующей инфраструктуры.

Ключевые слова: региональный туристско-рекреационный кластер, региональная экономика, инвестиции в развитие территории, инфраструктура туристско-рекреационного кластера.

Введение

Актуальность выбранной темы исследования обуславливается возрастающей ролью кластерного подхода в осуществлении конкурентоспособности Самарского региона. В современном мире реализация кластерной политики стремительно набирает обороты, так как кластеры как территориальная модель взаимодействия предприятий, объединенная общими технологическими процессами или методикой, демонстрирует положительные экономические результаты с точки зрения как повышения эффективности деятельности хозяйствующих субъектов, так и развития экономики региона в целом. В силу структурных и институциональных особенностей российской экономики процессы кластеризации отраслей требуют поддержки со стороны государства и региональных органов власти. Не

составляет исключение в этом смысле туристско-рекреационная деятельность. В связи с этим представляются актуальными оценки перспектив развития туристско-рекреационных кластеров (ТРК) на территориях регионов для разработки механизмов их поддержки и продвижения как на региональном, так и на общенациональном уровне.

Цель исследования – определить перспективы развития в Самарской области туристско-рекреационного кластера (объекта исследования). В качестве территории, которая потенциально может рассматриваться как основа для создания данного кластера, предлагается проанализировать площадь национального парка «Самарская Лука» и территорию на левом берегу реки Волга в районе Мастрюковских озер.

Обозначенная цель исследования предполагает решение двух взаимосвязанных задач:

- анализ инвестиционной привлекательности и конкурентных преимуществ развития Жигулевского ТРК;
- анализ инфраструктурных условий для развития Жигулевского ТРК.

Теоретической основой исследования послужили концепции, представленные в работах отечественных и зарубежных ученых в области кластерных форм организации деятельности хозяйствующих субъектов [9, 13], кластерной политики и инноваций [7, 11], организации туристско-рекреационной деятельности [6, 9, 13] и функционирования туристско-рекреационных кластеров [2, 4, 5].

Методология исследования

Оценка привлекательности туристских ресурсов ТРК Жигулевска для бюджетных и внебюджетных инвестиций была проведена с применением метода сравнения характеристик инвестиционных проектов туристско-рекреационных кластеров, получивших в 2019-2021 гг. субсидии из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на софинансирование строительства (реконструкции) объектов обеспечивающей инфраструктуры с длительным сроком окупаемости [10]. Для сравнения были выбраны инвестиционные проекты по созданию комплексной обеспечивающей инфраструктуры следующих туристских кластеров:

- 1) «Бурзянский» (в Республике Башкортостан);
- 2) «Волжская Булгария» (в Республике Татарстан);
- 3) «Чувашия – сердце Волги» (в Республике Чувашия);
- 4) «Ворота Байкала» (в Иркутской области);

5) «Соленые озера» (в Оренбургской области);

6) «Волжское море» (в Тверской области).

Основными критериями отбора стали:

– принадлежность туристско-рекреационного кластера к одному или нескольким видам туризма, планируемым к освоению в рамках Жигулевского кластера;

– территориальная сочлененность кластеров (за исключением Байкальского) как фактор, позволяющий ориентироваться на региональных инвесторов.

Для сравнительной оценки кластеров была использована авторская методика, разработанная и адаптированная под цели и задачи настоящего исследования на основе работ О. Е. Афанасьева [2]. Суть методики заключается в сравнении туристско-рекреационного потенциала территорий путем выставления балльных экспертных оценок по определенным показателям. Показатели и критерии выставления баллов представлены в таблице 1.

Таблица 1

Методика оценки потенциала региональных туристско-рекреационных кластеров

Показатели	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла
<i>Природные туристские ресурсы</i>				
1. Высоты	менее 200 м	200-500 м	500-800 м	более 800 м
2. Погодные туристские ресурсы: сезон	зима	лето	весна, лето, осень	всесезонность
3. Водные туристские ресурсы	отсутствие	моноцелевое использование	мезоцелевое использование	полицелевое использование
<i>Географические туристские ресурсы</i>				
1. Расположение относительно центров генерации турпотоков – ближайших «городов-миллионников»	более 301 км	151–300 км	100-150 км	0–50 км

Окончание табл. 1

2. Протяженность маршрутов, связывающих кластер в единый комплекс	менее 50 км	50-100 км	100-150 км	более 150 км
3. Наличие и статус особо охраняемых природных зон	нет	регионального значения	национального значения	международного значения
<i>Социально-культурные, исторические туристские ресурсы</i>				
1. Разнообразие видов туристских аттракторов и/или ядер кластера	монокластеры	дикластеры	мезокластеры	поликластеры
2. Ценность историко-культурных объектов	локальная ценность	региональная ценность	национальная ценность	международная ценность (наследие ЮНЕСКО)
3. Сила бренда территории кластера	региональный бренд	надрегиональный бренд	национальный бренд	межнациональный бренд
<i>Организационные туристские ресурсы</i>				
1. По стадии жизненного цикла	предкластеры	зарождающиеся	развивающиеся	зрелые
2. По пространственно-территориальной структуре участников кластера	локальный	региональный	надрегиональный	транснациональный
3. По способу формирования кластера	целевые	целевые с историко-культурной основой	самоорганизовавшиеся	исторически сложившиеся

Результаты исследования

Анализ региональных ТРК согласно используемой методике показал следующие результаты (табл. 2).

Сравнительная характеристика региональных туристско-рекреационных кластеров

ТРК «Волжская Булгария»	ТРК «Чувашия – сердце Волги»	ТРК «Волжское море»	ТРК «Ворота Байкала»	Бурзянский ТРК	Жигулевский ТРК	ТРК «Соленые озера»
<i>Природные туристские ресурсы</i>						
1. Высоты						
1	1	1	4	4	2	1
2. Погодные туристские ресурсы						
3	3	3	4	4	4	4
3. Водные туристские ресурсы						
4	4	4	4	3	4	2
<i>Географические туристские ресурсы</i>						
1. Расположение относительно центров генерации турпотоков – ближайших «городов-миллионников»						
2	2	3	3	1	4	1
2. Протяженность круизных маршрутов, связывающих кластер в единый комплекс						
3	1	2	3	-	3	-
3. Наличие и статус особо охраняемых природных зон						
3	1	3	4	3	4	3
<i>Социально-культурные, исторические туристские ресурсы</i>						
1. Разнообразие видов туристских аттракторов и/или ядер кластера						
2	2	3	3	3	4	1
2. Ценность историко-культурных объектов						
4	2	3	3	2	3	2
3. Сила Бренда территории кластера						
2	1	2	4	2	3	3
<i>Организационные туристские ресурсы</i>						
1. По стадии жизненного цикла						
4	1	3	3	1	2	3
2. По пространственно-территориальной структуре участников кластера						
1	2	2	2	2	2	1
3. По способу формирования кластера						
2	1	2	2	3	3	3
Средний балл						
2,5	1,7	2,5	3,3	2,6	3,0	2,2

Как видно из таблицы 1, проектируемый туристско-рекреационный кластер — «Жигулевский» — можно отнести к третьему типу. Основания для такой классификации — это большие возможности связанности территории. Национальный парк «Самарская Лука» имеет значительное число природных памятников, которые могут рассматриваться как аттракторы туристской привлекательности. Кроме того здесь есть условия для создания искусственных туристских объектов (например, горнолыжного комплекса), являющихся доступными для жителей как Самарской области, так и других регионов. По этим характеристикам потенциал Самарской Луки сопоставим с характеристиками таких туристских кластеров, как Соль-Илецк в Оренбургской области.

Сравнительная оценка туристско-рекреационного потенциала кластеров показала, что Жигулевский ТРК на фоне других кластерных инвестиционных проектов обладает значительными конкурентными преимуществами и может рассматриваться как привлекательный объект для инвестиций в обеспечивающую инфраструктуру. Очевидными сильными сторонами формируемого кластера с точки зрения имеющихся туристских ресурсов являются следующие.

1. Непосредственная близость относительно центров генерации турпотоков — ближайших «городов-миллионников» и городов свыше 800 тыс. жителей. Ни один из представленных для сравнения кластеров такой концентрацией потенциальных туристских потоков не обладает.

2. Разнообразие природных ресурсов (горный рельеф, водные ресурсы), обеспечивающих всесезонный спрос на активный туризм и рекреацию. Природно-климатические и ландшафтные условия обеспечивают возможности для развития различных видов активного туризма — пешеходного, горного, горнолыжного, спелеологического, велотуризма.

3. Высокая экологическая ценность природных ресурсов территории Жигулевского ТРК. В Самарской области сформирована сеть особо охраняемых природных территорий (ООПТ) федерального значения. Территории национального парка «Самарская Лука», Жигулевского заповедника входят в Средне-Волжский комплексный биосферный резерват ЮНЕСКО.

4. Высокая степень разнообразия видов туристских аттракторов, обусловленная накопленным самостоятельно сформированным на территории историко-культурным потенциалом межрегионального и национального значения. К ним можно отнести: фестиваль-

ные традиции, изобразительное искусство, спортивный туризм (водный, горный), речные круизы и др. Одна из крупнейших водных артерий Российской Федерации — река Волга — дает возможность организации круизных теплоходных путешествий почти шесть месяцев в году (с апреля по ноябрь).

Важнейшим показателем, позволяющим определить потенциальные возможности формирования Жигулевского ТРК как центра активного туризма, является рельеф. В таблице 2 показано, что по абсолютным высотам рельефа кластер явно проигрывает основным конкурентам, однако для туристской привлекательности горных массивов важна не столько абсолютная высота, сколько такой показатель, как расчлененность рельефа, который определяется относительными высотами.

Территория Жигулевского кластера располагается в зоне двух геоморфологических провинций: Самарской Луки и Приволжской возвышенности (Мастрюковские озера). Так как наиболее благоприятной для развития массового активного туризма считается глубина расчленения рельефа в пределах 100-120 км/км², показатель горного рельефа территории туристско-рекреационного кластера Жигулевска находится именно в этих пределах. Жигулевские горы начинаются у села Усолье и тянутся на 75 км до села Подгоры. Жигули имеют тектоническое происхождение, а формы вершин и склонов — выраженный горный характер. Глубокие овраги разбивают Жигулевские горы на отдельные массивы. Их резкая расчлененность, создающая облик низкогорья, характерна для полосы шириной 5-6 км. Абсолютные отметки достигают здесь 260-381 м. Наиболее удобные для горнолыжных трасс северные склоны Жигулей.

Возвышенное положение Жигулевского массива наряду с крутизной склонов определяет местные особенности климата: большие суточные и годовые амплитуды и быструю смену температур, мощное развитие снежного покрова, различия температур на возвышенных и на низких участках [8].

При исследовании рекреационного климатического компонента Жигулевского ТРК были учтены такие параметры, как среднесуточная температура, высота снежного покрова. Климат на рассматриваемой территории континентальный, с жарким сухим летом и холодной зимой [3]. Первый снежный покров в долине реки Волга образуется в среднем 30 октября, а устойчивый — 21 ноября, разрушается 11 апреля, а полный сход снега завершается к 15 апреля.

Следовательно, «высокий сезон» для горнолыжного комплекса — середина ноября — начало апреля.

Таким образом, основная идея Жигулевского ТРК — идея всесезонного отдыха и включает две основные составляющие, взаимодополняющие друг друга — горнолыжную зону и зону летнего отдыха.

Сравнительная оценка историко-культурного потенциала кластеров показала (см. табл. 2), что лидерство здесь остается за ТРК «Волжская Булгария», который признан наследием ЮНЕСКО. Но потенциально этот кластер может растерять значительную часть своих преимуществ, поскольку находится вдалеке от концентрации туристского спроса и вынужден ориентироваться преимущественно на сезонный круизный туристский поток. В то же время всесезонный характер Жигулевского ТРК способен обеспечить высокий спрос на культурно-познавательные виды туризма, который будет поддерживаться национальным масштабом историко-культурного наследия, представленным в национальном парке «Самарская Лука» и на Мастрюковских озерах (дом-музей И. Репина, Грушинский фестиваль).

Значимым историко-культурным фактором, определяющим преимущество Жигулевского туристско-рекреационного кластера, является сила бренда «Жигули».

На основе сравнительного анализа факторов развития Жигулевского ТРК определены наиболее перспективные виды туризма, развитие которых может дать серьезный толчок для повышения конкурентоспособности регионального туристского продукта. К ним относятся активный, событийный, культурно-познавательный и экологический туризм. Развитие кластера возможно по четырем направлениям:

1) культурно-познавательный блок — включает экскурсионную деятельность (музеи);

2) рекреационный блок — предполагает создание гостевых домов, гостиниц, санаториев;

3) активный блок — включает в себя: создание горнолыжного комплекса, разработку велосипедных и пеших маршрутов;

4) событийный блок — предполагает организацию специальной площадки для фестивально-зрелищного направления событийного туризма.

Создание туристского кластера возможно при сбалансированном развитии как туристской, так и обеспечивающей инфраструктуры. Значительное место в развитии кластера играет также ин-

ституциональный фактор. Структура элементов туристского кластера и их взаимодействие представлено на рисунке 1.

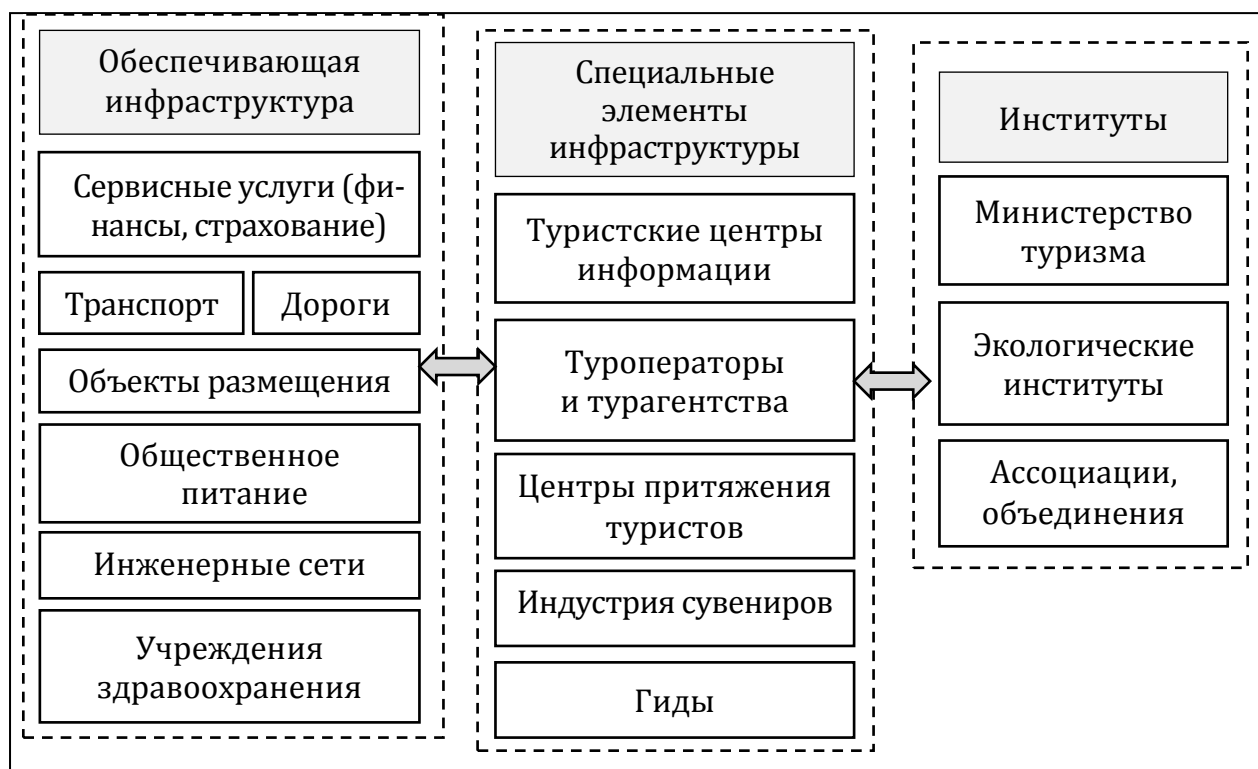


Рис. 1. Структура элементов туристского кластера

Далее в рамках исследования проведена оценка средств размещения, системы общественного питания Жигулевского туристско-рекреационного кластера, наличие центров притяжения туристов, наличие и качество обеспечивающей инфраструктуры (см. рис. 1).

Всего в г.о. Жигулевск действуют 124 объекта размещения. Преимущественно это гостиницы без категории (83 объекта), гостиницы, имеющие категорию: 4 звезды – 33 объекта, 3 звезды – 5 объектов, 2 звезды – 3 объекта. Пятизвездочные отели в городе отсутствуют.

Рынок общественного питания сегментируется исходя из формата заведения. В городе представлены предприятия питания любых сегментов (рестораны, кафе, столовые, фастфуд, тематические кафе, кофейни и сетевые заведения). По данным Администрации городского округа Жигулевск на 01.01.2020 г. зафиксировано 59 предприятий общественного питания в следующих организационно-правовых формах: ИП – 42, ООО – 17 [1].

К центрам притяжения туристов относятся следующие культурные и природные объекты и объекты промышленного туризма: дом-музей И. Репина; информационный центр «Дом-музей Лисы»; вольерный комплекс для диких животных, попавших в беду, «Дом

Айболита»; информационный центр «Музей летучей мыши»; музей Жигулевского заповедника им. И. И. Спрыгина; историко-краеведческий музей «Самарская Лука»; выставочный центр «Народная галерея»; музей-театр «Жигулевская сказка»; дом-музей поэта А. Ширяевца; гора Верблюд; гора Стрельная; родник «Каменная чаша»; ширяевские штольни; Жигулевская ГЭС.

Обеспечивающая инфраструктура кластера представлена централизованным газоснабжением и теплоснабжением. Сетевой газ проведен во все населенные пункты, территориально расположенные в Жигулевском ТРК.

Важнейшим условием потенциальной привлекательности территории для размещения туристского кластера является транспортная доступность. Муниципальное образование г.о. Жигулевск связано с региональными и межрегиональными центрами генерации турпотоков магистральной федеральной автомобильной дорогой «Москва – Урал» (М-5), федеральной железной дорогой «Смышляевка – Жигулевское Море – Сызрань». Транспортной артерией, как говорилось выше, является и река Волга. В районе Яблоневого оврага г.о. Жигулевск расположены четыре грузовых причала. В селах Зольное, Солнечная Поляна, Богатырь, Ширяево существуют речные пассажирские причалы. В то же время в связи с затрудненной транспортной доступностью правого берега реки Волга, особенно в периоды межсезонья, одним из элементов логистической инфраструктуры туристско-рекреационного кластера Самарской области может стать пассажирская подвесная канатная дорога, обеспечивающая бесперебойное транспортное сообщение и генерирующая туристский поток.

Выводы

Таким образом, оценка туристской и обеспечивающей инфраструктуры г.о. Жигулевск и его ближайших территорий характеризуется выгодным географическим положением, многоотраслевым промышленным развитием, развитой транспортной сетью, наличием водных ресурсов, туристской привлекательностью.

В Самарской области присутствует совокупность условий по удовлетворению потребностей российских туристов в активном отдыхе и рекреации посредством создания современного конкурентоспособного продукта – Жигулевского туристско-рекреационного кластера. Туристские ресурсы и туристская инфраструктурная характеристика территории позволяет развивать как внутренний, так и въездной туризм в регионе.

В то же время в результате исследования были выявлены проблемы, снижающие привлекательность территории для посещения туристами, а именно недостаточное количество сертифицированных средств размещения высших категорий, недостаточное количество маршрутов общественного транспорта, что снижает доступность отдельных объектов, а также неурегулированные вопросы целевого использования территорий, находящихся в ведении Национального парка «Самарская Лука» и Жигулевского заповедника. Решение этих проблем лежит в ведении как региональных, так и федеральных органов власти и природоохранных ведомств.

Литература

1. Официальный сайт Администрации городского округа Жигулевск Самарской области. URL: https://zhigulevsk.org/index/ekonomika_i_finansy.
2. Афанасьев О. Е. Типология туристских кластеров, включенных в ФЦП «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации» // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. № 1. Т. 10. С. 37-45.
3. База данных портала Climate-Energy.ru // URL: https://climate-energy.ru/weather/spravochnik/sndp/climate_sprav-sndp_2880701675.php.
4. Галиуллина Г. К., Галимов Ш. Ш., Шабанова Л. Б. Методика анализа туристского кластера региона // Вестник ТИСБИ. 2014. № 2 (58). С. 141-149.
5. Гришин С. Ю. Методологические подходы к классификации туристских кластеров // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 32 (34). С. 7-10.
6. Дончевский Г. Н., Щитов С. Е. Оценка туристических потоков в Ростовской области в 2018 году // Вестник Самарского муниципального института управления. 2018. № 4. С. 39-46.
7. Костылев А. А., Радюкова Я. Ю., Ляхина А. А. Направления совершенствования механизмов государственной поддержки кластеров // Вестник Самарского муниципального института управления. 2020. № 3. С. 26-33.
8. Росина А. Г. Взаимодействие как основа устойчивого конкурентного преимущества экономического кластера // Фундаментальные исследования. 2015. № 6-1. С. 184-188.
9. Обедиентова Г. В. Происхождение природы Жигулей // Портал «Лука Онлайн». URL: <http://lukaonline.ru/publications/putevoditel/3760/>.
10. Постановление Правительства РФ от 30 января 2019 г. № 61 «О внесении изменений в приложение № 20 к государственной программе Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020

годы» // Собрание законодательства Российской Федерации от 11 февраля 2019 г. № 6. Ст. 525.

11. Тарасов Е. В. Формирование кластерной политики Самарского региона // Вестник Самарского муниципального института управления. 2018. № 1. С. 23-31.

12. Устина Н. А., Карлина А. А. Типологизация строительных кластеров как методологический инструмент для разработки кластерной политики в регионе // Вестник Самарского муниципального института управления. 2019. № 3. С. 57-66.

13. Устина Н. А., Карлина А. А. Современные управленческие технологии государственной и муниципальной поддержки инициативных проектов в сфере туризма // Вестник Самарского муниципального института управления. 2019. № 1. С. 46-57.

*Статья поступила в редакцию 26.05.21 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом О. А. Горбуновой*

© Н. П. Щукина¹, Б. А. Никитина², 2021

^{1,2} Самарский государственный медицинский университет (СамГМУ), Россия

E-mail ¹: nina_shukina@mail.ru

E-mail ²: belanik@yandex.ru

О ПАРАДОКСАХ НЕЗАВИСИМОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛОВИЙ ОКАЗАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

В статье делается акцент на парадоксах организации независимой оценки качества условий оказания социальных услуг, находящихся в фокусе внимания заинтересованной общественности. Вовлечение этой общественности в бюджетный процесс впервые рассматривается как ресурс систематического и оперативного наблюдения конструирования данной оценки с помощью механизма публичных слушаний по региональному бюджету. Постулируется, что сегодня независимая оценка качества условий оказания социальных услуг далека от ожиданий, изначально возложенных на нее в известных официальных текстах периода 2012-2018 гг.

Ключевые слова: качество условий оказания социальных услуг, независимая оценка качества условий оказания социальных услуг, публичные слушания, парадоксы.

Побудительным мотивом к написанию данной статьи послужило ознакомление с публикацией официальных результатов выполнения госпрограмм, наряду с высоко оцениваемыми результатами независимой оценки качества условий оказания услуг учреждениями социальной сферы (далее – НОК). В 2020 г. эффективность госпрограмм, по расчетам Минэкономки России, выросла чуть ли не вдвое, до 91,1% против 53,6% годом ранее [6]. В числе программ с эффективностью выше среднего 26 из 43, включая такие программы, как «Социальная поддержка граждан» и «Развитие здравоохранения» [6]. Что касается удовлетворенности качеством услуг учреждений социальной сферы, то в официальных текстах она фиксируется сегодня как стабильно высокая.

В настоящее время можно наблюдать многообразие публикуемых данных об удовлетворенности качеством услуг в целом (ФСО, ФОМ, ВЦИОМ и др.). Все это симулирует постановку вопросов о возможности «единых методологических подходов» к НОК, декларируемых в официальном дискурсе [14], и о сложившихся прак-

тиках НОК. Постановка таких вопросов обусловлена во многом сложностью объектов исследования, а также спецификой бюджетирования проведения НОК, которое не только разнится в разных структурах социальной сферы, порой, весьма существенно, но и имеет тенденцию сокращения.

Цель данной работы заключается в выявлении парадоксов НОК (*предмета исследования*), связанных с инструментарием данной оценки и практиками ее использования организациями-операторами. *Объект исследования* — процесс организации НОК.

Говоря о названных выше практиках, имеем в виду наблюдаемый процесс институционализации НОК, нижнюю границу которого определим 2017 годом, когда в связи с критикой сложившейся практики НОК был принят Федеральный закон Российской Федерации № 392-ФЗ (05.12.2017 г.) [20], а затем и Методика проведения НОК, разработанная Минтруда России (30.10.2018 г.) [9]. В данной работе наряду с анализом нормативных документов авторами используется включенное наблюдение, которое они осуществляли над процессом НОК периода 2017-2020 гг. и по настоящее время в роли общественных экспертов², ежегодно оценивающих — так или иначе — данный процесс на публичных слушаниях по региональному бюджету (далее — ПС). Иными словами, в качестве кейса в исследовании выступает Самарская область, которая в свое время стала пилотным регионом по становлению НОК.

Предваряя раскрытие заявленной в цели исследования темы, заметим, что социологи постоянно сталкиваются с парадоксами социальной реальности, изучая ее. Сказанное нашло отражение в целом ряде работ, авторы которых обращаются к проблеме парадоксов в самых разных контекстах: от парадоксов в социологии в целом [16], включая такие вопросы, как парадоксы изучения социальной структуры в России [3], постсекулярного общества [2], до «парадоксального человека» [19]. Исследования по теме НОК не менее активно представлены в отечественной социологии. Опубликована серия статей об институционализации НОК, ее региональных проектах [10], проблематизирована репрезентативность получаемых в ходе таких оценок результатов [22]. Однако исследователи НОК до настоящего времени практически не уделяли внимания ряду парадок-

² Авторы данной статьи являются общественными экспертами по бюджетным расходам региональных министерств образования и науки, здравоохранения и социально-демографической и семейной политики с 2009 г. и по настоящее время.

сов, несмотря на то что институционализация данного процесса началась почти 10 лет назад, а роль НОК отводится весьма высокая, в том числе в оценке деятельности руководителей разных уровней.

Парадоксы НОК определим, несколько перефразируя Ж. Т. Тощенко, как процессы, в ходе которых достигаются результаты, прямо противоположные ранее провозглашенным целям НОК или качественно отличающиеся от первоначальных планов или намерений [19, с. 54]. В силу того, что «парадоксальность присуща не только процессу познания, но и самой действительности» [19, с. 53], таких противоречий в процессе НОК немало.

Учитывая допустимый объем статьи, затронем только те парадоксы НОК, что чаще всего оказываются в фокусе внимания общественных экспертов, а зрение их «слишком ограничено и может обнимать собою ... только известное число предметов» [5, с. 2].

Согласно упомянутой выше методике, НОК осуществляется «в целях определения удовлетворенности качеством условий получения социальных услуг, и по итогам такой оценки формируются предложения по улучшению» этого качества «по каждой организации социальной сферы» [9]. Однако какими будут эти рекомендации, если в анкете (с помощью которой в основном и проводится НОК) из 18 вопросов 16 являются закрытыми и фактически лишь 1 – открытый: «Ваши предложения по улучшению условий оказания услуг в данной организации» (см. [9], Приложение). Иначе говоря, выразить свое мнение собственными словами получатели услуг могут только с помощью одного из 18 вопросов анкеты, а закрытые вопросы анкеты не достаточно информативны для разработки качественных рекомендаций по совершенствованию оцениваемой с помощью НОК работы. Подчеркнем, речь идет не столько о специфике закрытых вопросов в целом, сколько об их формулировке в анализируемом документе: каждый из таких вопросов анкеты, как 2, 4, 6, объединяет в себе фактически несколько вопросов. Тем самым утрачивается их значимость в аспекте ожидаемого эффекта и выполнения обещаний «улучшить работу организаций социальной сферы и повысить качество оказания услуг населению» с помощью такой НОК [9]. Так, в связи с формулировкой неоднозначного по смыслу вопроса 2: «Удовлетворены ли Вы открытостью, полнотой и доступностью информации о деятельности организации, размещенной на информационных стендах в помещении организации?» – возникает ряд вопросов. Например, какие конкретно рекомендации по улучшению работы исследуемой организации возможны в случае отрицательного ответа. Они будут касаться и открытости, и полноты, и доступности информации о деятельности организации

или только открытости. И что конкретно может в таком случае рекомендовать организация-оператор касательно, например, доступности информации?

Разумеется, авторы анализируемой анкеты учитывали сложность и пестроту состава респондентов. Согласимся, что закрытые вопросы повышают активность отвечающих, обеспечивают удобную для обработки и анализа стандартизацию ответов [8, с. 94]. В то же время возникает вопрос: «Возможно ли в случае использования данного инструмента получить результаты, анализ которых будет действительно способствовать повышению качества оказываемых респондентам услуг?». Тем более, повторим, речь идет о ситуации, когда удовлетворенность результатами НОК декларируется уже как весьма высокая.

На наш взгляд, сказанное выше — весомое основание для корректировки анализируемой анкеты, тем более изначально она носит «рекомендательный» характер, но, судя по наблюдениям общественных экспертов, редко корректируется. Более того, такие корректировки порой усложняют инструмент исследования включением в него профессиональных терминов, табличных вопросов и т.п. (из наблюдений итоговых ПС от 25.12.2020 г.; ПС регионального Министерства образования и науки (далее — МОиН) от 03.12.2020 г. и 30.04.2021 г.). Подчеркнем, что именно открытые вопросы, приносящие больше инсайтов и помогающие лучше понять представления опрашиваемых о качестве условий получения услуг, позволили бы собрать необходимые в условиях почти 100% удовлетворенности россиян качественные данные. Пока же в отчетах по НОК в числе типичных рекомендаций по повышению качества условий получения социальных услуг представлены такие, как «разместить на информационных стендах в помещении организации информацию, предусмотренную нормативными правовыми актами»; «принимать необходимые управленческие решения, направленные на повышение качества обслуживания» [13, с. 45, 48], «проводить мероприятия по контролю за соблюдением работниками организаций основных принципов, норм и правил служебного поведения...» [12, с. 652] или — «повысить доступность услуг для инвалидов, актуализировать информацию на официальных сайтах образовательных организаций, улучшить питание..., обеспечить односменный режим обучения...» [11, с. 24]; «рассмотреть возможность организации в приемных отделениях обеспечения пациентов питьевой водой» [15]. Думается, что такие — во многом «лежащие на поверхности» или недостаточно конкретные для выполнения — рекомендации по по-

вышению качества удовлетворенности не оправдывают высокое бюджетное финансирование НОК (от 350 000 до 794 000 руб.), на которое готовы идти региональные министерства. Такие рекомендации являются содержательной иллюстрацией фактического отсутствия в инструменте исследования — анкете — открытых вопросов, о чем шла речь выше. В данном случае уместно обратить внимание и на другое: в цитируемом нами отчете речь идет и об экспертном опросе, где роль эксперта (без каких-либо обоснований) взяла на себя организация-оператор [12, с. 13]. Обратим в этой связи внимание не на методы отбора экспертов, принципы отбора которых в данном случае нарушены, а на одну из рекомендаций, высказанных накануне, в отчете по НОК, проведенной в той же структуре. В рекомендации говорится о необходимости «привлечения независимых экспертов в области проведения социологических исследований к ежегодному анкетированию получателей социальных услуг с целью обеспечения проведения независимого анкетирования [13, с. 48].

Разумеется, нет правил без исключений. Наблюдаются и практики применения нескольких инструментов НОК, когда наряду с рекомендуемой анкетой Минтруда России используются и анкеты «для сбора информации об открытости и доступности информации.., обеспечении комфортных условий оказания услуг методом визуального обследования» в исследуемой организации, а также «для анализа содержания официальных сайтов» исследуемых организаций в сети Интернет «дистанционным методом», заполняемые «экспертами» [13, с. 104-109; 110-115]. Как уже говорилось выше, вносятся и коррективы в рекомендуемый Минтруда России инструмент исследования, часто подвергающие сомнению качество исследования (из наблюдений круглого стола от 17.02.2021 г.³). В некоторых анкетах отсутствует даже обращение к респонденту с кратким изложением цели исследования и правил заполнения анкеты (см. [1]).

Использование и корректировка рекомендуемой Минтруда России анкеты, самостоятельность в разработке бланков или гайдов интервью при проведении НОК определяются во многом особенностями организаций-операторов, осуществляющих эту оценку: качественным составом их сотрудников, основными видами деятельности, стажем представленности на поле исследований по НОК и т.п.

Данная тема была проблематизирована на одной из недавних международных социологических конференций, где постулирова-

³ Круглый стол по обобщению практик НОК был проведен в соответствии с решениями итоговых ПС от 25.12.2020 г. для социальных министерств на площадке одного из них.

лось, что НОК должна обеспечиваться «не бюджетными организациями (которые будут фиксировать результаты собственной деятельности) и не индивидуальными предпринимателями (не располагающими достаточными ресурсами для этого» [19, с. 227]. Согласимся с Н. Николаевым, участником данной конференции, что «если государство использует механизмы, учитывающие мнения людей, необходимо непосредственное участие профессиональных социологических структур» [7, с. 227].

В таблице 1 представлены сведения об организациях, проводящих НОК на площадках министерства, работа которого в исследуемом направлении была оценена общественностью как одна из лучших (из наблюдений итоговых ПС от 25.12.2020 г.).

Таблица 1

Организации-операторы проведения НОК в учреждениях социального обслуживания с 2017 по 2021 гг.

<i>Организация-оператор (название, место, год регистрации)</i>	<i>Описание деятельности организации (ОВД, ДВД, НИиР)</i>	<i>Цена договора / начальная цена контракта, руб.</i>	<i>Год проведения НОК</i>
Индивидуальный предприниматель Чулкова Е.П., г. Казань, 2020 г.	ОВД: торговля; НИиР на 19 месте из 23 ДВД	27888/49000	2021
ООО «Марагда», г. Пермь, 2020 г.	ОВД: письменный и устный перевод; НИиР на 30 месте из 59 ДВД	34790/220500	2020
ООО «Стратегия», г. Иваново, 2016 г.	ОВД: НИиР; всего 11 ДВД	140620/250000	2019
ООО «Витадини», г. Улан Удэ, 2015 г.	ОВД: розничная торговля; всего 33 ДВД ⁴	127000/250000	2018
ООО «Витадини», г. Улан Удэ, 2015 г.	ОВД: розничная торговля; всего 33 ДВД	132000/175000	2017

Примечание. Таблица составлена по данным, полученным при консультировании со специалистами министерств, курирующих данное направление работы, и сайта по быстрой и удобной проверке контрагентов [23]. Названия организаций-операторов, как и других исследуемых учреждений, не кодировались. Сам публичный характер изучаемого процесса, размещение результатов НОК в сети Интернет, на сайтах исследуемых организаций — весомое, на наш взгляд, основание для принятия такого решения.

⁴ Авторам исследования не удалось найти в числе дополнительных видов деятельности организации НИиР.

Справочно. Расшифровка показателей:

ОВД — основной вид деятельности;

НИиР — научные исследования и разработки (в области общественных и гуманитарных наук);

ДВД — дополнительных видов деятельности.

Как видно из таблицы 1, состав организаций-операторов достаточно пестр и по территориальной принадлежности, и по направлениям деятельности, и по месту, отводимому в них НИиР. Лишь у организации-оператора НОК 2019 года — ООО «Стратегия» — основным видом деятельности является НИиР, при этом наличие 11 видов разнонаправленной ДВД может являться весомым основанием для отнесения ее к организациям — «посредникам, не ведущим реальной деятельности». По той же причине к числу таких посредников имело бы смысл отнести все организации, представленные в таблице. Необходимо отметить, что ООО «Витадини», дважды проводившая НОК на рассматриваемой площадке, в настоящее время внесена «в реестр недобросовестных поставщиков» по причине расторжения контракта по проведению социологического исследования в одном из регионов страны [4].

Что касается других региональных площадок из рассматриваемых нами, то с наибольшими трудностями в организации НОК сталкивается министерство образования и науки, прилагая немало усилий для обеспечения качества проведения такой оценки. В соответствии с нормативным контекстом каждая подведомственная организация должна раз в три года пройти НОК. В силу того, что образовательных организаций, как и обучающихся в них очень много, исследованию ежегодно подлежат сотни организаций и десятки тысяч обучающихся или их законных представителей. Неоднократное рассмотрение данной темы на разных уровнях способствовало существенному росту бюджетного финансирования НОК. Как следствие, на проведение данной оценки в 2021 году в бюджет заложили 794 тыс. руб. (в 2020 году — 250 тыс. руб.). Тем не менее в результате электронных торгов конкурс был выигран ООО «Марагда». Данная организация согласилась провести НОК в течение 4 месяцев в 528 образовательных организациях (85760 респондентов, обучающихся по разнотипным программам «среднего профессионального образования, основным программам профессионального обучения, дополнительным общеобразовательным программам»), заключив контракт на 79230 руб. — сумму в 10 раз меньшую, чем первоначальная цена контракта. Сходные практики представлены и в других регионах [17].

Заметим, у всех заинтересованных сторон была возможность получения информации о специфике как организации, так и ее отчета о НОК, проведенной в 2020 г. на площадках учреждений социального обслуживания (см. табл. 1), подведомственных другому министерству (из наблюдений итоговых ПС от 25.12.2021 г.). В частности, на ПС говорилось о большом объеме (660 страниц) отчета ООО «Марагда» о НОК, о неясности вопроса об отборе экспертов для проведения данной оценки и т.д. При этом на вопрос «о критериях отбора именно данной организации-оператора в 2021 году» заказчиком был дан «типичный» ответ, суть которого сводится к тому, что «выигрывает конкурс та организация, которая готова выполнить работы за минимальную оплату», о чем открыто говорят на ПС представители власти, ссылаясь при этом на [21], несмотря на то, что в данном законе есть специальная статья 9 «о профессионализме заказчика», необходимости повышения уровня его квалификации в сфере закупок. В этом кроется следующий серьезный парадокс, поскольку уровень квалификации организации-оператора (победителя конкурса) оказывается «дамой под вуалью»: из представленных выше данных видно, что НИиР, как правило, не находится в числе основных видов деятельности этих организаций, что является дополнительным к ранее обозначенным основаниям отнесения многих из них к «посредникам, не ведущим реальной деятельности». Теряет свою ценность и сама идея репрезентативности НОК, которую зачастую пытаются обеспечить онлайн-анкетированием, что при такой организации процесса явно не может быть основанием для ранжирования эффективности организаций, хотя именно ранжированием и должна заканчиваться НОК. Парадоксальным является и утверждение, которое временами звучит на общественных советах и во взаимодействии с заказчиками, что НОК — не научное исследование, что в рекомендациях вышестоящих структур отсутствуют требования обеспечения научного характера такой оценки, что программа, по которой проводится НОК — не научная работа, НОК — это просто прикладное исследование. Подобного рода заявления противоречат хотя бы тому факту, что вся процедура НОК, спущенная с уровня Минтруда России, базируется на таких профессиональных терминах, как «генеральная совокупность», «выборочная совокупность» и т.п. [9], что является достаточным основанием для идентификации характера организации НОК как научного.

В целом организация НОК сегодня выглядит как спектакль, все участники которого согласованно презентуют свою деятельность как участие в эффективной процедуре повышения качества социальных услуг за счет их независимой конструктивной критики со

стороны независимых акторов, чья деятельность профинансирована адекватно поставленной задаче. По сути, описанная процедура является симулякром, поскольку она симулирует то, что не имеет шансов на реализацию в сложившихся условиях.

Описанные парадоксы НОК не исчерпывают всего перечня противоречий, характерных для данной процедуры. Например, особенностей ее конструирования в официальных и неофициальных текстах, а также ее роль в оценке деятельности руководителей разного уровня. В частности, изучение такого противоречия, как наличие в регионе целого ряда профессиональных исследовательских организаций, фактически не участвующих в процессе НОК, в ситуации востребованности «привлечения независимых экспертов в области проведения социологических исследований к ежегодному анкетированию получателей социальных услуг», о чем заговорили сами организации-операторы [13, с. 48], могло бы стать темой самостоятельного исследования.

Таким образом, незавершенность процесса институционализации НОК сказывается на его методологии, которая проявляется в зыбкости интерпретации нормативных оснований организации НОК, нечеткости принципов отбора организаций-операторов и социальной ответственности за исследуемый процесс. Выход из парадоксальных ситуаций, реально ведущих к повышению качества условий оказания социальных услуг, предполагает не только изменение нормативных оснований и методологии НОК, но и полноценный учет мнения всех заинтересованных сторон.

Наконец, несмотря на то что вопросы бюджетирования НОК как механизма вовлечения заинтересованной общественности в бюджетный процесс и в развитие гражданского общества, — тема сравнительно новая в социологическом дискурсе, на IX Грушинской международной социологической конференции этому вопросу впервые была посвящена работа специальной секции [18]. Это подчеркивает, что научный взгляд на НОК важен как для развития коммуникации власти и общественности по ключевым социальным проблемам в целом, а также и для оптимизации этой конкретной процедуры через понимание специфической роли разных акторов, участвующих в этой процедуре.

Литература НИиР

1. Анкета для оценки качества условий оказания услуг медицинскими организациями в стационарных условиях. URL: <http://anketa.rosminzdrav.ru/staticogvjustank/63/1>.

2. Белова Т. П. О парадоксах постсекулярного общества // Социология религии в обществе позднего модерна (памяти Ю. Ю. Синелиной): материалы III Международной конференции / отв. ред. С. Д. Лебедев. Белгород, 2013. С. 36-41.

3. Гудков Л. Д. Парадоксы изучения социальной структуры в России // Историческая и социально-образовательная мысль. 2016. Т. 8. № 2-2. С. 207-224.

4. Единая информационная система в сфере закупок в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Официальный сайт. URL: <https://zakupki.gov.ru/epz/dishonestsupplier/view/info.html?supplierId=236226&law=44>

5. Кетле А. Социальная система и законы, ею управляющие. М.: Книга по Требованию, 2012. 318 с.

6. Крючкова Е. У госпрограмм выявлен бурный рост эффективности. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4818547>.

7. Львов С. В. Социология и власть: механизм учета общественного мнения при принятии управленческих решений // Мониторинг общественного мнения. Экономические и социальные перемены. Альманах. 2016. С. 225-229.

8. Маслова О. М. Открытые и закрытые вопросы // Методы сбора информации в социологических исследованиях. Книга 1. Социологический опрос / отв. ред. В. Г. Андреенков, О. М. Маслова. М.: Наука, 1990. С. 91-105.

9. Методика выявления и обобщения мнения граждан о качестве условий оказания услуг организациями в сфере культуры, охраны здоровья, образования, социального обслуживания и федеральными учреждениями медико-социальной экспертизы (утв. приказом Минтруда России 30 октября 2018 г. № 675н). URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72008574/>.

10. Мытиль А. В., Дудченко О. Н., Савинская О. Б. Независимая оценка качества: движение к эффективной институционализации или к институциональной ловушке? // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 131-145.

11. Отчет об оказании услуг по сбору, обобщению и анализу информации для проведения Общественным советом при МОиН независимой оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организациями, осуществляющими образовательную деятельность на территории Самарской области в 2019. 26 с. URL: <https://educat.samregion.ru/category/about/structure/social-council/>.

12. Отчет о проведении независимой оценки качества условий оказания услуг организациями социального обслуживания Самарской области. Самара, 2020. 660 с.

13. Отчет по сбору и обобщению информации о качестве условий оказания услуг организациями социального обслуживания. Самара, 2019. 171 с.

14. Перечень поручений по итогам совещания с членами Правительства РФ от 28.01.2017 г. № ПР-161. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/53791>.

15. Протокол заседания общественного совета по проведению независимой оценки качества условий оказания услуг медицинскими организациями Самарской области от 27.12.2019 г. URL: https://minzdrav.samregion.ru/wpcontent/uploads/sites/28/2020/01/protokol_27.12.2019-3.pdf

16. Рывкина Р. В. Парадоксы российской социологии // Социологический журнал. 1997. № 4. С. 197-208.

17. СИНАПС. Поиск тендеров. Проверка контрагентов. URL: <https://synapsenet.ru/searchorganization/organization/1163702083511-ooo-strategiya/postavschik>.

18. Социальная инженерия: как социология меняет мир: IX Грушинская Международная социологическая конференция, 20-21 марта 2019 г. Программа. М.: ВЦИОМ, 2019. С. 20.

19. Тощенко Ж. Т. Парадоксальный человек: монография / 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 543 с.

20. Федеральный закон РФ от 05.12.2017 г. № 392-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам совершенствования проведения независимой оценки качества условий оказания услуг организациями в сфере культуры, охраны здоровья, образования, социального обслуживания и федеральными учреждениями медико-социальной экспертизы» // СПС «КонтурНорматив». URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=304255>.

21. Федеральный закон РФ от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/31b14298e78438a01fd7519529afce3e93e99990/.

22. Щукина Н. П. К вопросу о результативности совершенствования независимой оценки качества условий оказания социальных услуг // Социальная инженерия: как социология меняет мир: материалы IX Международной социологической Грушинской конференции / отв. ред. А. В. Кулешова. М.: ВЦИОМ, 2019. С. 238-243.

23. Быстрая и удобная проверка контрагентов. URL: <https://www.rusprofile.ru/okved/10817913>.

*Статья поступила в редакцию 17.05.21 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук М. М. Васильевым*

УДК 339.13

© С. Г. Вилкова¹, И. Ю. Кузьмина², 2021

^{1,2} Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»,
(Университет «МИР»), Россия

E-mail ^{1,2}: FapVg@yandex.ru

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОИНСТРУМЕНТА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Многие рынки производителей в реальном секторе экономики испытали в разной степени разрушительную силу локдаунов. Рынок электроинструмента также претерпел изменения. В статье приведены результаты исследований отраслевого центра маркетинга электроинструмента и средств малой механизации в строительстве Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка» за период 2015-2020 гг. для Российской ассоциации производителей электроинструмента и средств малой механизации (РАТПЭ). На основе полученных показателей рассмотрен процесс изменений, которым подвержен данный рынок. В заключение статьи представлен прогноз дальнейшего развития ситуации на российском рынке электроинструмента.

Ключевые слова: пандемия, рынок электроинструмента, доля рынка, динамика объема продаж, РАТПЭ.

Введение

В 2020 году произошли колоссальные изменения во всех сферах мировой экономики. Затронул данный процесс и отраслевые рынки. Резкое воздействие фактора пандемии новой коронавирусной инфекции оказало свое негативное влияние на цепочки поставок готовой продукции, запчастей, комплектующих. Все они оказались нарушены. Данный коллапс, несомненно, отразился на показателях продаж.

В связи с этим целью данного исследования является анализ формирования отраслевых рынков в условиях пандемии.

За объект изучения взят рынок электроинструмента в Российской Федерации, предмет исследования – процесс изменения рыночной конъюнктуры за период 2015-2020 гг.

Базой для анализа послужили результаты исследований отраслевого центра маркетинга электроинструмента и средств малой механизации в строительстве Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка» за период 2015-2020 гг. для Российской ассоциации производителей электроинструмента и средств малой механизации (РАТПЭ) [1].

Результаты исследования

Рынок электроинструмента в Российской Федерации складывался в условиях жесткой конкуренции российских и иностранных производителей и на протяжении последних лет признается одним из самых крупных и развивающихся.

Модельные ряды продукции и их структура четко сегментированы по ряду признаков. Рассмотрим некоторые из них.

1. Классификация электроинструмента по назначению:

- промышленный электроинструмент (представлен марками/брендами: Festool, Milwaukee, Hilti и др.);
- профессиональный электроинструмент (Metabo, Dewalt, Makita, Milwaukee и др.);
- бытовой электроинструмент (BOSCH, AEG, Ingco и др.);
- особо выделяемая группа полупрофессиональный электроинструмент (Sparky и др.).

2. Классификация электроинструмента по компаниям-производителям:

- российские (марки «Интерскол», «Байкал», «Зубр», «Фиолент» и др.);
- европейские (BOSCH, AEG, KRESS, SPARKY, Festool и др.);
- американские (Dewalt, Blach&Decker, Milwaukee, Patriot и др.);
- азиатские (Makita, Hitachi, Ingco и др.).

3. Классификация по месту производства (сборки):

- китайской сборки («Зубр», «Калибр», Omax, DWT, «Вихрь», DeFort, Hander, «Град-М», Stern, Prorab, «Ставр» и др.);
- некитайской сборки (Ryobi, Black&Decker, BOSCH и др.).

Любая компания – производитель электроинструмента, стремясь выйти на региональный рынок и в дальнейшем удерживать его долю, учитывает территорию с климатическим разнообразием, условия эксплуатации, национальные особенности.

Динамика объема рынка в сегменте электроинструменты с 2015-2020 гг. выглядит следующим образом (рис. 1).

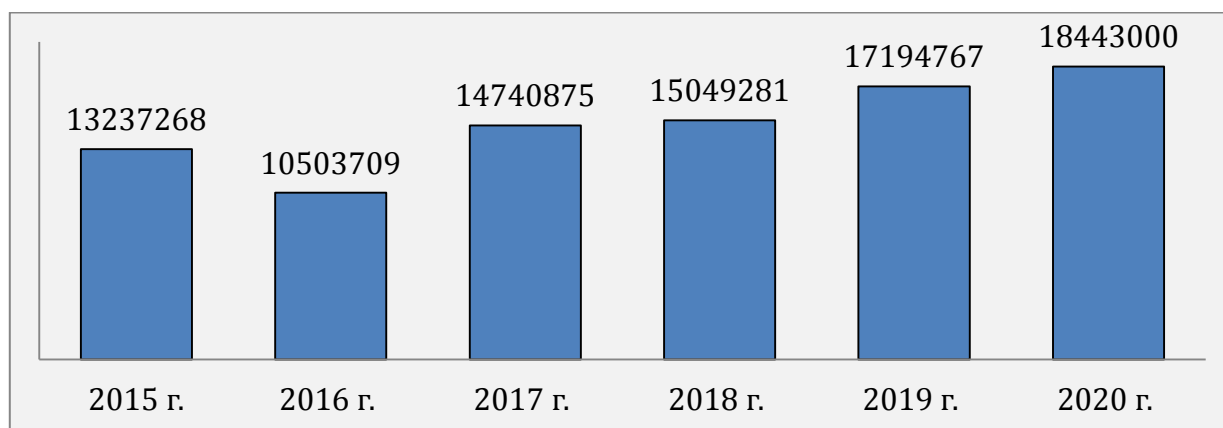


Рис. 1. Динамика объема продаж электроинструмента в 2015-2020 гг., шт. [1]

Данные, представленные на рисунке 1, позволяют сделать вывод о том, что резкое падение продаж в 2016 г. имеет под собою политическую составляющую в виде применяемых санкций (в связи с вхождением полуострова Крым в состав Российской Федерации). Восстановление рынка в 2017 г. и последующий его планомерный рост является следствием политики импортозамещения.

Исследования рынка электроинструмента, которые на системной основе проводит Российская ассоциация производителей электроинструмента и средств малой механизации (РАТПЭ), показали следующие результаты (см. рис. 2, 3, 4).

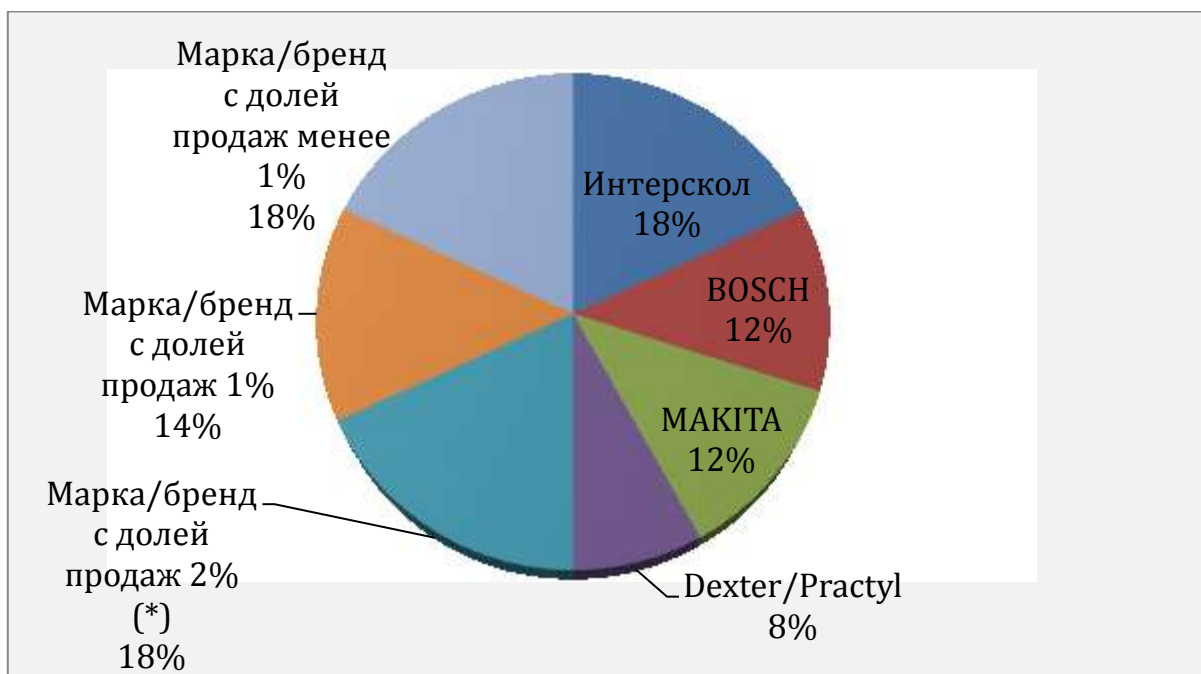


Рис. 2. Доля продаж электроинструмента различных марок/брендов за 2015 год

Примечание.*Hyundai, HITACHI, «Фиолент», «Вихрь», B&D/DeWalt, METABO, ДИОЛД, STURM, «Энкор».

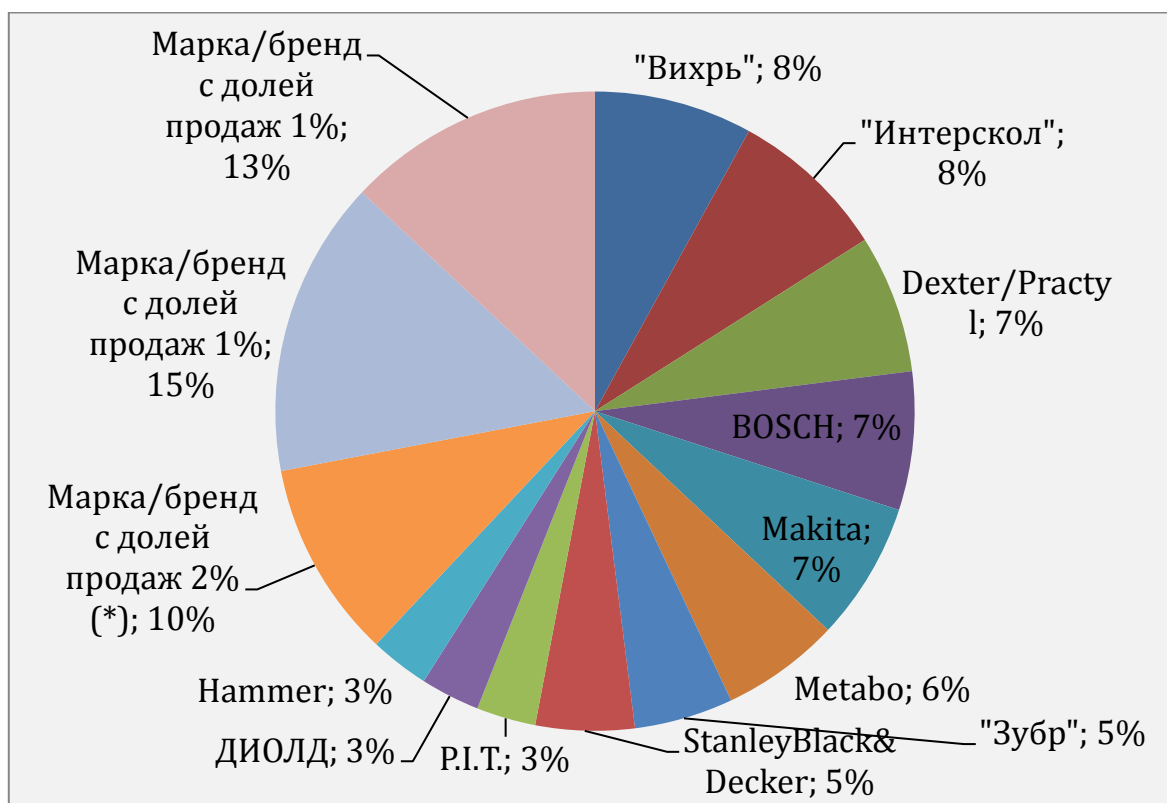


Рис. 3. Доля продаж электроинструмента различных марок/брендов за 2019 год

Примечание.*Спец, STURM, Patriot, Elitech, Kolner.

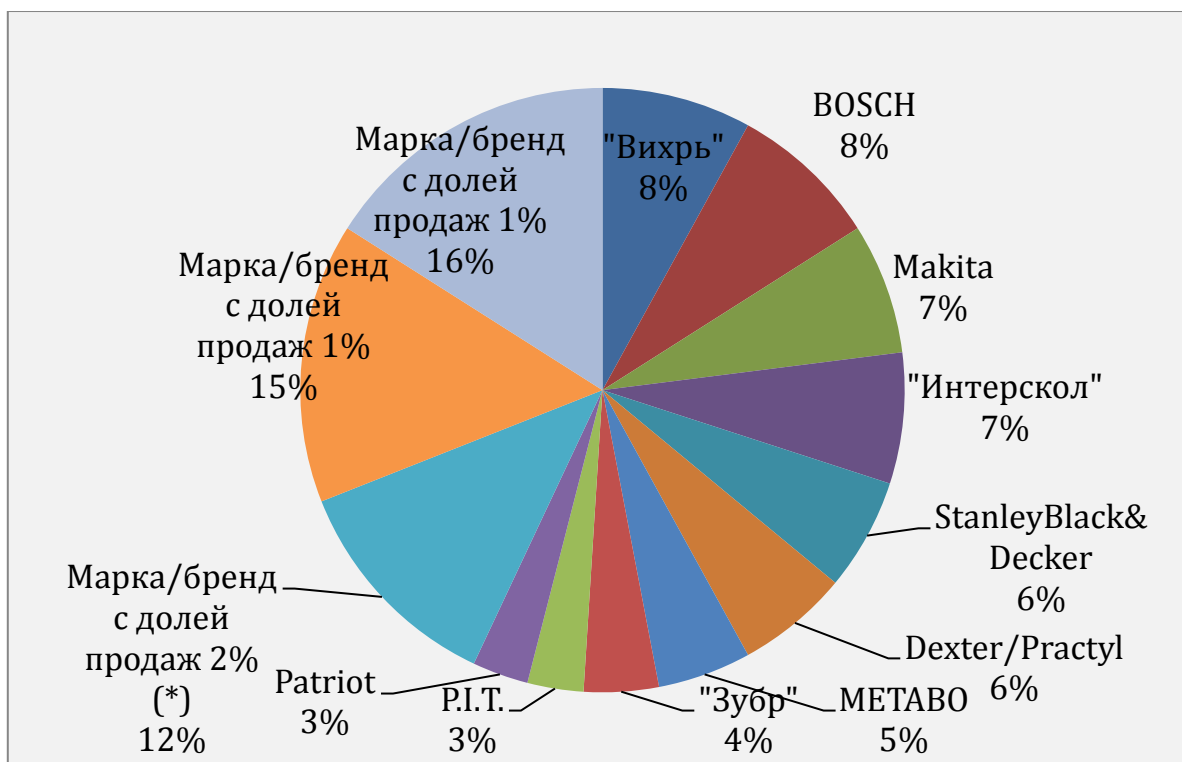


Рис. 4. Доля продаж электроинструмента различных марок/брендов за 2020 год

Примечание.*ДИОЛД, СПЕЦ, DEKO, Kolner, STURM, Hammer.

Проведя анализ полученных показателей доли продаж электроинструмента различных марок, начиная с 2015 г., можно сделать вывод о том, что рынок претерпел ряд изменений (см. рис. 5).

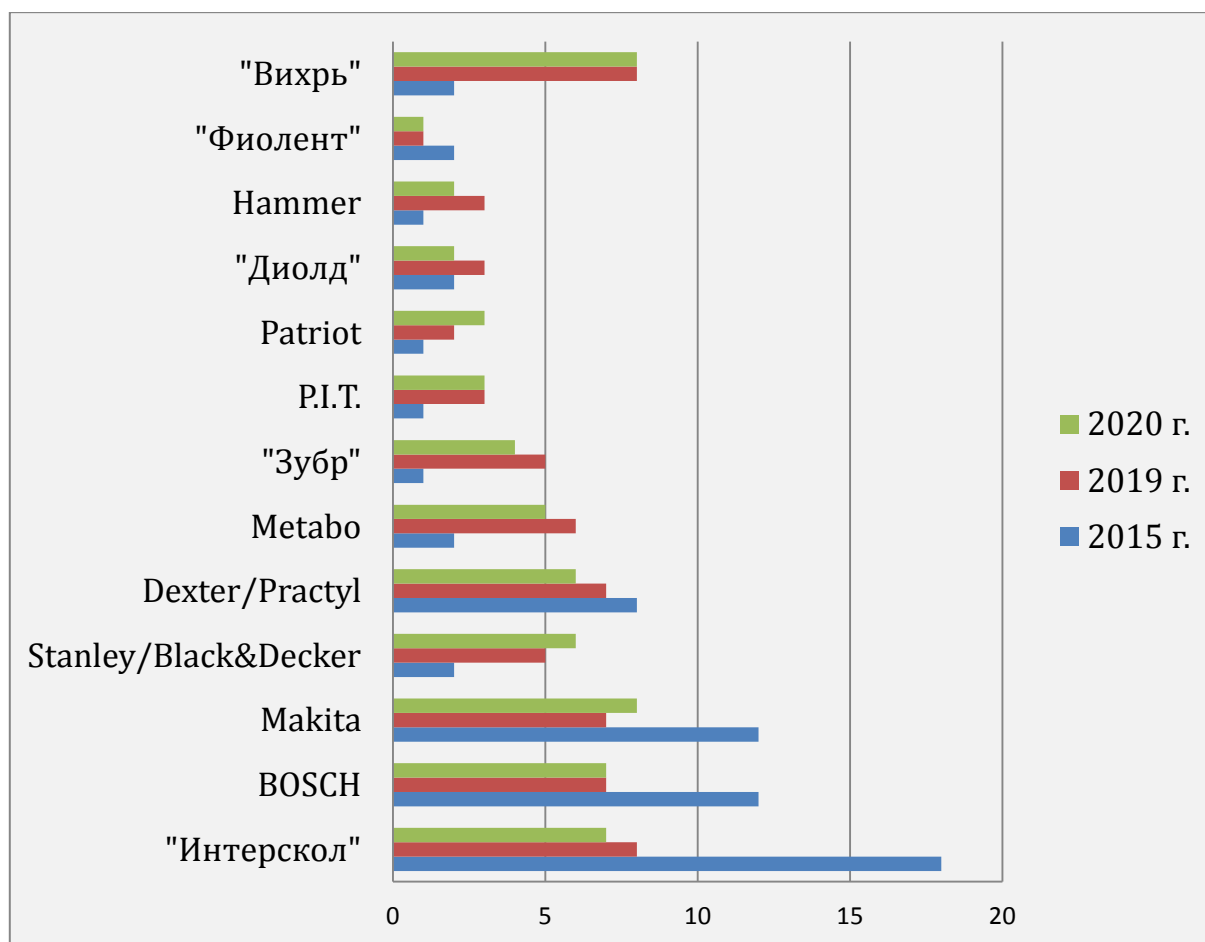


Рис. 5. График изменений доли основных игроков на рынке электроинструмента за период 2015-2020 гг.

Таким образом, за период 2015-2020 гг. доли присутствия на рынке марок/брендов основных производителей электроинструмента значительно уменьшились, например, таких как «Интерскол» с 18% (2015 г.) до 7% (2020 г.), BOSCH с 12% (2015 г.) до 8% (2020 г.), Makita с 12% (2015 г.) до 7% (2020 г.).

В то же время увеличились доли продаж у таких компаний, как «Зубр» с 1% (2015 г.) до 4% (2020 г.), Metabo с 2% (2015 г.) до 5% (2020 г.), Stanley/Black&Decker с 2% (2015 г.) до 6% (2020 г.), «Вихрь» («Ресанта») с 1% (2015 г.) до 8% (2020 г.); имеют небольшую долю прироста продаж с 2015-2020 гг. марки P.I.T., Hammer, Patriot.

Пятерка лидеров на рынке электроинструмента на начало 2021 года выглядит следующим образом [1].

Первое место — бренд «Вихрь» («Ресанта»).

Второе место — BOSCH.

Третье место – DeWALT.

Четвертое место – марка «Интерскол».

Пятое место – Metabo.

Российских производителей электроинструмента можно условно разделить на две группы: группу производителей, у которой полный производственный цикл продукта осуществляется на отечественных заводах (например, Ижевский механический завод выпускает электроинструмент под брендом «Байкал»), и группу производителей с российским брендом, производящим продукцию за рубежом, чаще всего в Китае (например, марки «Калибр», «Зубр»). К тому же продукция отечественных производителей имеет ряд особенностей:

- 1) отсутствие красоты и продуманности дизайна, эргономичности;
- 2) отсутствие удобства в эксплуатации, взамен простоты конструкции;
- 3) достаточно низкие цены по причине простоты конструкции;
- 4) примитивный маркетинг или его отсутствие (исключением является продукция марки «Интерскол»).

Продукция под брендом «Вихрь» выпускается на производственных площадках КНР с 2000 г., отличается достаточно низкими ценами, рассматривается как бытовой электроинструмент для несложных работ. Одной из причин повышения продаж стало снижение доходов населения, при котором покупка дорогостоящих брендов оказалась «не под силу» значительной части населения. В результате анализа социально-экономического положения регионов возможно выявление качества потенциала розничной торговли в отдельно взятом субъекте РФ и изучение влияния этого фактора на долю продаж того или иного бренда [4].

Выводы

Доля рынка, безусловно, зависит от каналов реализации. В настоящее время продажи (в зависимости от канала реализации) снизились по разным данным от 20 до 80%. В условиях пандемии больше всех пострадали ритейлеры, которые использовали только офлайн-каналы продаж, работали преимущественно с сектором B2B (с клиентами из строительных и ремонтных фирм) и предлагали узкий ассортимент товаров. В более благоприятной ситуации оказались производители, которые реализовывали свою продукцию через онлайн-торговлю, что, в свою очередь, повлияло на сокращение или наращивание доли рынка [3].

Эксперты предполагают, что около 50% покупателей и дальше будут продолжать совершать покупки онлайн (даже в условиях снятия ограничений после окончания пандемии). При этом падение уровня доходов населения приведет к тому, что товары премиум-класса будут вытеснены бюджетными аналогами [3].

В связи с ситуацией, сложившейся в результате ужесточения мер по изоляции национальных экономик, производители с большей долей отечественных поставщиков оказались в лучшей ситуации. Логистические перемещения внутри страны обходятся с наименьшими затратами. Производители, ориентированные на импортные комплектующие (детали, узлы, агрегаты), вынуждены нести убытки от простоев на производстве из-за задержки комплектующих на границе.

Прогнозируя развитие российского рынка электроинструмента в условиях полного или частичного закрытия национальных границ, можно сделать вывод о том, что ситуация изменится в лучшую сторону при выполнении следующих условий:

- уменьшение доли импортных комплектующих при производстве продукта;
- повышение продаж через онлайн-торговлю;
- расширение базы сервисного обслуживания.

Литература

1. РАТПЭ: российский рынок электроинструмента, оборудования и садовой техники / Репортажи. URL: <https://master-forum.ru/konferentsiya-edinoj-platformy-doklad-predsedatelya-ratpe-mihaila-vasileva/>.
2. О рынке электроинструмента. URL: <https://enex.market/news/o-rynke-elektroinstrumenta/>.
3. ВсеИнструменты.ру: рынок DIY за год «усохнет» на 10-20% // Портал «Оборот.ру». URL: <https://oborot.ru/news/vseinstrumenty-ru-rynok-diy-za-god-usohnet-na-10-20-i115164.html>.
4. Рахманов С. С. Продвижение товаров и анализ рынка электроинструмента // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2014. № 6. С. 126-134.

*Статья поступила в редакцию 28.04.21 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук М. М. Васильевым*

УДК 336.7

© О. В. КРАВЧЕНКО¹, О. А. ГОРБУНОВА², 2021

^{1,2} Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(Университет «МИР»), Россия

E-mail ¹: zav06@mail.ruE-mail ²: genuka76@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

В статье проведен анализ дистанционного банковского обслуживания (ДБО) в России. Систематизированы системы дистанционного банковского обслуживания, а также рассмотрены его виды в зависимости от характера предоставляемых услуг. На основе анализа ДБО и выявленных проблем авторами были предложены стратегические направления развития ДБО, среди которых важное значение имеет правовое обеспечение платежных инноваций, появление которых вызвано технологическим развитием, а также общих условий для всестороннего применения электронных средств платежа и электронной обработки платежной информации.

Ключевые слова: стратегические направления, дистанционное банковское обслуживание, банки, коммерческий банк, интернет-банкинг.

Доход любого банка напрямую зависит от количества привлеченных клиентов, что вызывает острую конкуренцию среди российских банков [2]. Особо важную роль в привлечении клиентов играет качество обслуживания клиентов банком [3]. Обеспечить широкий перечень услуг в удобном для клиента формате помогает электронная коммерция. И поэтому уже более 10 лет приоритетным направлением в развитии банковской системы является дистанционное банковское обслуживание [4]. С каждым годом расширяются действующие сервисы удаленного доступа, а также появляются новые [9].

Российские и зарубежные экономисты, изучающие сферу дистанционного банковского обслуживания (ДБО) клиентов, выявили некоторые отрицательные стороны такого обслуживания, а именно: отсутствие единой системы регулирования, а также наличие большого количества рисков. В связи с этим сформулирована цель исследования: провести анализ дистанционного банковского обслуживания клиентов, и на основе выявленных проблем предложить стратегические направления развития ДБО.

Объектом исследования выступает рынок дистанционного банковского обслуживания в России.

Предмет исследования – банковские сервисы дистанционного обслуживания для физических (в т.ч. являющихся индивидуальными предпринимателями) и юридических лиц.

«Дистанционное банковское обслуживание» является общим термином для технологий предоставления банковских услуг на основании распоряжений, которые передаются клиентом удаленным образом (т.е. без его визита в банк), чаще всего с использованием компьютерных и телефонных сетей [4]. Для описания данных технологий используется множество терминов, часто пересекающихся по значению: «Клиент-Банк», «Банк-клиент», «Интернет-клиент», «Интернет-банкинг», Internet banking, «Система ДБО», «Электронный банк», On-line banking, «Телефон-клиент», Phone banking, SMS-banking, PC banking, Mobile-banking, видео-banking, ТВ-banking и другие. Проведенный анализ позволил систематизировать системы дистанционного банковского обслуживания, используемые в России (см. табл. 1).

В банковском обслуживании юридических лиц и индивидуальных предпринимателей наиболее востребованными являются технологии, основанные на следующих формах ДБО: Клиент-Банк (телебанкинг) и Интернет-банкинг. Активное внедрение корпоративных карточных продуктов позволило также использовать для обслуживания потребностей бизнеса банкоматы и банковские терминалы.

Таблица 1

Системы дистанционного банковского обслуживания

<i>Система ДБО</i>	<i>Характеристика</i>
«Банк-клиент» или «Толстый клиент»	Принцип работы системы заключается в удаленном доступе клиента к сервисам банка через специальную программу (программный комплекс «Клиент-Банк»), которая хранит персональные данные клиента и историю проведенных банковских операций. По индивидуальному каналу связи клиентская программа (предварительно установленная банком) соединяется с банковской программой (установленной в кредитной организации, обслуживающей клиента). Для непрерывной работы клиенту требуется постоянное поддержание интернет-связи через модем или кабельный канал

Окончание табл. 1

<p>«Интернет-клиент» («Интернет-банкинг») или «Тонкий клиент»</p>	<p>Система интернет-банкинга (Internet banking) не предполагает установки сложного дополнительного программного обеспечения, необходимо иметь только доступ в Интернет. Открыв на сайте банка или в мобильном приложении (на смартфоне) личный кабинет, клиент сможет совершать различные операции: оплачивать счета, переводить деньги клиентам этого же или другого банков, а также оформлять заявки на получение других банковских услуг</p>
<p>«Телефон-клиент»</p>	<p>Принцип работы системы заключается в предоставлении информации клиенту по телефону: общение с оператором колл-центра, получение информации при помощи голосового меню (Phone-banking) и СМС-сообщений (SMS-banking)</p>
<p>АТМ-banking и использование устройств банковского обслуживания</p>	<p>Устройствами банковского обслуживания в данной системе являются платежно-справочные терминалы и банкоматы</p>

При обслуживании физических лиц (управление личными финансами) применяются все технологии, описанные в таблице 1, кроме технологии ДБО, использующей программный комплекс «Клиент-Банк».

По характеру предоставления услуг ДБО можно представить в двух категориях, в зависимости от того, какие услуги оказываются клиентам – информационные или финансовые [1]. Транзакционный банкинг позволяет пользователям проводить финансовые транзакции, в результате чего происходит списание или начисление реальных денежных средств. С точки зрения технологии предоставления банковских услуг выделяют шесть видов ДБО, а именно: «Телефонный банкинг», «Терминальный банкинг», «Интернет-банкинг», «ТВ-банкинг», «Мобильный банкинг» и «Видео-банкинг». Классификация каналов ДБО представлена на рисунке 1.

В отличие от транзакционного банкинга информационный банкинг направлен на предоставление пользователям финансовой информации. На современном этапе технологии предоставления услуг информационного банкинга включают шесть основных каналов получения пользователем информации: SMS, e-mail, сеть Интернет, телефон, телевидение и стандартная доставка бумажного документа. С течением времени можно ожидать появления новых каналов ДБО.

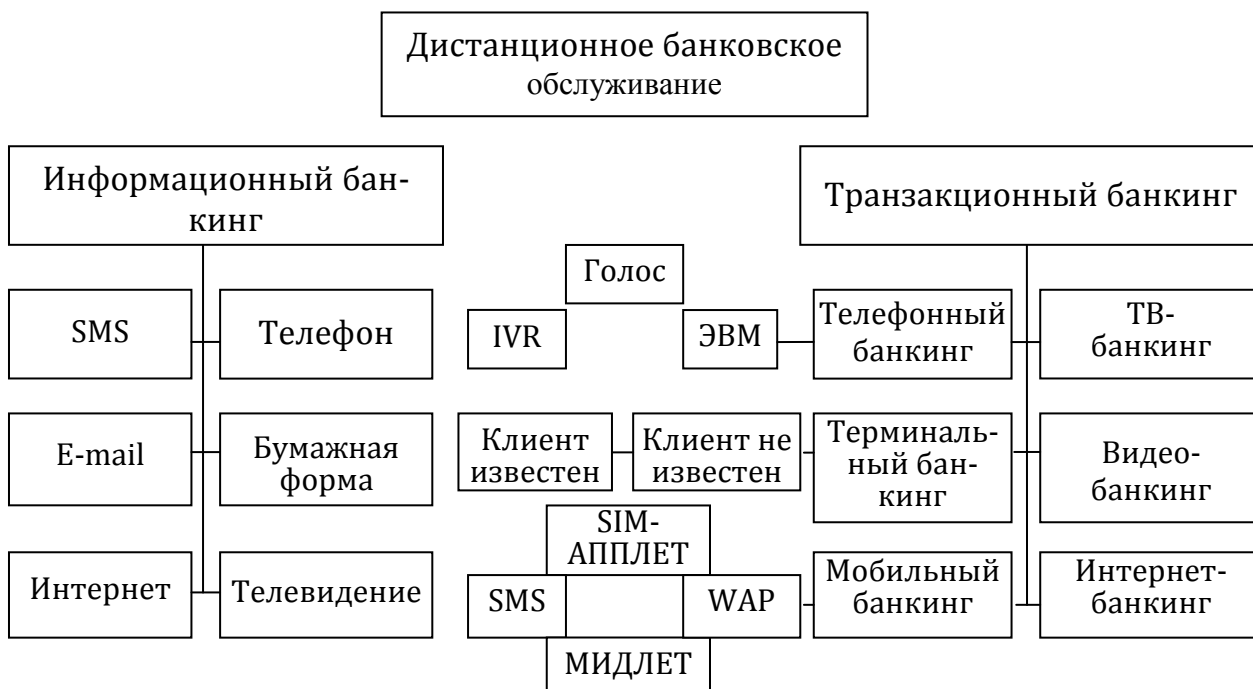


Рис. 1. Виды дистанционного банковского обслуживания

О динамике развития дистанционных каналов обслуживания в банковском секторе косвенно можно судить по объему рынка разработки систем ДБО. Согласно данным, представленным в системе СПАРК (программной платформе распределенной обработки данных по проверке контрагентов), он развивается стабильно и умеренными темпами [7]. Крупнейшими участниками рынка разработки систем ДБО являются такие компании, как БСС, Бифит и др.

Результаты исследования, проведенного аналитическим центром НАФИ (в рамках совместного проекта Минфина России и Всемирного банка), показали, что в среднем по России цифровыми каналами управления личными финансами (мобильным приложением или интернет-банком) пользуются 56% граждан [5].

Более подробно рассмотрим результаты другого исследования — проведенного компаниями Mail.ru Group и ResearchMe [8]. Так, клиентом всего одного банка является каждый второй респондент, треть опрошенных являются клиентами двух банков, и только 15% — трехпяти банков. Банковскими услугами для физических лиц пользуются 9 из 10 респондентов, 7% обслуживаются как индивидуальные предприниматели или юридические лица. Самым востребованным продуктом является банковская карта (см. рис. 2), причем данная тенденция характерна для всех возрастных категорий опрошиваемых. Так, каждый пятый участник опроса начал пользоваться картой еще не достигнув 18 лет, 29% респондентов оформили карту в возрасте от 18 до 24 лет, 16% — в возрасте от 25 до 34 лет. Наибольшее распро-

странение получили зарплатные карты, они есть более чем у половины респондентов. Самостоятельно оформленными дебетовыми картами пользуются 42% опрошенных. При этом женщины оформляют их чаще, чем мужчины (46% и 38% соответственно).



Рис. 2. Рейтинг банковских продуктов [8]

Онлайн-сервисами банков пользуется 91% респондентов, при этом 81% из них выбирает мобильное приложение и 54% — веб-версию. На рисунке 3 представлены наиболее популярные услуги, которые используют физические лица в управлении личными финансами при использовании каналов ДБО.

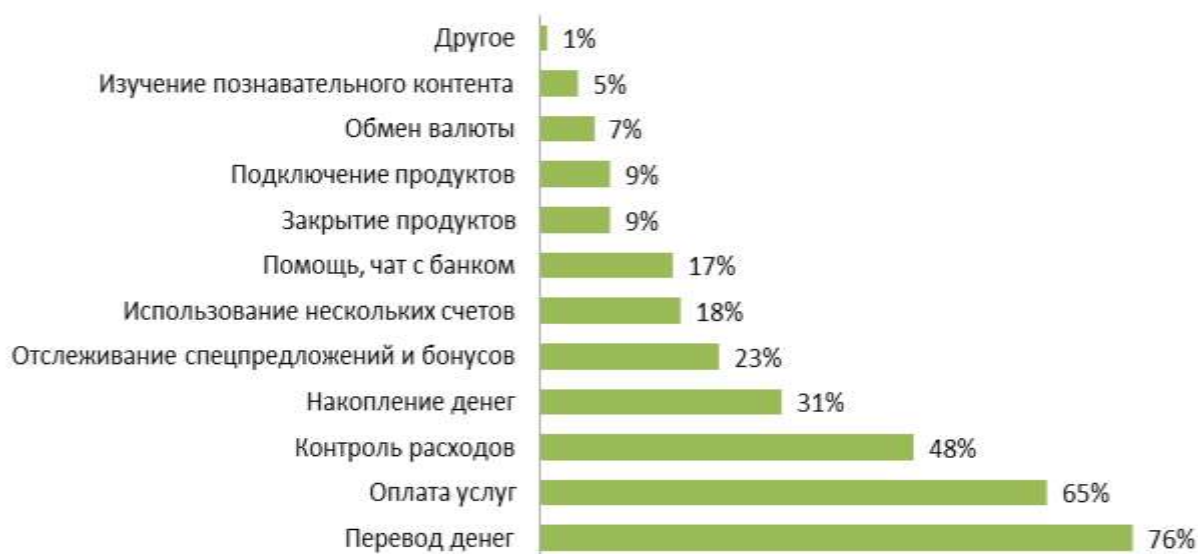


Рис. 3. Популярные услуги в каналах ДБО

«Интернет-банкинг» предпочтителен для перевода денег (76%), оплаты услуг (65%) и контроля расходов (48%). Женщины чаще мужчин используют приложения для получения помощи и общения с представителями банков в чате (19% женщин против 14% мужчин). Среди мужчин больше тех, кто использует мобильные приложения банков с целью обмена валюты (9% мужчин против 5% женщин).

О состоянии рынка дистанционного банковского обслуживания в РФ можно судить по данным, опубликованным на официальном сайте Банка России [6]. Данные за 1 полугодие 2018-2020 гг. представлены в таблице 2, из которой видно, что наибольший рост демонстрирует количество платежей, произведенных физическими лицами в электронном виде и через сеть Интернет.

Пандемия привела к спаду финансовой активности частных лиц и сделала недоступными традиционные каналы для банковских услуг. В результате повысилось внимание к интернет-банку, который может заменить визит в офис и облегчить решение финансовых вопросов в условиях блок-аута муниципальных и государственных учреждений.

Таблица 2

Количество платежей, произведенных в России через банковские сервисы дистанционного обслуживания, тыс. ед.

<i>Платежные поручения</i>	<i>1 полугодие 2018 года</i>	<i>1 полугодие 2019 года</i>	<i>1 полугодие 2020 года</i>
Юридических лиц, из них:	643330,9	695820	673802,9
в электронном виде	614300,1	670123,7	652249,8
через Интернет	679593,4	624696,2	620285,4
Физических лиц, из них:	154857,4	214123,2	329412,8
в электронном виде	129788	158262,6	312064,9
через Интернет	92821,2	112383,9	258533,6
посредством сообщений с использованием абонентских устройств мобильной связи	26716,9	37343,4	46032

В целом по России наблюдается увеличение количества счетов, открываемых юридическими и физическими лицами с использованием удаленного доступа [6].

У банков появилась возможность приучить новых клиентов к дистанционному обслуживанию и снизить нагрузку на отделения в будущем.

На фоне пандемии банки наблюдали всплеск авторизаций в интернет-банке:

- возросла доля клиентов, которые вновь стали использовать интернет-банк;
- в интернет-банк пришли новые клиенты;
- не наблюдалось движения аудитории из мобильных в интернет-банки;
- возросла транзакционная и сессионная активность пользователей интернет-банка.

Интернет-банки уже решают наиболее востребованные задачи пользователей базовыми способами, закрывая все основные потребности.

Однако существует ряд проблем, которые сдерживают распространение и развитие новых технологий.

Основной причиной, тормозящей распространение системы «Интернет-банкинг», является относительная незащищенность расчетов и сохранность средств на счетах клиентов. По-прежнему существует вероятность попасть в сети кибермошенников. В частности, они действуют через e-mail и SMS рассылки с целью получения конфиденциальной информации от клиента и дальнейшего несанкционированного списания денежных средств со счетов. А также посредством фишинговых сайтов – поддельной страницы банка в сети Интернет, которая ничем не отличается от официального сайта кредитной организации. Кроме того, существует вероятность подделки электронной цифровой подписи, которая является неотъемлемым инструментом при проведении операций со счетами через сеть Интернет.

Особого внимания заслуживает проблема несовершенства действующего законодательства в части регулирования взаимоотношений между клиентом и банком при осуществлении процесса предоставления банковских услуг через Интернет. Законодательных ограничений для развития в Российской Федерации ДБО не существует, но законодательная база для создания конкурентоспособной и более эффективной системы ДБО нуждается в совершенствовании. Стабилизировать данную ситуацию поможет принятие следующих мер законодательного характера:

- издание Банком России нормативного акта, устанавливающего особенности ДБО (включая вопросы взаимоотношения кредитной организации с клиентом, а также существенные условия договора об установлении ДБО);

– установление на уровне нормативного акта Банка России обязанности кредитной организации разрабатывать программу обучения и подготовки кадров для работы с системами ДБО;

– фиксация на уровне федерального закона («О банках и банковской деятельности») обязанности кредитной организации собирать и аккумулировать сведения о лицах, которым передаются коды, пароли и иные технические средства доступа к управлению банковским счетом клиента посредством ДБО, а также обязанности клиента такие сведения и документы предоставлять.

В качестве стратегических направлений укрепления регулирования ДБО предлагается следующее.

1. Как можно подробнее и детальнее проработать и описать во внутрибанковских документах (в первую очередь – в инструкциях и правилах об открытии, ведении и закрытии банковских счетов) особенности осуществления ДБО, права и обязанности кредитной организации и соответственно клиента.

2. Исходя из необходимости исполнения требований Федерального закона Российской Федерации от 07.08.2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» установить во внутрибанковских правилах обязанности кредитных организаций по идентификации лиц, распоряжающихся банковским счетом в рамках ДБО (изложенные в рекомендациях и письмах Банка России), а также обязанности клиентов по представлению соответствующей информации и документов.

3. При работе с некоторыми видами договоров (например, кредитными договорами) или финансовыми инструментами (например, банковскими гарантиями) необходимо помнить об особенностях соответствующих договорных конструкций и законодательных требованиях по соблюдению простой письменной формы документа. В частности, далеко не всегда банк вправе заключить с клиентом договор в электронной форме, используя лишь средства ДБО. Банковские гарантии, выдаваемые в электронной форме (или посредством системы SWIFT), по-прежнему признаются судами недействительными ввиду несоблюдения письменной формы банковской гарантии. Соответственно, банк должен принимать решения о заключении договоров или работе с финансовыми инструментами с учетом существующих правовых рисков.

Подводя итоги анализа системы дистанционного банковского обслуживания можно сделать вывод о том, что интернет-банкинг является одним из ярких примеров применения передовых техноло-

гий, позволяющих перевести банковское обслуживание на абсолютно новый качественный уровень. Речь идет не просто о новой форме предоставления банковских продуктов и услуг клиентам. Это совершенно иной подход к банковскому делу — значительно быстрее, надежнее, удобнее и безопаснее, чем это было раньше.

Литература

1. Аваков Н. С. Дистанционное банковское обслуживание как инструмент повышения эффективности // Молодой ученый. 2017. № 10 (41). С. 20-28.
2. Горбунова О. А., Кравченко О. В. Стратегические направления деятельности коммерческого банка на рынке розничных услуг // Вестник Самарского муниципального института управления. 2019. № 2. С. 56-66.
3. Горбунова О. А., Кравченко О. В. Стратегия увеличения финансовых ресурсов коммерческого банка путем повышения качества кредитных взаимоотношений с клиентами // Вестник Международного института рынка. 2020. № 1. С. 19-21.
4. Миндрова З. М. Проблемы и перспективы развития дистанционного банкинга в России. М.: Юрайт, 2017. 241 с.
5. НАФИ. URL: <https://nafi.ru/analytics/bolee-poloviny-rossiyan-polzuyutsya-tsifrovym-bankingom/>.
6. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации. URL: <http://www.cbr.ru/>.
7. Рынок разработки систем ДБО: текущая ситуация и перспективы развития. URL: <https://www.aktiv-company.ru/analytics/articles/rbs.html>.
8. Системы дистанционного банковского обслуживания (рынок ДБО России). URL: <https://www.tadviser.ru/index.php>.
9. Шубин К. А. Банковские карты и платежные системы самообслуживания // Вестник. 2018. № 10. С. 133-136.

*Статья поступила в редакцию 18.05.21 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом Е. С. Поротькиным*

«НОВАЯ» ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ДЕТЕРМИНАНТА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

В статье рассматриваются теоретические подходы к исследованию организационной культуры предприятий, которые должны стать основой для инновационного развития региона. Уточняется, что входит в понятие «новая» организационная культура. Также рассматривается роль руководителя в формировании организационной культуры инноваций. Особое внимание уделяется вопросу взаимодействия граждан, руководства предприятий и органов государственной власти региона, способствующему инновационному развитию региона.

Ключевые понятия: организационная культура, управленческая культура, человеческий капитал, инновационный человеческий капитал, творческое мышление, инновационное развитие региона.

В условиях глобальной конкуренции и тенденций перманентного перераспределения сфер влияния на мировых рынках, основным условием роста конкурентоспособности стран и отдельных регионов является повышение инновационности национальных экономик. На этом фоне становится необходимым формирование и развитие регионов за счет синергетического эффекта через внедрение инновационных и стратегических проектов, ориентированных на конкурентоспособность региона и национальной экономики в целом. Считаем, что региональный потенциал в большинстве случаев зависит от личных обязательств, сильной организационной культуры предприятий, нацеленной на инновации и накопление социального капитала. Вместе с тем существуют мнения, что развитие региона зависит от исследований и технологий — треугольник «знания — университеты — предприятия».

В XXI в. одним из важнейших факторов успеха организации являются знания, а они тесно связаны с развитием организационной культуры. Управление на основе знаний становится одним из факторов управления на основе культуры. Преимущество подхода к

управлению с позиции культуры заключается в том, что он обеспечивает концептуальную связь между микро- и макроуровнями анализа, то есть между организационным поведением и стратегическим менеджментом. Культура организации, а также лидерство руководителя объединяет и сплачивает организацию в единое целое. Необходимость изменений организационной культуры предприятий, соответствующих требованиям времени, — одна из базовых предпосылок успешности региональной политики и залог реализации основных стратегий модернизации.

В этой связи *цель данной работы* — рассмотреть современные подходы к формированию «новой» организационной культуры предприятий (*объекта исследования*).

Предмет исследования — организационная культура предприятий как детерминанта инновационного развития региона.

Если говорить о зарубежном опыте, необходимо отметить, что в начале XXI в. возникла необходимость смены существующей парадигмы в развитии регионов, которая была вызвана следующими факторами: низкими темпами экономического роста европейских стран, высокими показателями безработицы, особенно среди молодежи, проблемами экономического роста старых промышленных регионов, периферийных регионов и малых городов. Технологические и институциональные изменения повлияли на конкурентоспособность регионов, основным фактором обеспечения которой стало уменьшение важности географических факторов в развитии [1].

Драйверами новой региональной политики стало понимание того, что такую политику необходимо определять на региональном уровне, вследствие чего она приобрела индивидуальные черты, которые поддерживались разнообразием региональных программ ЕС [2]. В России социально-экономическое развитие регионов связывают с необходимостью учета их диспропорций, поскольку территория нашей страны огромна и факторы развития территорий далеко не равнозначны. Вместе с тем уделяется огромное внимание именно научно-технологическому развитию регионов с выделением большого количества факторов данного развития [3].

В рамках данной статьи хотелось бы посмотреть на проблему инновационного развития региона именно с позиции человеческого фактора и социокультурного подхода к управлению предприятием. Но, как оказывается, сегодня этого недостаточно, чтобы вывести предприятие на новый уровень.

Исследуя управленческую культуру, ученые выделяют некоторые тенденции в деятельности предприятий, а именно: поддержку

организационной культуры, направленной на рост ценности каждого работника и его творческого потенциала, наличие различных связей между уровнями управления, при этом организационная культура не статична и предусматривает изменения [4]. С другой стороны, на повышение эффективности работы предприятий влияют приверженность работников, удовлетворенность ими своей работой. На удовлетворенность работой, в свою очередь, влияют личные факторы (например, целеустремленность), в то время как на организационную культуру влияет удовлетворенность работой [5]. Формирование организационной культуры предприятия происходит при ориентации руководства предприятия на людей, их командную работу, прогрессивную и стабильную деятельность [6].

Современные условия предъявляют качественно новые требования к руководителям различного уровня управления, обуславливают необходимость более высокой интенсивности их труда, умение ценить время, обладать комплексом организационных и психологических качеств и обеспечивать творческий подход к работе, то есть соответствовать требованиям инновационности организационной культуры. Именно это мы и подразумеваем в рамках данной статьи, называя организационную культуру «новой».

«Новая» или инновационная организационная культура, с одной стороны, является основой реализации и развития инновационного и творческого образа мышления, а с другой – сама испытывает трансформации, которые отражают динамические изменения в социально-экономической, институциональной и организационной сферах государства. Синтез постоянного использования инноваций и творческий подход к решению управленческих проблем становится действенной и эффективной инновационной стратегией развития как для предприятия и отдельного работника, так и региона в целом. Творческий подход в управлении и мышлении руководителей и работников предприятия превращается в стабилизирующий элемент конкурентоспособности предприятия.

Поэтому на каждом современном предприятии должна внедряться «новая» организационная культура, которая культивирует креативность и положительное отношение работников и менеджмента к инновациям. Такой вид организационной культуры проявляется в широком спектре – от создания условий полноценного использования инновационного потенциала личности и предприятия до развития общества для совершенствования региона/государства.

Высокий уровень и разносторонность познавательной-квалификационной подготовки менеджмента, глубина и значительная

степень гибкости к процессам управления, ценностям и нормам деятельности являются основополагающими факторами закладки устоев развития «новой» культуры организации. Это обеспечит эффективное внедрение инноваций, повышение конкурентоспособности и усовершенствование имиджа, а также повлияет на гармонизацию интересов всех участников инновационной системы как предприятия, так и государства в целом.

При этом первоисточником и основой для определения миссии и целей деятельности предприятия и формирования инновационной составляющей его организационной культуры являются личностные характеристики учредителей или представителей топ-руководства, уровень их готовности к риску, способность к инновационному мышлению, инициативность и т.д. Не менее важной в процессе поддержки и развития инновационной организационной культуры является роль остальных менеджеров предприятия. Именно от менеджеров во многом зависит, будут ли приняты во внимание и реализованы инновационные идеи и разработки творческих работников-интеллектуалов. Поэтому наряду с формированием коллектива высококвалифицированных креативных специалистов необходимо позаботиться также и о создании высокоэффективной команды менеджеров и обеспечить им возможности для развития их профессиональных качеств.

Одним из факторов обеспечения инновационности и развития региона, в том числе региональных кластеров, является наличие формальных и неформальных связей между отдельными предприятиями [7]. Тем самым человек и, соответственно, человеческий капитал становятся основными факторами обеспечения инновационного развития как отдельного предприятия, так и региона. Как отмечают исследователи [8, 9], факторами прогрессивного развития региона являются образованность и креативность населения. При этом для человеческого капитала необходимо участие органов государственной власти региона путем обеспечения реализации программ повышения образованности населения [10].

Считается, что человеческий капитал, безусловно, можно считать ключевым условием инновационного развития региона, поскольку все инновационные достижения, технологические прорывы, организационные усовершенствования появились благодаря накопленному опыту в сочетании с прогрессивными знаниями, что человеческий капитал, как и любой другой, нуждается в постоянных инвестициях, это способствует его наращиванию при помощи приобретенного опыта, мотивации и знаний [11].

Необходимо отметить, что мы уже можем утверждать, что существует «инновационный человеческий капитал», который подразумевает профессиональные знания и навыки, которые помогают в получении дополнительного дохода в какой-либо профессиональной среде. Внедрения инновационных технологий в деятельность различных предприятий создает насущную необходимость в квалифицированных работниках, обладающих инновационными знаниями. Возникает вопрос: кто должен стоять за формированием инновационного человеческого капитала, понимая, что и для предприятий, и для региона в целом — это необходимое условие инновационного развития. Вот здесь и стоит упомянуть о «новой» организационной культуре, которая должна трансформировать прежние нормы, ценности и установки к труду. Ориентация на инновации должна транслироваться руководством предприятия и формировать на уровне сознания новую ценность знаний и постоянного совершенствования работников предприятий.

При этом ряд ученых отмечает, что не стоит отождествлять инновационный человеческий капитал с общим человеческим капиталом, потому как внедрение инновационных технологий в любом случае всегда имеет определенную отраслевую специфику [12].

Формирование «новой» организационной культуры тесно связано со стилем руководства и личностью руководителя предприятия. Доминирующие на предприятии ценности (культурные, трудовые, нравственные, организационные и т.д.), как и их недостаток (неразвитость, несистемность, ограниченность), вместе с соответствующими методами их утверждения в своей совокупности формируют организационную культуру, которая способна дать как положительный импульс инновационному развитию для отдельного предприятия, так и отрицательный импульс.

Личность руководителя и его видения управления предприятием особенно важны в контексте взаимодействия с органами государственной власти региона. Доказано, что руководитель-лидер является тем субъективным фактором, который предопределяет неповторимость организационной культуры, которая исключает назначения случайных лиц (специальное образование, опыт управленческой деятельности в системе управления, рекомендации, личностные качества, черты характера и т.д.) [13, 14].

Считаем, что необходимым условием инновационного развития региона является доверие на всех уровнях взаимодействия, поскольку способность региона к созданию и внедрению инноваций зависит от общего отношения к рискам и предпринимательству, го-

товности к изменениям, открытости к новой информации и горизонтальных связей отдельных граждан и групп в обществе в том числе.

В целом «новую» организационную культуру предприятий можно охарактеризовать как гибкую полихромную культуру со средней дистанцией власти, которая ориентирована на задачи и результат, опирающийся на кратковременное планирование, быструю обратную связь и опосредованную коммуникацию, использующую сочетание принципов коллективизма и индивидуализма с преобладанием первого, что способствует формированию высокой степени ценности совместной деятельности для персонала.

Кроме того, эффективное инновационное развитие региона возможно только в рамках совместной синергетической работы бизнеса, власти и граждан. Реализация стратегий развития возможна при эффективном сотрудничестве на основе общих интересов, доверия и взаимности. Взаимодействие граждан, руководства предприятий и региональных властей возможно на основе использования различных социокультурных практик, с одной стороны, и повышения уровня «новой» организационной культуры предприятий и инновационного человеческого капитала — с другой.

Отметим, что несмотря на то что уровень роста инновационной культуры страны является стратегическим приоритетом, этот вопрос часто игнорируется на местном уровне. В связи с этим предлагается сосредоточить основные среднесрочные усилия на следующих трех направлениях развития инновационной культуры региона.

1. Значительные улучшения научной коммуникации, в частности: организация государственной поддержки для научно-популярных периодических изданий, создание научно-популярных радио- и телепередач, введение специальных условий и стимулов для разработки и издания научно-популярных книг.

2. Совершенствование образовательных программ в соответствии с последними достижениями науки, в частности: конкретные информационные мероприятия для преподавателей средних школ и университетов, информирование их о последних научно-технических достижениях, создание государственной системы дистанционного обучения с привлечением наиболее квалифицированных и компетентных ученых.

3. Формирование инновационной культуры управленческого персонала, в том числе: тренинги для сотрудников предприятий по инновационному менеджменту, лекции для государственных служа-

щих научно-технологического и инновационного развития и реализации политики на основе зарубежного и местного опыта.

Подводя итоги вышесказанному, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, «новая» организационная культура предприятий — это базовый элемент внутренней среды организации, который формируется в результате межличностного взаимодействия членов организации в процессе ее управленческого развития и целенаправленного воздействия руководства и включает, кроме убеждений, ценностей, принципов, благоприятного социально-психологический климата, еще и инновационные составляющие. Культура характеризуется средней дистанцией власти, которая ориентирована на задачи и результат, опирающийся на кратковременное планирование, быструю обратную связь и опосредованную коммуникацию, использующую сочетание принципов коллективизма и индивидуализма с преобладанием первого.

Во-вторых, синтез постоянного использования инноваций и творческий подход к решению управленческих проблем становится действенной и эффективной инновационной стратегией развития как для предприятия, так и для региона в целом. Творческий подход в управлении и мышлении руководителей и работников превращается в стабилизирующий элемент конкурентоспособности предприятия. Именно поэтому на каждом современном предприятии должна внедряться «новая» организационная культура, основанная на инновациях, которая, в свою очередь, является детерминантой инновационного развития региона.

В-третьих, на сегодняшний день для инновационного развития территорий особо остро стоит вопрос развития взаимоотношений между бизнесом, государством и человеком для ответа на вызовы, стоящие перед каждым регионом. Главной задачей становится нахождение именно формы их оптимального партнерского взаимодействия.

Литература

1. Kourtit K., Nijkamp P. Suzuki S. Effective Clusters as Territorial Performance Engines in a Regional Development Strategy — A Triple-Layer DEA Assessment of the Aviation Valley in Poland // REGION. 2017. № 4 (3). Pp. 39-63. DOI: 10.18335/region.v4i3.166.

2. Barca F., Mccann P. Rodriguez-Pose A. The Case for Regional Development Intervention: Place-Based Versus Place-Neutral Approaches // Journal of Regional Science. 2012. № 52 (1). Pp. 134-152.

3. Концепция научно-технологического развития региона: вопросы теории и практики: монография / Ю. Г. Тюрина, М. А. Колмыкова, Е. А. Лавренко, А. А. Саморуков, Н. И. Селиверстова, под ред. Ю. Г. Тюриной. М.: «Перо», 2018. 202 с.

4. Tran S. K. GOOGLE: a reflection of culture, leader, and management // Int J Corporate Soc Responsibility. 2017. Vol. 2. Issue 10. Pp. 1-14. URL: <https://doi.org/10.1186/s40991-017-0021-0>.

5. Bahadur Ali Soomro, Naimatullah Shah Determining the impact of entrepreneurial orientation and organizational culture on job satisfaction, organizational commitment, and employee's performance // South Asian Journal of Business Studies. Vol. 8. № 3. 2019. Pp. 266-282.

6. Yustina Olivia Da Silva, Achmad Firdiansjah, Boge Triatmanto. Work Satisfaction as a Mediation Tool of Organizational Culture Towards Employees' Performance // International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (ijasre). 2019. Vol. 5 (3). Pp. 110-115.

7. Rune Njøs, Stig-Erik Jakobsen Cluster policy and regional development: scale, scope and renewal // Regional Studies, Regional Science. 2016. Vol. 3. № 1. Pp. 146-169. DOI: 10.1080/21681376.2015.1138094.

8. Claude Diebolt, Ralph Hippe. The long-run impact of human capital on innovation and economic development in the regions of Europe // Applied Economics. 2019. Vol. 51. № 5. Pp. 542-563. DOI: 10.1080/00036846.2018.1495820

9. Flückiger M., Ludwig M. Geography, Human Capital and Urbanization: A Regional Analysis // Economics Letters. 2018. № 168. Pp. 10-14. URL: <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2018.03.027>.

10. Égert B., Botev J., Turner D. Policy drivers of human capital in the OECD's quantification of structural reforms // OECD Economics Department Working Papers. 2019. № 1576. URL: <https://doi.org/10.1787/b8fe3b7b-en>.

11. Колмыкова М. А. Человеческий капитал как ключевое условие инновационного развития региона // Вестник Самарского муниципального института управления. 2021. № 1. С. 95-103.

12. Гарафиев И. З. Инновационный человеческий капитал и нанотехнологии (контент-анализ программ инновационного развития регионов РФ) // Вестник Казанского технологического университета. 2012. № 14. С. 239-242.

13. Rahman M. H., Dey T., Al-Amin M. Relationship between Organizational Strategy and Leadership Style in Performance Efficiency // Asian Business Review. 2019. № 9 (1). Pp. 17-22. URL: <https://doi.org/10.18034/abr.v9i1.221>.

14. Cai W., Lysova E. I., Khapova S. N., Bossink BAG. Servant Leadership and Innovative Work Behavior in Chinese High-Tech Firms: A Moderated Mediation Model of Meaningful Work and Job Autonomy // Front Psychol. 2018. Vol. 9 № 1767. DOI: 10.3389/fpsyg.2018.01767.

Статья поступила в редакцию 05.06.21г.

*Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© Б. А. НИКИТИНА, 2021

Самарский государственный медицинский
университет (СамГУ), Россия

E-mail: belanik@yandex.ru

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ВЫБОР В СФЕРЕ ТОВАРОВ ХОЗЯЙСТВЕННО-БЫТОВОГО НАЗНАЧЕНИЯ И СПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ К ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ РЕФЛЕКСИИ

В статье отражены результаты исследования отношения потребителей бытовой химии к экологическим аспектам своего потребительского выбора. В работе сопоставлены индексы самосохранительной и экологической обеспокоенности потребителей разных типов бытовой химии, описывается уровень экологической информированности потребителей. Выделены группы с разной степенью экологичности образа жизни для выявления их отношения к значимости экологических критериев при выборе товаров бытовой химии. Делается вывод о степени готовности потребителей платить больше за экологичную продукцию, а также о степени их готовности к углублению понимания самой концепции экологической дружелюбности товаров бытовой химии.

Ключевые слова: экологическая рефлексия потребления, экологическая и самосохранительная обеспокоенность.

Введение

Сохранение здоровья и здоровья своей семьи — одна из главных задач, стоящих перед каждым человеком. Одним из направлений охраны здоровья человека является контроль качества продуктов повседневного использования, к числу которых относятся товары бытовой химии, такие как средства для стирки белья и чистки кухонных принадлежностей. Безобидные на первый взгляд они часто представляют угрозу для здоровья человека, но не напрямую, а косвенно, через нанесение ущерба окружающей среде и участникам производственного цикла при их производстве и утилизации. Однако сложные взаимосвязи между повседневными покупками и их отдаленными экологическими последствиями непросто понять потребителю без достаточно высокого уровня экологической грамотности. И хотя экологическая обеспокоенность населения во всем мире (в том числе и в России) в последнее время нарастает [1], рекламное

пространство, относящееся ко всем категориям продукции, переполнено фейковыми заявлениями об экологической дружелюбности продуктов и их безопасности для здоровья (так называемого «greenwashing»), целью которых является манипуляция потребительскими предпочтениями [2].

Внести ясность в ситуацию призвана информация, представленная на упаковке (однако и здесь существуют «подводные камни», поскольку экологическая дружелюбность — понятие многокритериальное). Нужно не только суметь правильно интерпретировать представленные на упаковке данные, но и интегрировать их с иными знаниями об экологическом следе того или иного продукта [3]. Для этого наиболее экологически продвинутые потребители заранее проводят собственные потребительские «расследования» [4] и покупают только проверенные экологически дружелюбные товары. Гораздо более сложным для потребителя является ситуативный процесс выбора, при котором решение нужно принять непосредственно у полки в магазине, особенно в том случае, когда выбор достаточно широк, а финансовые возможности ограничены. В таких обстоятельствах целесообразно ориентироваться на официальную эко-маркировку, которая является одной из форм донесения до потребителей доступной информации об экологической дружелюбности продуктов, однако и этим инструментом нужно суметь воспользоваться. Все вышесказанное подводит нас к тому, что осмысление экологической дружелюбности продукта без предварительного изучения характеристик товаров, без рефлексии относительно собственного образа жизни в контексте потребления данного продукта практически невозможно. Но если в отношении продуктов питания или одежды потребительская эко-рефлексия достаточно хорошо развита, то в сфере потребления товаров бытовой химии экологический дискурс развернут недостаточно, а публичная эко-рефлексивность представлена гораздо скромнее.

В связи с этим цель данного исследования — изучить способность современного российского потребителя (объекта исследования) к экологической рефлексии в процессе потребления товаров хозяйственно-бытового назначения. Для реализации поставленной цели были избраны следующие задачи:

- охарактеризовать и сопоставить самосохранительную и экологическую озабоченность потребителей бытовой химии;
- выявить степень информированности о потенциально негативном влиянии хозяйственных товаров на здоровье потребителей и состояние окружающей среды;

— описать характер интерпретации потребителями экологичности товаров хозяйственно-бытового назначения;

— определить корреляцию между экологичностью образа жизни и социально-экологической рефлексией в сфере потребления бытовой химии;

— определить готовность потребителей к изменению потребительского выбора под воздействием экологической мотивации.

Предмет исследования — отношение потребителей товаров бытовой химии к экологическим характеристикам товаров данного типа, их способы интерпретации информации на упаковках (в т.ч. понимания сущности эко-маркировки в рамках реализации потребительского выбора).

В рамках исследования были выдвинуты следующие гипотезы:

1) при выборе товаров бытовой химии потребители в первую очередь руководствуются функциональной и экономической ценностью товаров. Влияние веществ, содержащихся в бытовой химии, на окружающую среду потребителям известно слабо, в связи с чем они не могут адекватно сформировать экологические критерии потребительского выбора;

2) меньшинство потребителей воспринимают ценность эко-продуктов как условие, за которое они должны платить более высокую сумму, чем за обычные продукты, вследствие чего количество потребителей, на выбор которых влияет экологическая дружелюбность продукции, незначительно;

3) изменить свой потребительский выбор большинство покупателей сегодня не планируют не только в связи с экономическими причинами, но и в связи с социальными предпосылками и устоявшимся образом жизни.

Результаты исследования

Исследование было осуществлено методом анкетирования. Опрошено 256 человек, выборка целевая, включающая посетителей отдела товаров хозяйственно-бытового назначения, заинтересовавшихся предложением обсудить экологические характеристики приобретаемых товаров. Опрос проводился в мае 2021 г. в одном из магазинов сети «Ашан» (г. Самара). Большинство респондентов стали женщины (73%) трудоспособного возраста (64%), работающие (48%) и проживающие в домохозяйствах от 2 до 4 человек (52%).

41% опрошенных оценили свой уровень дохода чуть выше среднего, 36% — имеют средний уровень материальной обеспечен-

ности (т.е. подавляющее большинство респондентов материальных проблем не имеют). По уровню образования респонденты распределились следующим образом: 42% респондентов имеют высшее образование, 15% — незаконченное высшее и 31% — среднетехническое. Полученные результаты свидетельствуют о том, что образовательный уровень посетителей этого отдела достаточно высок по сравнению со средним уровнем по России.

В ходе опроса респондентам были заданы вопросы относительно степени их обеспокоенности влиянием покупаемых товаров на собственное здоровье и окружающую среду, ориентируясь на шкалу от 1 до 3, где 1 — минимальная, а 3 — максимальная степень обеспокоенности. Вопросы задавались отдельно по поводу средств для стирки белья и средств для чистки сантехники и кухонных принадлежностей.

При ответах на вопрос, касающийся средств для стирки белья, почти третья часть респондентов заявила о высоком уровне обеспокоенности негативным влиянием товаров на их собственное здоровье и здоровье членов их семьи (36%), чуть больше респондентов выделяют средний уровень обеспокоенности этим вопросом (42%) и 26% — практически не беспокоятся о негативном влиянии средств для стирки белья на собственное здоровье. Соответственно, индекс обеспокоенности влиянием средств для стирки на собственное здоровье, складывающийся как среднее арифметическое от обозначенного респондентами уровня, составил 2,18. Существенно отличается озабоченность покупателей влиянием средств для стирки на окружающую среду. Так, только 12% покупателей сообщили, что они крайне озабочены этим вопросом, а 16% сказали, что их этот вопрос беспокоит сравнительно слабо, тогда как остальные респонденты признались, что вовсе не обеспокоены влиянием этого типа товаров на окружающую среду. В результате индекс экологической обеспокоенности респондентов составил лишь 1,4, что заметно ниже индекса обеспокоенности влиянием этих средств на их собственное здоровье.

Аналогично выглядит ситуация со средствами для чистки кухни: практически равные доли опрошенных сильно обеспокоены негативным влиянием средств для чистки кухни на состояние окружающей среды или проявляют среднюю степень обеспокоенности этим вопросом (13% и 19% соответственно), в то же время большинство ответивших (68%) совершенно не задумываются об этом. В результате индекс экологической обеспокоенности респондентов составил лишь 1,45. Чуть более высока озабоченность рес-

пондентов влиянием чистящих средств на их собственное здоровье и здоровье членов их семьи, которую обозначили как высокую 21% опрошенных, а как среднюю — 17%, в то время как не задумывались об этом 62% респондентов, что проявилось в совокупном значении индекса 1,59. Получившиеся значения индексов демонстрируют достаточно устойчивую картину низкого уровня экологической озабоченности потребителей товаров хозяйственно-бытового назначения и общее недопонимание роли этих товаров в ухудшении состояния окружающей среды на данный момент.

Примечательно, что после уточняющих вопросов о негативном влиянии средств для стирки белья на окружающую среду выяснилось, что большинство респондентов (45%) знают о том, что средства для стирки белья вызывают избыточный рост водорослей и цветение водоемов, 21% что-то слышали об этом и только 34% опрошенных вообще никогда не слышали о причинах «цветения» водоемов. То есть знания о влиянии на гидросферу фосфорсодержащих компонентов средств для стирки присутствуют у респондентов преимущественно в пассивном багаже знаний, однако в процессе выбора этой категории потребительских товаров они не актуализированы.

При этом достаточно хорошо осознают потребители такие аспекты сокращения негативного влияния на окружающую среду, как выбор капсулированных форм средств для стирки белья, позволяющих сократить объем избыточного использования жидких или порошковых средств для стирки, о чем свидетельствуют ответы почти половины опрошенных (44%), считающих капсулированную форму моющих средств более безопасной для окружающей среды.

При уточняющих вопросах относительно содержания хлора в средствах для чистки сантехники и кухонь, респонденты также проявили более высокую степень информированности, чем можно было предположить исходя из степени их обеспокоенности. Так, практически равные доли ответов респондентов указали на то, что они знают об опасных свойствах хлора и что-то слышали об этом (39% и 40% соответственно). В то же время при уточнении объектов, подвергающихся угрозе, подавляющее большинство опрошенных (88%) указали только на вред этого вещества для человека, в то время как о косвенном влиянии хлора на животных через химические процессы в окружающей среде и о непосредственном негативном влиянии хлора и его соединений на природные экосистемы упомянуло очень мало респондентов.

Переходя напрямую к проблемам потребительского выбора, респондентам предлагалось указать на 1 или 2 наиболее экологически дружелюбные средства из тех, которые были представлены в магазине. Выбор респондентов распределился следующим образом: 67% — определили как «экологически дружелюбный товар» гель для стирки белья «BioMio», в 42% случаев опрошенные покупатели считают безопасным средством — «Frosch», в 37% — «Synergetic», капсулы «Ariel» выбрали 33% респондентов, 29% — определили порошок «Garden Eco» как экологичный вариант средства для стирки, 20% — считают таковым «Comet», 17% — «Bref», 18% опрошенных выбрали средства марки «Grass», остальные средства для стирки назвали менее 10% респондентов. Несмотря на то что более четверти (27%) респондентов затруднились с ответом, все же большая часть опрошенных правильно определили средства, в составе которых отсутствуют фосфаты и хлор — это средства марки «Synergetic», «Frosch» и «BioMio». На фоне остальных представленных марок их средства представляют наименьшую опасность как для окружающей среды, так и для здоровья человека, хотя некоторые из экологически более безопасных марок товаров незаслуженно были недооценены, как, например порошок «Garden Eco», в состав которого входят только натуральные компоненты.

Аналогичные марки рассматриваются как максимально экологически дружелюбные и среди средств чистки для сантехники и кухонных принадлежностей, где бренды «BioMio», «Synergetic» и «Frosch» также получили соответственно 54%, 41% и 35%. Интересно, что при этом около 15% ответивших назвали наиболее экологичным средством хозяйственную соду, что является достаточно неожиданным, но правильным ответом.

Отвечая на вопрос о критериях отбора экологически дружелюбных средств для стирки, большинство респондентов (54%) считают таковым гипоаллергенность, 32% ориентируются на наличие эко-маркировки, а 26% считают важным держать в памяти конкретные экологически дружелюбные бренды, практически равные доли респондентов (19% и 18%) выбирают средства по критериям привычности и тщательного анализа его химического состава. Отсутствие отдушек стало главным аргументом для отбора в 11% случаев, что чаще всего действительно более безопасно.

При ответах на вопрос, касающийся критериев для отбора чистящих средств, большая часть опрошенных (41%) основывает свой выбор исходя из маркировки «Эко», представленной на товаре; 34% респондентов выбирают товары исходя из того, что ранее были

«знакомы» с ними как с экологически дружелюбными. Неоправданно мало респондентов считают экологически дружелюбными средства без хлора, их доля составила лишь 11%. В равной степени (по 7%) респонденты ориентируются при выборе товаров на символы конкретной международной эко-маркировки или выбирают товар с пометкой «Био».

Приведенные выше данные говорят о том, что при выборе как средств для стирки, так и чистящих средств для сантехники и кухни доля потребителей, осуществляющих выбор с опорой на самостоятельную рефлексию, является достаточно небольшой, в то время как подавляющее большинство опрошенных находится под влиянием рекламы и маркетинговых приемов воздействия производителя на потребительский выбор.

При ответах на вопрос, касающийся готовности оплачивать покупки, снижающие риск негативного влияния на окружающую среду и здоровье человека, почти треть респондентов (34%) ответили, что готовы покупать такие товары дороже, но не более, чем на 5%, четвертая часть опрошенных (25%) согласна увеличить затраты не более чем на 10%, а 17% респондентов готовы повысить свои затраты на эко-товары лишь чисто символически в пределах 1%. Остальные респонденты либо готовы заплатить за экологичные товары столько, сколько потребуется, так как цена для них не имеет значения, либо не готовы платить больше за товары с экологическими преимуществами. Доля таких респондентов в выборке практически одинакова и составляет по 7% опрошенных.

Примечательно, что больше половины опрошенных (66%) готовы изменить свои предпочтения в пользу более экологически дружелюбных товаров, если они будут в непосредственной доступности. 15% не готовы к изменению сложившихся предпочтений, а 12% не готовы специально куда-то ехать за эко-товаром, и 7% затруднились дать ответ на данный вопрос. Таким образом, существует достаточно большой сегмент потребителей, в большей степени готовых под воздействием экологической мотивации изменить устоявшиеся паттерны потребительского выбора, однако при этом они могут лишь следовать в фарватере лидера, который нужен для активного продвижения критериев экологической дружелюбности при потреблении бытовой химии.

Помимо выяснения доли опрошенных, размышляющих на темы экологичности приобретаемых товаров, в рамках исследования было решено определить общую степень экологичности образа жизни респондентов, для чего им был представлен перечень эко-

дружественных видов деятельности. В зависимости от того, принимали ли они участие в том или ином виде деятельности, а также своей вовлеченности, респонденты оценивали себя по шкале от 1 до 3. К числу эко-дружественных активностей в рамках исследования были отнесены сортировка мусора, экономия воды, экономия электричества, покупка б/у вещей на ресейл-платформах и гаражных распродажах, модернизация мебели, обмен одеждой или ее передача на благотворительность, помощь приютам животных/бездомным животным на улице. Сумма баллов по всем пунктам легла в основу индекса экологичности образа жизни, что позволило выделить 3 группы респондентов. Первую, наиболее активную группу, составили 18% респондентов, которые участвовали во всех перечисленных видах деятельности с большей или меньшей активностью и имели значения индекса экологичности образа жизни от 17 до 24 баллов. Эту группу составили преимущественно молодые женщины с высшим и незаконченным высшим образованием, с составом домохозяйства не более трех человек, со средним и высоким уровнем экономического благосостояния. Наиболее активно представители этой группы занимались сортировкой мусора, модернизацией и обменом одежды, а также помощью приютам для животных. Во второй, более многочисленной группе, составившей 34% опрошенных, гендерный и возрастной состав оказался более близким к структуре выборки в целом, уровень образования у респондентов чаще встречался среднетехнический, уровень доходов средний и ниже среднего, а количество членов в домохозяйстве составило 3-4 человека. В этой группе наибольшее внимание уделялось экономии электричества, модернизации мебели и покупке-продаже вещей, бывших в употреблении, хотя активность в целом была умеренной и индекс составил от 9 до 16 баллов. В третьей самой многочисленной группе, составившей 48% опрошенных, преимущественно сосредоточились респонденты более старшего возраста, со средним уровнем доходов, неспецифичным размером домохозяйства и мало участвующие в перечисленных видах деятельности. Исключение здесь составила сортировка мусора и экономия воды, а индекс экологичности образа жизни составлял не более 8 баллов.

Соотнося степень рефлексивности опрошенных респондентов и экологичности образа жизни, можно утверждать, что тесная корреляция между этими характеристиками вполне логична. Так, именно респонденты с максимальным индексом экологичности образа жизни оказались в наибольшей степени озабоченными экологичностью покупаемых товаров, готовыми к дополнительной ак-

тивности, связанной с поиском и покупкой такого типа товаров; именно в этой группе выявилась максимальная готовность платить дополнительные средства за экологичную продукцию, и практически все респонденты (93%), заявившие о том, что при приобретении экологичного товара цена не имеет для них значения, оказались в группе с максимально высоким значением индекса экологичности. Несмотря на это, уровень аргументации при приобретении экологически дружественных товаров даже в этой группе оставляет желать лучшего, поскольку символы экологической маркировки или гипоаллергенность чаще считаются критерием для выбора экологически дружественного товара, нежели его состав и/или отсутствие в нем конкретных токсичных компонентов. Наибольшая доля изучающих состав товаров бытовой химии респондентов парадоксальным образом сосредоточилась в группе с минимальным значением индекса экологичности образа жизни, несмотря на то что в ней оказалось мало интересующихся влиянием покупаемой продукции на состояние окружающей среды и много не готовых к поиску экологичной продукции и экологически ориентированной потребительской активности. При этом именно к этой группе относится максимальная доля респондентов, отказывающихся от дополнительных затрат на покупку экологичной продукции бытового назначения.

Заключение

Несмотря на рост экологических проблем в современном обществе, потребительский выбор большинства покупателей до сих пор не рассматривает критерий экологической дружественности товаров как приоритетный. Сравнительно небольшое внимание уделяют этим аспектам и покупатели, проходящие в крупные торговые сети, такие как магазин «Ашан», за приобретением товаров хозяйственно-бытового назначения, о чем говорят подсчитанные в ходе исследования индексы их экологической и самосохранительной обеспокоенности, демонстрирующие отсутствие стратегического понимания влияния экологического неблагополучия на здоровье населения.

Слабая озабоченность экологическими аспектами потребительского выбора в этом сегменте торговли связана не только с недостаточной информированностью потребителя относительно влияния товаров бытовой химии на состояние окружающей среды, но и с тем, что даже имеющиеся знания не актуализированы в общественном сознании, в то время как главный фокус внимания смещен на рекламные трюки, специально разработанные для манипуляции потребительским выбором населения. Примечательно, что большая часть

опрошенных хорошо проинформирована относительно брендов, позиционирующих себя как экологичные, однако привычный набор уже устоялся и плохо подлежит корректировке.

Результаты исследования показали, что потенциально готовые к экологической рефлексии потребители уже склонны к изменению паттернов потребительского выбора, однако в их установках отмечается неготовность к активности в части организации экологически ориентированных покупок, хотя сегодня этот процесс значительно облегчается благодаря онлайн-торговле, доступности и дешевизне доставки товаров на дом. Особенность ситуации состоит и в том, что в нашем исследовании готовность респондентов так или иначе переплачивать за экологически дружественные товары выше, чем их склонность заниматься поиском информации и целенаправленной рефлексией в сфере выбора наиболее эффективных товаров бытовой химии, что относится не только к группам людей, в целом ведущим не самый экологически дружественный образ жизни, но и к тем, кого можно назвать людьми, ведущими экологически дружественный образ жизни, что подтверждает выдвинутые в начале исследования гипотезы. Именно эту ситуацию можно охарактеризовать как недостаточность социально-экологической рефлексии в таких узких сферах потребления, как потребление товаров бытовой химии.

Литература

1. Golob U., Kronegger L. Environmental consciousness of European consumers: A segmentation-based study // Journal of Cleaner Production. 2019. № 221. Pp. 1-9.
2. Hameed I., Hyder Z., Imran M., Shafiq K. Greenwash and green purchase behavior: An environmentally sustainable perspective // Environment, Development and Sustainability. 2021. Pp. 1-22.
3. Nikolaou I. E., Tsalis T. A framework to evaluate eco-and social-labels for designing a sustainability consumption label to measure strong sustainability impact of firms/products // Journal of cleaner Production. 2018. № 182. Pp. 105-113.
4. Латыпова Д. Р., Бриль А. Е. Определение ресурсоемкости продукта путем анализа его экологической эффективности // Глобальная экономика в XXI веке: роль биотехнологий и цифровых технологий: сборник трудов конференции. М.: «Конверт», 2020. С. 180-181.

*Статья поступила в редакцию 31.05.21 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© Н. П. ЩУКИНА, 2021

Самарский государственный медицинский
университет (СамГМУ), Россия

E-mail: nina_shukina@mail.ru

О ПРЕДМЕТЕ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СОЦИОЛОГИИ

Статья посвящена развитию пенитенциарной социологии, особенностям современного этапа в этом развитии, включая теоретико-методологические основания и проблемное поле данной науки. Постулируется наличие семантической неопределенности в определении данной научной дисциплины, ее проблемного поля. Акцент делается на определении авторской позиции в этом вопросе.

Ключевые слова: пенитенциарная социология, предмет пенитенциарной социологии, понятийный аппарат пенитенциарной социологии, методы пенитенциарной социологии, тюремная субкультура.

Введение

Социологические исследования «современной тюрьмы» осуществляются в рамках дисциплины, называемой в разных контекстах по-разному. В России и некоторых других странах — это «пенитенциарная социология», но за данной дисциплиной закрепились и такие названия, как «социология тюрьмы», «социология тюремной жизни». Принято считать, что сам термин «пенитенциарная социология» был введен в научный оборот в 90-е гг. XX в. Ю. А. Алферовым, автором первого в России курса по прикладной социологии исправительно-трудовой системы в современных условиях. О «социологии тюрьмы», «тюремной жизни» идет речь в работах западных исследователей, таких как Т. Матизен, Д. Х. Дрейк, С. Дарк, Р. Эрл. Об отличии современной социологии тюрем от классической пенитенциарной социологии, ее растущей открытости и плюрализме пишет Ж. Шантрен.

В фокусе нашего внимания тема, заявленная в названии статьи, оказалась ввиду наличия нестыковок в трактовке понятия предмета пенитенциарной социологии в работах ряда российских авторов в связи с их абстрагированием от накопленного в западной науке опыта, а также фактическим отказом от ответа на вопрос о связи пенитенциарной социологии с криминологией, пенологией, уголовным правом и другими научными дисциплинами. Точнее, вопрос та-

кой ставится практически во всех исследуемых работах, но при фактическом абстрагировании от его рассмотрения в западной науке. Согласимся с М. Доганом, отмечая актуальность темы дисциплинарности скорее в учебном плане; в научных исследованиях акцент делается на значимости решения исследовательской проблемы, а не на том, в рамках какой дисциплины это исследование проводится [1]. Актуальность данного положения, методологически значимого в контексте российских практик, обуславливается тем, что работы, в названии которых представлено словосочетание «пенитенциарная социология», — это прежде всего учебно-методические комплексы и учебные пособия, и те нестыковки и недоговоренности, о которых речь шла выше, характерны прежде всего именно для данного типа работ.

Цель данной работы заключается в определении авторской позиции касательно предмета пенитенциарной социологии (объекта исследования) в соответствии с особенностями современного этапа в развитии данной науки.

Предмет исследования — особенности развития пенитенциарной социологии и ее социального конструирования.

Результаты исследования

Одним из трендов современной социологии является ее фрагментация, специализация, гибридизация [1]. Действительно, процесс гибридизации находит свое отражение в развитии, например, нейросоциологии, таких субдисциплин, как социология душевного здоровья, социология путешествий. Сохраняется актуальным и высказанное М. Доганом положение о дефиците коммуникации между десятками специализированных областей социологии, признанных Международной социологической ассоциацией¹. В случае с отечественными работами наблюдается одна и та же ситуация абстрагирования от особенностей исследования тюремной системы в других странах, что получило явное отражение как в тематической направленности работ, так и в используемых источниках и понятийном аппарате. В случае с источниками соблюдается своего рода ритуал: упоминаются такие отечественные ученые, как С. В. Познышев, И. Я. Фойницкий, из зарубежных авторов, как правило, М. Фуко,

¹ В настоящее время в Международную социологическую ассоциацию входят 57 исследовательских комитетов и целый ряд рабочих и тематических групп. Исследуемая в данной научной работе проблематика представлена в комитете «Девияция и социальный контроль» и в тематической группе «Насилие и общество».

Э. Ферри. Д. Говард. Что касается предметного поля пенитенциарной социологии, то оно нередко сводимо к тюремной субкультуре или изучению лиц, отбывающих уголовное наказание, гораздо реже — к тюрьме как разновидности социальной организации.

Смещение нашего исследовательского интереса к учебно-методическим работам обусловлено тем, что в силу их специфики, в них фиксируется в целом утвердившаяся в науке точка зрения, в том числе и касательно предмета пенитенциарной социологии. Например, курс пенитенциарной социологии, как пишут В. Б. Малинин и К. З. Трапаидзе «включен в программу многих вузов по уголовно-правовой специализации» [2, с. 241].

Трудно не согласиться с положением, неоднократно высказываемым отечественными социологами касательно своего рода моды на соединение «каждого аспекта» изучаемого явления со словом «социология» [3, с. 36]. В случае с пенитенциарной социологией данная мода нашла отражение в таких словосочетаниях, как, например, «социология несовершеннолетних осужденных» [4], «социология и психология осужденных» [5]. При этом в первом случае, судя по используемым авторами терминологии, а также источникам и выводам, наблюдается явное несоответствие содержания названию работы. Судя же по тексту другой публикации, от социологии в ней представлено разве что название работы и фактическое отождествление социологической составляющей текста с социально-демографической характеристикой осужденных. Наряду с термином «пенитенциарная социология» в отечественных текстах используется термин «пенитенциарная криминология» со ссылкой на тот факт, что «пенитенциарная криминология» является частью «общей криминологии как науки» [6, с. 18]. Обратим внимание и на другое: цитируемый выше автор, можно сказать, противопоставляет свою точку зрения «мировой науке» (в работе постулируется несогласие с точкой зрения Я. И. Гилинского, отождествляющего предмет пенитенциарной криминологии с пенитенциарной социологией; и это объясняется тем, что ученый «исходил из мировой практики понимания пенитенциарной социологии, где она является частью социологической науки» [6, с. 20]). Возникает вопрос: почему эта «мировая наука» оказывается вне внимания автора, но при этом фактически целый раздел его монографии посвящен перечню его публикаций [6, с. 213-220]. Подобные практики наблюдаются и в ряде других работ, в одной из которых говорится о «пенитенциарных и пенитенциарных основах науки уголовно-исполнительного права» [7, с. 273-281]. Несмотря на тезис автора работы [7] об особой

актуальности «использования богатого потенциала пенологии и пенитенциарной науки» в аспекте «эффективного противодействия преступности», в ней не упоминается ни одна из работ современных западных ученых «пенитенциаристов» (как впрочем и отечественных), но даются ссылки на Аристотеля, Г. В. Гегеля, на упомянутых выше С. В. Познышева, И. Я. Фойницкого. Подчеркнем, что несмотря на название работы, ее автор оставляет фактически за кадром смыслы, вкладываемые в предметную область пенологии, которая сегодня в науке определяется по-разному. Так, согласно Д. Ф. Фармеру, пенология, предмет которой — тюремная политика, управление тюрьмами и, как следствие, тюремная культура, — является прикладной областью социологии, фактически «пенология» и «тюремная социология» используются ученым как взаимозаменяемые понятия [8, с. 2051].

В свою очередь, Л. К. Челиотис ведет речь о связи «пенологии» с «уголовными теориями», о том, что за время своего существования она принимала немало форм, иногда несовместимых [9, с. 467-470]. Ответить на вопрос «О каких формах идет речь в анализируемой нами работе?» весьма затруднительно, так как автор фактически уходит от анализа состояния современной науки, не сводимой к работам ряда отечественных ученых.

В вузах России читается и курс, называемый «наукой тюрьмоведения» [10, с. 5]. В западных высших учебных заведениях также читаются курсы со сходным названием, например, «тюрьмы и общество». Содержание данного курса связано с «различными социологическими теориями и критическим анализом ключевых проблем в области лишения свободы и уголовно-исполнительной политики» [11]. Иными словами, речь идет о социологии тюрьмы. В случае же курса «наука тюрьмоведения» (судя по его содержанию) — это собирательная дисциплина о современных тюремных системах. Согласно глоссарию (словарю узкоспециализированных терминов), составленному авторами анализируемого текста, данная дисциплина во многом повторяет курсы уголовного и уголовно-исполнительного права [10, с. 59-71].

Таким образом, в анализируемых текстах наблюдаются нечеткость, некорректность авторов в работе с ключевыми понятиями, представленными в самих названиях их работ.

В случае предмета пенитенциарной социологии многое в его исследовании, а также в создании «пенитенциарных социологических служб» в России было сделано отечественным классиком данной науки Ю. А. Алферовым, издавшим несколько десятков работ по соот-

ветствующей тематике. Определяя предмет пенитенциарной социологии, Ю. А. Алферов ведет речь о том, что это — «часть общей социологии» [12, с. 14]. В его понимании пенитенциарная социология «посвящена методам социально-психологических исследований личности правонарушителей в условиях лишения свободы» [12, с. 11]. В другой же работе ученого представлен краткий словарь-справочник пенитенциарного социолога с акцентом на вопросах выборки, социологических методов исследования и т.п. [13, с. 130-177]. Иными словами, обнаруживается некоторое противоречие в трактовке Ю. А. Алферовым предмета пенитенциарной социологии. Понимание предмета данной науки еще больше усложняется при обращении к текстам интерпретаторов наследия ученого. Так, в одном из них читаем, что пенитенциарная социология трактуется Ю. А. Алферовым как «отрасль методологической науки исправительно-трудового права» [14, с. 140].

Наибольшие противоречия и нестыковки обнаруживают себя при обращении к учебным пособиям и учебно-методическим комплексам, изданным в ряде городов страны в последующие годы. Общим для авторов подобного рода текстов является упоминание наследия Ю. А. Алферова наряду с абстрагированием от работ классиков и современных западных ученых, работающих на изучаемом поле. В результате предмет пенитенциарной социологии оказывается нередко сводимым к изучению тюремной субкультуры или к изучению лиц, отбывающих уголовное наказание. Обращает на себя внимание терминология, презентуемая авторами таких работ как ключевые понятия пенитенциарной социологии. В лучшем случае в перечне этих понятий оказываются присущие социологии в целом [15] или психологии [5], в худшем случае — далекие от предметного поля пенитенциарной социологии [16]. Что касается сути пенитенциарной социологии, то она может определяться как «наука, изучающая преступный мир, его историю, традиции, субкультуру, т.е. неформальные нормы поведения, установки, законы, татуировки, жаргон и т.п.» [16, с. 5]. Иными словами, предмет пенитенциарной социологии может трактоваться даже уже, чем тюремная субкультура. В некоторых работах пенитенциарная социология отождествляется с социологией исполнения наказаний [17], с чем трудно согласиться уже в силу того, что наказание бывает не только уголовным.

Примечательно и другое: в рассматриваемых работах говорится о направленности анализируемых дисциплин на получение достоверного, объективного знания. Иначе говоря, вне внимания оста-

ется целый пласт проблем, исследование которых возможно лишь с помощью методологии качественного исследования.

Создается впечатление о том, что целый ряд отечественных авторов, занимающихся вопросами пенитенциарной социологии, живут в созданном ими мире определенных ритуалов и мифов, где нет места даже упоминанию о классиках пенитенциарной социологии, не говоря уже о серьезных научных дискуссиях, ведущихся сегодня на поле «тюрьмоведения». Не упоминаются даже имена современных ученых, удостоенных высоких научных наград за успехи в изучении проблемного поля современной тюрьмы [18]. Следовательно, представляется логичным рассмотреть работы упомянутых выше классиков пенитенциарной социологии.

Пионерами исследования тюремных сообществ считаются Н. С. Хейнер, Ф. Е. Хейнс, Э. Эш, которые немало сделали для понимания роли социологии в изучении тюрьмы, внедряя, в частности, в исследовательские практики входение в это учреждение вместе с аспирантами и студентами в качестве добровольцев «сокамерников»², а также проигрывая иные роли, способствующие установлению продуктивного взаимодействия с сотрудниками тюрем и осужденными [19]. Предмет и проблемное поле тюремных исследований постепенно расширяется и углубляется с акцентом на изучение не только миров заключенных, но и их коммуникации с сотрудниками тюрем, а также с их семьями, внешней средой. Во многом это произошло благодаря Д. Клеммеру [20], Г. Сайксу [21] и Э. Гоффману [22] — классикам пенитенциарной социологии.

Публикации чешского ученого Л. Дирги о пенитенциарной социологии представляются значимыми в аспекте определенного сходства с российскими работами. В них, в частности, высказывается сожаление об отсутствии четкого понимания различий профессий социолога и специалиста по социальной работе, о превращении социологов в тюрьмах Чехии в воображаемую фигуру, о «существовании которой написано, но на самом деле ее не видно» [23, с. 15].

Пионером «социологии тюремной адвокатуры», зарождающейся сегодня, является Ж. Шантрэн, работы которого отличает не только фокусировка внимания на дилеммах современной тюрьмы в аспекте соблюдения прав человека, но и их глубоко продуманная методологическая составляющая, интерес к перспективам разви-

² Речь идет, в частности, о том, что исследователи реально проигрывали роли осужденных, проводя в камерах по несколько месяцев.

тия социологии тюрьмы [24]. Весьма содержательным в аспекте обобщения сложившихся практик исследований тюрьмы является коллективный труд о перспективах социологии тюремной жизни в Великобритании [25]. Д. Х. Дрейк, С. Дарк, Р. Эрл обращают внимание на разнообразие проводимых исследований их концептуальных и методологических оснований, включая концепции пространства, места, глобального управления. Получают развитие исследования темы женского, детского и молодежного тюремного опыта. Этот опыт нашел определенное отражение и в российском дискурсе (см. [28] и др.).

Ведя речь о современных исследованиях тюрьмы, невозможно обойти вниманием работу Д. Пируза и С. Деккера о бандах в тюрьмах США [26]. Так, в результате пятилетнего исследования в 2 тюрьмах США с фокусом на 802 интервью с осужденными ее авторы нанесли серьезный удар по всевозможным спекуляциям относительно действующих в тюрьмах банд. Новаторский взгляд ученых на исследуемую проблему связан с ее рассмотрением самими членами банд, отбывающими уголовное наказание.

Что касается криминологии осужденных, то она трактуется сегодня по-разному: как движение, группа, организация, сеть, новый раздел криминологии. В целом вопрос о том, кого можно считать специалистом в этой сфере, пока открытый [27]. В любом случае сегодня она включает в себя немало опубликованных автобиографических данных бывших осужденных и бывших сотрудников исправительных учреждений, взгляды которых на тюрьму существенно отличаются от традиционной точки зрения. В них оспариваются существующие определения преступлений и преступности с акцентом на неудовлетворенность сложившейся практикой уголовного правосудия [27].

В целом к особенностям работ современных западных коллег, представляющихся значимыми в контексте решаемой в данном исследовании задачи, отнесем:

- глубокое описание проводимых ими полевых исследований;
- обоснование используемых методов (с акцентом на потенциале качественных исследований);
- описание способов установления контактов с осужденными и сотрудниками тюрем;
- вовлечение в данный процесс молодых исследователей и роль добровольчества в данном процессе;
- расширение и углубление исследуемого проблемного поля.

Заключение

Резюмируя сказанное выше касательно предмета пенитенциарной социологии, повторим, что как самостоятельная научная дисциплина она сформировалась в 30-40 гг. XX в., что нашло отражение в работах ее пионеров и классиков. В России социологические исследования данного проблемного поля начались позднее в связи с особенностями развития страны и социологии как науки. Становление отечественной пенитенциарной социологии могло бы стать темой для самостоятельного научного исследования, как и тема востребованности социологического знания в учреждениях исполнения уголовного наказания. Несмотря на то что многое для этого было сделано в 90-е гг. XX в. Ю. А. Алферовым, белых пятен на этом поле остается немало, и они могли бы быть закрыты уже сегодня с помощью большей открытости и доступности для исследователей разного рода источников.

К высказыванию положения о наличии существенного разрыва в понимании предмета пенитенциарной социологии между отечественными и западными учеными приходим в силу того, что знаковую роль в ее становлении и развитии сыграла именно западная наука. Поэтому с определенной степенью условности автор статьи счел возможным рассмотреть проблематику в данном ракурсе.

Символичными выглядят положения ряда отечественных работ, авторы которых противопоставляют свои тексты «мировой практике понимания» пенитенциарной социологии. Фактический отказ отечественных авторов от учета наследия, накопленного в социологии касательно изучения современной тюрьмы, включая вопросы криминологии осужденных, потенциала методологии качественных исследований современной тюрьмы, изучения ее как социального института с присущими ему не только явными, но и латентными функциями, являет собой риск безмолвного и, следовательно, эффективного укрепления сложившихся задолго до сегодняшнего статус-кво или ритуалов. На наш взгляд, создается впечатление, что если раньше от обществоведа требовалась принудительная критика работ западных ученых как буржуазной точки зрения, то сегодня такое принуждение отсутствует, но «традиция и ритуалы сохранены». Из работы в работу переходят ссылки на имена одних и тех же отечественных ученых, нередко юристов, работавших на изучаемом поле задолго до сегодняшнего дня, с фактическим абстрагированием от работ не только признанных пионеров и классиков пенитенциарной социологии, но и от работ современных

ученых, разрабатывающих новые концепции тюремного заключения и ресоциализации лиц, отбывающих уголовное наказание.

В силу происходящих в обществе изменений и развития социологии как науки наполняется новым содержанием предметная область пенитенциарной социологии. Наличие в данной науке ряда традиций, школ и подходов затрудняет однозначную трактовку ее предметной области. Известны узкая и широкая трактовки предмета пенитенциарной социологии, трактовки, даваемые с акцентом на изучении тюрьмы как социальной организации, социальной системы или социального института.

Определяя свою позицию в данном вопросе, сделаем это с учетом того, что социальное знание конструируется в определенных контекстах, в том числе с учетом исследовательских приоритетов. Методологически значимой в этой связи считаем саморефлексию, самоконтроль исследователя, предполагающие понимание ограниченности и контекстуальности высказываемой точки зрения. Ведя речь о такой контекстуальности, автор исследования сфокусировал внимание на учебных текстах, где и делается акцент на предмете и проблемном поле пенитенциарной социологии. При этом в качестве исследовательского контекста привлечен ряд научных работ, статей и монографий, отбор которых осуществлен в соответствии с целью данного исследования. В силу этого авторское определение объекта пенитенциарной социологии можно трактовать как тюрьму, понимаемую в широком смысле слова, а именно включающую в себя разные виды исправительных учреждений. Предмет же данной научной дисциплины определяется как институциональные характеристики современной тюрьмы, функционирование и развитие данного института, взаимодействие его с другими социальными институтами, а также с обществом в целом.

К числу ключевых проблем пенитенциарной социологии (с учетом ее современного развития и особенностей современного социума) отнесем следующие:

- социологическую критику как движущую силу трансформации института тюрьмы;
- примат безопасности и дисциплинарной миссии тюрьмы;
- тюрьму как инструмент обеспечения прав всех участников тюремной сферы: мифы и реальность;
- современные модели институциональной адаптации осужденных (декультурация и аккультурация);
- тюремную реабилитацию (утопия или реальность);
- формальное и неформальное регулирование социальных от-

ношений в тюрьме.

Вслед за западными коллегами, много сделавшими для сбора эмпирического и обобщения теоретического материала о современной тюрьме, обратим внимание на потенциал методологии качественных исследований в изучении тюрьмы (о чем вел речь в свое время и Ю. А. Алферов). В этой связи представляется значимым изучение таких вопросов, как: «Можно ли демократизировать институт, который структурно антидемократичен?», «Зачем вводить права в среду, где проживающие лишены свободы?». Представляются весьма актуальными и такие темы, как метод наблюдения и права осужденных; автоэтнография в изучении современной тюрьмы.

Что касается места пенитенциарной социологии в социологическом знании, то, не включаясь в продолжающуюся «дискуссию», ведущуюся в российской криминологии, согласимся с учеными, определяющими криминологию как социологию преступности, уже в силу того, что преступность — явление социальное. Следовательно, пенитенциарная социология — составляющая криминологии.

В заключение статьи хотим обратить внимание на то, что данная работа является текстом для обсуждения, в котором признается значимость учета калейдоскопа представлений о предмете пенитенциарной социологии в историко-географическом и иных аспектах с акцентом на особенностях современного этапа проводимых исследований.

Литература

1. Доган М. Социология среди социальных наук // Социология (Минск). 2010. № 4. С. 31-41.
2. Малинин В. Б., Трапаидзе К. З. Новое направление социологии и уголовно-исполнительного права — пенитенциарная социология // Приоритетные направления развития науки и образования / Э. Н. Ахметшина и др., под общ. ред. Г. Ю. Гуляева. Пенза: «Наука и Просвещение», 2019. С. 241-248.
3. Осипова Н. Г. Отраслевая матрица современной социологии: кризис дивергенции // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 2013. № 2 С. 29-51.
4. Малинин В. Б., Трапаидзе К. З. Социология и психология несовершеннолетних осужденных // Здоровье и образование в XXI веке. 2019. Т. 20. № 9. С. 39-43.
5. Социология и психология осужденных в местах лишения свободы / Б. Г. Бовин и др., под общ. ред. О. Г. Ковалева. М: НИИ ФСИН России, 2005. 120 с.

6. Уваров И. А. Введение в пенитенциарную криминологию (опыт структурного построения): монография. М.: «Илекса», 2007. 224 с.

7. Смирнов Л. Б. Пенологические и пенитенциарные основы науки уголовно-исполнительного права // Уголовно-исполнительное право. 2018. Т. 13. № 3. С. 273-281.

8. Farmer J. F. Penology // Encyclopedia of Sociology by Edgar F. Borgatta and Rhonda J. V. Montgomery. Second Edition. NJ., 2000. Vol. 3. P. 2051-2057.

9. Cheliotis L. K. Penology // The Routledge Companion to Criminological Theory and Concepts Edited by Avi Brisman, Eamonn Carrabine and Nigel South / Ed. E. Brisman, E. Carrabine, N. South. London, NJ., 2017. 573 p.

10. Тюремноеведение. Учебно-методический комплекс. Тихорецк, 2013. 71 с.

11. Prisons and Society. University of Kent, USA. URL: <https://www.kent.ac.uk/courses/modules/module/SOCI7110>.

12. Алферов Ю. А. Пенитенциарная социология. Общая часть: (методол. аспект): учеб. для вузов МВД России. В 2-х ч. Домодедово: РИПК МВД РФ, 1995. 177 с.

13. Алферов Ю. А. Пенитенциарная социология. Особенная часть (предметно-методический аспект): учеб. для вузов МВД России. В 2-х ч. Домодедово: РИПК МВД РФ, 1995. 188 с.

14. Ананиан Л. Л. 96.03.004. Алферов Ю. А. Пенитенциарная социология: учебник для вузов МВД России. В 2 Ч. / Респ. ин-т повышения квалификации работников МВД РФ. Домодедово: РИПК МВД РФ, 1995. Общая часть: (методол. аспект). 177 с. // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 4. Государство и право. Реферативный журнал. 1996. № 3. С. 136-141.

15. Желтов А. А. Пенитенциарная социология: курс лекций. Вологда: ВИПЭ ФСИН России, 2013. 358 с.

16. Пенитенциарная социология: учебно-методический комплекс / авт. сост. В. Б. Малинин. СПб.: ИВЭСЭП, 2011. 27 с.

17. Пенитенциарная социология: учеб-метод. пособие, 2-е изд. Владимир: ВЮИ ФСИН России, 2011. 75 с.

18. Pyrooz D. C., Decker S. H. Competing for Control: Gangs and the Social Order of Prisons. Cambridge University, 2019. 310 p.

19. Haynes F.E. The Sociological Study of the Prison Community // Journal of Criminal Law and Criminology. 1949. Vol. 39. Issue 4. Pp. 432-440. URL: <https://scholarlycommons.law.northwestern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3602&context=jclc>.

20. Clemmer D. The Prison Community. New York: Rinehart, 1958. 341 p.

21. Sykes G.M. The Society of Captives. A Study of a Maximum Security Prison. NJ.: Princeton University Press, 1958. 150 p.

22. Гоффман Э. Тотальные институты. Очерки о социальной ситуации психически больных пациентов и прочих постояльцев закрытых учреждений. М.: Элементарные формы, 2019. 464 с.

23. Dirga L. Sociology Behind Bars? Penitentiary Sociology in the Czech Republic // Czech Sociological Review. URL: https://www.researchgate.net/publication/353989677_Sociology_Behind_Bars_Penitentiary_Sociology_in_the_Czech_Republi.

24. Chantraine G. Prison and sociological perspective. URL: <https://doi.org/10.4000/champenal.238>.

25. Drake D. H., Darke S., Earle R. Sociology of Prison Life // Recent Perspectives from the United Kingdom / Ed. J. Wright, International Encyclopaedia of Social and Behavioural Sciences (2nd ed.). Oxford: Elsevier, 2015. Pp. 924–929.

26. Pyrooz D. C., Decker S. H. Competing for Control: Gangs and the Social Order of Prisons. Cambridge University, 2019. 310 p.

27. Ross J. I. Convict Criminology // The Routledge Companion to Criminological Theory and Concepts. NJ., 2017. P.243-248.

28. Около тюрьмы: женские сети поддержки заключенных / под ред. Е. Л. Омельченко, Дж. Пэллот. СПб.: «Алетейя», 2015. 240 с.

*Статья поступила в редакцию 27.05.21 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© Т. Е. ВОДОВАТОВА, 2021

Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

E-mail: vodovatovaimi@mail.ru

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ТИПАЖ «ДЕЛОВАЯ ЖЕНЩИНА» (BUSINESS LADY) В РУССКОЯЗЫЧНОМ ОБЩЕСТВЕ

Исследование, отраженное в настоящей статье, проведено в русле лингвоперсонологии — современного междисциплинарного научного направления, изучающего социальные и речевые признаки личности. В работе на фактическом материале рассматривается типаж деловой женщины, устанавливаются его специфические социальные признаки и особенности речевого поведения. Проведенный анализ позволяет утверждать, что указанные признаки социального и лингвистического характера находятся в отношениях единства и взаимообусловленности.

Ключевые слова: лингвистическая персонология, языковая личность, социальный тип, социолингвистический персонаж.

Одним из важнейших свойств развития современной науки является ее междисциплинарный характер. Это свойство наглядно проявляется, в частности, в современном языкознании, что не случайно. Язык, как известно, представляет собой явление чрезвычайно сложное и многогранное. Он соприкасается с литературой, культурой, психологией, физиологией и, конечно, социологией. Возникновение, функционирование, развитие языка возможно только в обществе. Это означает, что социальная природа языка относится к его онтологическим свойствам, и следовательно, научное изучение языковых явлений возможно только с учетом социальных факторов.

Социолингвистические изыскания на современном этапе не только остаются востребованной областью исследований, но и еще более расширяют свою научную проблематику и методологию. Результатом и свидетельством названного процесса является активное развитие в лингвистике новых социолингвистических направлений. К их числу принадлежит коммуникативная лингвистика, в рамках которой изучаются особенности процесса общения, то есть реализации социальной функции языка. В структуре коммуника-

тивной лингвистики выделяется особая научная область — лингвистическая персонология, базирующаяся на теории языковой личности.

Ключевой категорией теории языковой личности является понятие лингвокультурного типажа. *Цель настоящей статьи* заключается в представлении типажа «деловая женщина» (от англ. business lady), сформировавшегося в русскоязычном обществе как социолингвистическое явление, обладающее особыми языковыми свойствами и обусловленное социальными факторами.

Образ деловой женщины сегодня актуален для многих культур, прежде всего — для культур развитых стран, которые задают тенденции в разных сферах общественной жизни. Исторически образ деловой женщины появился в 80-х годах XX века. Сегодня, во втором десятилетии XXI века, образ деловой женщины — неотъемлемая часть мировой культуры. Отраженное в статье исследование призвано служить дальнейшему развитию лингвоперсонологии, а также иных актуальных междисциплинарных научных направлений, которые основаны на принципах антропоцентризма, то есть изучают лингвистические, мировоззренческие, ценностные, социокультурные и иные свойства человека в их совокупности и взаимообусловленности.

Теоретическими основаниями исследования являются труды отечественных лингвистов В. В. Виноградова (который одним из первых в лингвистике использовал понятие «языковая личность») [1], Ю. Н. Караулова (обосновавшего важность изучения языковой личности) [4], В. И. Карасика (обеспечившего своими трудами дальнейшее развитие лингвоперсонологии) [2, 3].

Предметом исследования является упомянутый лингвокультурный типаж в современной русскоязычной социальной группе (*объекте исследования*).

Под лингвокультурным типажом понимается «обобщенный образ представителя определенной социальной группы в рамках конкретной культуры, узнаваемый по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации» [3, с. 8]. Полностью принимая содержание обсуждаемого термина, вместе с тем полагаем, что для выражения этого же содержания в данном случае возможно использование термина «социолингвистический типаж»; это позволит сделать необходимые акценты, соответствующие цели данной статьи.

Источником фактического материала послужил фильм «Служебный роман. Наше время» (реж. Э. Андреасян, 2011 г.). При ана-

лизе фактического материала использовался метод изучения речевых партий изучаемого типажа, в основе которого лежит определение наиболее часто реализуемых в речи концептов — как наиболее яркого выражения обстоятельств социального характера.

Рассмотрим речевые особенности представительницы русскоязычной социокультуры. Самым частотным в речи главного персонажа фильма «Служебный роман. Наше время» Людмилы Прокофьевны Калугиной оказался концепт «профессионализм». В своей речи она использует четко выстроенные фразы, содержанием которых являются вопросы работы и только работы, например: «Каждый должен знать свое место. Это не снобизм. Это единственный способ поддерживать порядок! Субординация, пунктуальность, планирование, профессионализм — вот четыре кита, на которых держится бизнес! Истинных профессионалов ничтожно мало. Вспомните, когда вам последний раз хорошо делали укладку, ремонтировали автомобиль, обслуживали в ресторане?».

Как видим, в речи данного персонажа нет места событиям и эмоциям личного характера. Дело должно стать главным стимулом жизни каждого сотрудника ее компании, так же как и ее собственной, и это дело должно выполняться хорошо. Краткие энергические высказывания, восклицательная интонация, риторические вопросы, яркая, выразительная лексика (ничтожно мало, четыре кита профессионализма, единственный способ) определяют высокую степень убедительности и страстности ее монолога. Не возникает никаких сомнений относительно того, что она сама принадлежит к тем людям, для которых профессионализм превыше всего, и от других она требует того же.

Приведенный фрагмент позволяет выявить также некоторые нюансы в содержании концепта «профессионализм». Фраза «это не снобизм» звучит как оправдание перед аудиторией и является демонстрацией закомплексованности персонажа. Этот смысловой оттенок в содержании концепта «профессионализм» вполне узнаваем, поскольку замечено, что российские компании, возглавляемые женщинами, не бывают слишком крупными и не могут похвастаться большим размахом. Причина этого кроется, скорее всего, в том, что наши деловые дамы пока еще боятся рисковать в своих непростых делах и предпочитают вести себя в бизнесе осторожно. Закомплексованность заставляет их пасовать перед большими делами и трудностями, которые ставят перед собой мужчины.

Но, взяв себя в руки, деловая женщина преодолевает комплексы и безжалостно третирует сотрудников, которые, по ее мнению, не

отвечают требованиям высокого профессионализма, что явно просматривается в другом примере речи рассматриваемого персонажа: « Жаль только, что ... Анатолий Ефремыч ... разучился играть в команде! Вы, Анатолий Ефремович, вы когда-нибудь задумывались, почему некоторые банки ... идут на дно вместе с накоплениями своих клиентов? Видимо, недостаточно глубоко... А почему возникают финансовые кризисы? Которые приводят к обесцениванию накоплений и удорожанию кредитов? Потому что некоторые нерадивые аналитики ... используют непроверенные данные, дезориентируя инвесторов и потребителей! Вы что, вы хотите дискредитировать меня перед инвесторами?».

Такой речью Калугина «награждает» сотрудника, профессионализм которого она ставит под большое сомнение. Все называется своими именами: нерадивый сотрудник, непроверенные данные, дезориентирование инвесторов, дискредитация. Однозначность высказываний значительно усиливает их прагматический потенциал, состоящий в унижении подчиненного.

Еще одним важным концептом в речи главного персонажа является концепт «руководитель», который реализуется в высказываниях, посвященных компании и ее деятельности, при помощи личного и притяжательного местоимений в форме первого лица. Применяя местоимение «мое», героиня констатирует факт и приводит определенный результат, поскольку то, о чем она говорит, является на сегодняшний день итогом долгой и кропотливой работы Калугиной, результатом ее тернистого пути к успеху (например: «В этом городе толкового работника не найдешь. Сплошные имитаторы, позы, дилетанты... Но у *меня* в агентстве — хорошая команда, и я *это ценю*. Если менеджер на сто процентов отдается работе, ...то в обеденный перерыв имеет право пообедать. Это справедливо... *Мои* сотрудники ...»).

Используя указанные местоимения, персонаж представляет деятельность компании, ее коллектив и ее достижения как итог исключительно собственной кропотливой работы, как свое личное достижение.

Сдержанность и соблюдение субординационной дистанции, присутствующие в содержании концепта «руководитель», проявляются и в ситуации отдыха, например при диалоге Калугиной с Новосельцем:

Новосельцев: «Толя. Меня зовут Толя».

Калугина: «Анатолий, Вы не пытайтесь приклеить то, что в вашем случае невозможно приклеить!».

Новосельцев: «Какой у меня случай?».

Калугина: «Безнадежный! Новосельцев, Вы свободны. Идите!».

В приведенном примере обращение к сотруднику по полному имени, невзирая на его приглашение к переходу на менее официальный формат общения, резкая и категоричная оценка ситуации и, наконец, предложение сотруднику удалиться в форме глагола в повелительном наклонении — все это явное свидетельство того, что Калугина ни на секунду не забывает о своем высоком статусе.

Еще один концепт, реализуемый в речи изучаемого типажа, — это концепт «время». Понятие времени важно, разумеется, для каждого человека, но для деловой женщины время — это деньги. Время строго расписано в соответствии с плотным рабочим графиком. Именно по такому принципу живет Калугина. Приведем в качестве подтверждения фрагмент прямой речи героини: «На глупости у меня просто нет времени. Сон — пять часов, принятие натуральной пищи — 25 минут, макияж — всего 15 минут, личная жизнь — десять минут. И то если попадетсЯ профессионал...».

Свое отношение ко времени в данном высказывании деловая дама выражает прямо и однозначно. Она не может себе позволить тратить время на простые жизненные события, все ее время занимает работа.

Концепт «одиночество» также занимает значительное место в речевой партии Калугиной. Высокий статус часто ассоциируется с одиночеством, и у деловой женщины это проявляется в полной мере. В порыве откровенности Калугина прямо об этом говорит (отвечая на вопрос Новосельцева): «А что — работа? Четыре стены — и никого рядом. А знаете, что самое страшное? Что везде, куда бы я ни приехала — везде! Наступают вечера... Если бы вы знали, как я боюсь вечеров! Засиживаюсь допоздна на работе, ...делаю вид, что мне ... еще кучу всего надо сделать. А на самом деле — мне просто некуда идти».

Показательно, что именно этот концепт выражен высказыванием в разговорном формате, без использования привычных для персонажа категоричности и резких оценок.

Важным концептом, характеризующим речь Калугиной, является концепт «женщина», хотя в соответствии с сюжетом фильма он проявляется не сразу. Тем не менее, зритель прекрасно понимает, что, несмотря на высокий руководящий пост, деловая женщина — это все-таки женщина, и рано или поздно женская сущность тем или иным способом себя проявит. Например, у Калугиной проявилась в форме кокетства, которое она демонстрирует в беседе:

Калугина: «А мне ведь всего тридцать».

Новосельцев: «Да уж...».

Калугина: «Ну, максимум — тридцать два!».

Желание казаться моложе, чем в действительности, — это присущий почти исключительно женщинам признак кокетства, хотя и выраженный косвенным способом. Прямое выражение концепта «женщина» можно наблюдать практически в финале фильма, когда главная героиня в диалоге с Новосельцевым, забыв о своем статусе деловой дамы и привычке соблюдать дистанцию, разрешает себе переживать, не следит в этот момент за лицом и разговаривать сама с собой:

Новосельцев: «Людмила Прокофьевна... Как ты могла?».

Калугина (как бы в пространство): «Как ты мог?».

Новосельцев: «Как ты могла это сделать?».

Калугина: «Как ты мог в это поверить?».

Новосельцев: «Я же собственными глазами видел!».

Калугина: «Неужели я на нее похожа?».

Новосельцев: «И главное — с кем! С этим уродом Самохваловым...».

Калугина: «Конечно, он симпатичный!».

Новосельцев: «И это после того... ..что между нами... ..было?!».

За словами Калугиной зритель ощущает бурю эмоций, свойственных любой женщине в подобной ситуации, которые она выражает риторическими вопросами и выводами, адресованными самой себе: «Почему вы все считаете, что я робот, что я бесчувственная?!», «Я думала сделать карьеру, а в итоге карьера сделала меня». За этими вопросами стоит хрупкая, наивная женщина, ранимая и чувствительная, мечтающая о любви и семье.

Таким образом, изучение социолингвистического типажа «деловая женщина» на примере главного персонажа фильма «Служебный роман. Наше время» приводит к следующим выводам.

1. Можно с уверенностью утверждать, что в русскоязычном обществе сложился социолингвистический типаж «деловая женщина», или бизнес-леди, в котором воплощен социальный успех женщины. Наглядным проявлением этого обстоятельства является появление фильмов с деловыми женщинами в качестве главных персонажей.

2. Социолингвистический типаж «деловая женщина» характеризуется двумя составляющими, к которым относятся языковая личность и социальный тип. Названные составляющие в рамках единого типажа находятся в отношениях взаимообусловленности: социаль-

ный тип является фактором языковых признаков личности, языковые особенности персонажа являются «материальными носителями» и, следовательно, способом отражения социальных характеристик.

3. В целом социолингвистический типаж русскоязычного общества «деловая женщина» — это, прежде всего, сильная, уверенная в себе дама, профессионал высокого класса, жестко руководящая коллективом, которой, вместе с тем, не чужды обыкновенные женские желания и слабости.

Литература

1. Виноградов В. В. О языке художественной литературы. М.: Гослитиздат, 1959. 656 с.

2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

3. Карасик В. И., Дмитриева О. А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типаж: сб. науч. трудов / под ред. В. И. Карасика. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 5-25.

4. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 264 с.

Статья поступила в редакцию 18.05.21 г.

Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой

УДК 316.277.5+165.62

© А. Г. Кириллов¹, А. М. Филатова², 2021^{1,2} Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

E-mail ^{1,2}: andykirillov@yahoo.com

НАРРАТИВНАЯ ТЕОРИЯ: ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ

В статье подробно анализируются все этапы становления теории нарратива от древнегреческих теорий до постструктуралистских концепций: концепция Аристотеля, гуманизм, формализм, структурализм и постструктурализм. Показана взаимосвязь каждого из этапов, а также даются критические замечания по поводу той или иной теории. Авторами делается акцент на связи нарратива и времени как на структурирующем компоненте, позволяющем выстраивать причинно-следственные связи между событиями повествования.

Ключевые слова: нарратив, нарративные теории, сюжет, гуманизм, формализм, структурализм, дискурс, постструктурализм, деконструкция, время.

Введение

О популярности нарративов свидетельствует не только значительное количество исследований, опубликованных за последние сорок лет, но и множество терминов, используемых для обозначения нарратива. Термин «нарратив» часто употребляется наравне с такими понятиями, как «история», «жизнеописание», «дискурс», «повествование» и «рассказ», лишь с минимальной разницей в значении или вообще без таковой.

Начиная с определения структуры нарративов Аристотелем, через анализ их формальных элементов У. Лабовым и Дж. Валецким до более социолингвистических прочтений, предложенных Л. Вебстером и П. Мертовой, нарративы анализировались в основном с использованием либо компонентного, либо функционального аналитического подхода. Здесь важно подчеркнуть, что ученые преследовали различные цели при анализе нарративов и что ту или иную теорию следует выбирать исходя из цели конкретного исследования.

В связи с этим целью настоящей работы является обзор этапов становления теории нарратива. Объектом исследования послужили теории нарратива: от древнегреческих теорий до постструктуралистских

концепций, предмет исследования — взаимосвязь, сходства и различия данных теорий.

Для решения задачи, поставленной в цели исследования, необходимо рассмотреть следующие этапы становления теории нарратива:

- 1) зарождение нарративной теории;
- 1) развитие структурализма;
- 2) этап постструктурализма (постструктуралистская критика).

Результаты исследования

Зарождение нарративной теории. Первопроходцем в исследовании нарративов можно считать Аристотеля. В своей «Поэтике» [1] он анализирует жанры поэзии, которые в то время существовали в древнегреческой литературе: эпическую поэзию, драматическую поэзию и лирическую поэзию. Например, в трагедии Аристотель выделил шесть основных «констант»: сюжет, действующее лицо, образ мыслей, сценическую обстановку, действие и песнь. Сюжет (*mythos*), по мнению Аристотеля, — самый важный компонент трагедии и является четкой последовательностью событий, что и олицетворяет собой действие. Наличие действующего лица также важно, однако вторично по отношению к сюжету. Действующее лицо, в свою очередь, выполняет роль двигателя сюжета. Другими словами, это не просто «абстрактная фигура», а конкретный персонаж, наделенный определенными качествами и чертами характера, необходимыми для развития сюжета. Далее мыслитель делает акцент на том, что хороший сюжет состоит из связанных причинно-следственной связью событий. Однако такие события не обязательно должны быть связаны хронологически.

Затем, согласно «сказке», предложенной М. Макквиланом, идут романисты, которые «теоретизировали свои собственные сюжеты». Самые первые романы, появившиеся в XVIII–XIX веках, строились вокруг одной конкретной личности. Теория, в основе которой лежит акцент на отдельной личности, называется гуманизмом. Гуманизм и связанные с ним общественные ценности были особенно популярны после эпохи Возрождения. Хорошо известны первые романы, которые представляли собой своеобразное жизнеописание конкретного персонажа. Более того, сам роман получал название по имени главного действующего лица: «Кларисса» Сэмюэля Ричардсона, «Том Джонс» Генри Филдинга и др. Так называемый авантюрный роман, примером которого является «Том Джонс», состоит из нескольких эпизодов, которые формируются в сюжет именно благодаря присутствию главного героя.

Более того, Г. Филдинг одним из первых расставляет временные акценты в своих произведениях. Он считал, что «писатель не должен уподобляться почтовой карете, которая на всех остановках стоит одинаково долго; о малозначительных годах жизни героев можно рассказать короче, чем о нескольких важных днях» [2].

Другим примером может служить роман Лоренса Стерна «Тристрам Шенди». Стерна, без сомнения, можно было бы отнести к постмодернистам, которые, однако, появились лишь в XX веке. Такое сравнение неслучайно, ведь здесь, как и в предыдущем примере, автор отходит от классического линейного повествования. Единство действия намеренно нарушается включением в роман параллельных новелл, многочисленными лирическими отступлениями на самые разные темы, скачками в прошлое, вставными рассказами о лицах и событиях, которые не имеют никакого отношения к жизни Тристрама Шенди. Временным парадоксам этого романа посвящено множество исследований, а представитель формалистской школы В. Б. Шкловский описывал свои впечатления от его прочтения не иначе как «хаос».

Так возникает диалектическое единство хронологической последовательности излагаемых событий и ее сознательного нарушения авторами: попытка вместить в единый миг разновременные явления, пропущенные сквозь человеческое сознание, и показать человеческий опыт во всем его объеме.

Развитие структурализма. В 1950–1960-е годы начинает развиваться структуралистский подход к изучению нарративов, который достигает своего пика в 1970–1980-х годах. Ярким представителем данного направления является Владимир Пропп (член литературной школы, получившей название формалистской). Формалисты были первыми, кто отошел от «гуманистического» понимания нарратива. Вместо того чтобы сосредоточиться на действии или событии, как это делал Аристотель, или развитию конкретной личности, как это делали романисты XVIII века, формалисты пытались осмыслить, что формально делает текст текстом. Согласно формалистам, это – отстранение. Термин «отстранение» впервые введен В. Б. Шкловским в работе «Воскрешение слова» [3]. Согласно Шкловскому, в литературном произведении знакомые вещи должны представать в необычном, неожиданном, то есть «странном» свете. В качестве примера можно привести произведение Л. Н. Толстого «Холстомер» – историю лошади, где в качестве нарратора выступает лошадь.

Для того чтобы понять, что является необычным, нужно знать, что есть обычное, стереотипное и ожидаемое. Стремясь найти ответ на этот вопрос, В. Пропп проанализировал русские сказки и выделил 31 событийную функцию в сюжете. Важно отметить, что не все сказки обязательно содержат в себе весь объем выделенных функций, однако вне зависимости от их количества все событийные функции появляются в сказках в четкой последовательности. И такая устойчивая последовательность прекрасно подходила для описания нарративной структуры максимального количества русских сказок. В основе каждой функции лежало одно действие, что сближает В. Проппа с Аристотелем, который также настаивал на том, что сюжет — это форма представления действия.

Таким образом, сравнивая формалистский подход к анализу нарративов с гуманистическим, который, как было сказано выше, строился вокруг главного героя как личности, можно сделать вывод о том, что для В. Проппа любой герой становится неотъемлемой частью сюжета. Для некоего героического действия необходим главный герой, который его совершит; для того чтобы одурачить главного героя, необходим злодей, который это сделает; в роли мотивации главного героя на совершение подвига выступает прекрасная царевна.

Работа В. Проппа (1928 г.) была знаковой для своего времени, однако идеи исследователя очень медленно распространялись в научном сообществе. В начале 1960-х годов его работы стали переводиться на французский и английский языки и сразу подверглись серьезной критике со стороны постструктуралистов. Их критика заключалась в том, что 31 функция, которая формирует модель или язык сказки, не совпадает с событиями, которые происходят в конкретном тексте. Таким образом, одно и то же событие в тексте (как, например, «герой получает кольцо») можно отнести к разным функциям: к номеру 12 — «даритель испытывает героя» (которое, возможно, поможет ему получить помощь) или к номеру 19 — «ликвидация недостачи или беды». Каждая функция — это некий абстрактный смысл, который виден только В. Проппу, однако этот смысл не выводится непосредственно из самого текста. Таким образом, форму нельзя считать объективной, как утверждали формалисты. В. Пропп с очень субъективной точки зрения трактовал события, происходящие в сказках, чтобы «подогнать» их под выделенные функции. И нет никакой гарантии, что другой исследователь выведет ту же функцию из описываемого события [4].

Более того, одним из слабых пунктов концепции В. Проппа является положение о том, что функции организованы в однолинейную последовательность, где каждый элемент неизменно занимает одну и ту же позицию, соответствующую хронологическому порядку его появления в повествовании. По В. Проппу, функции могут связываться между собой только благодаря существующей между ними временной последовательности (раньше/позже) [5, с. 104-107].

Стоит отметить, что было проведено множество исследований на сказках других народов, которые подтвердили теорию В. Проппа [6, с. 46-64]. Тем не менее, исходя из представленной выше критики, важно подчеркнуть, что сам метод (но не само содержание функций) может быть полезен для определенного рода исследований, например, для повторяющихся комедийных нарративов, с точки зрения именно структуры.

Учитывая, что В. Пропп принимает во внимание лишь хронологические связи типа раньше/позже, то его работы не носят строго структуралистский характер, так как данный подход подразумевает также изучение и парадигматической оси. Далее для сравнения рассмотрим анализ культурных структур, предложенный антропологом Клодом Леви-Строссом, который однозначно структуралистичен.

К. Леви-Стросс опубликовал свою работу «Структурное исследование мифа» в 1958 году [7]. Формалисты, как и В. Пропп, стремились выявить формальные признаки литературности в художественном тексте, опуская тематическую интерпретацию, которая является более традиционной эстетической целью литературной критики, поскольку считали ее слишком субъективной. Однако К. Леви-Стросс рассматривал структуралистский подход как способ научной интерпретации социальных явлений (мифов, ритуалов, систем родства и т.д), стремясь показать, что все явления нашего мира представляют собой модификацию определенной единой модели, поэтому все они могут быть систематизированы и классифицированы.

В своем исследовании К. Леви-Стросс берет повествовательную синтагму, последовательность истории мифа об Эдипе и пробует парадигматические схемы, объединяющие подобные «пучки отношений», которые он называет парадигмами. Результаты его исследования представлены в таблице 1 [7, с. 214].

К. Леви-Стросс: парадигма и синтагма в мифе об Эдипе

Парадигма 1	Парадигма 2	Парадигма 3	Парадигма 4
Кадм отправляется на поиски своей сестры Европы, которая была похищена Зевсом			
		Кадм убивает дракона	
	Спартанцы борются друг с другом		
			Лабдак (сын Кадма) = «хромой»
	Эдип убивает своего отца Лая		Лай (сын Лабдака) = «левша»
		Эдип убивает Сфинкса	
			Эдип (сын Лая) = «пухлоногий»
Эдип женится на своей матери Иокасте			
	Этеокл и Полиник убивают друг друга		
Антигона хоронит своего брата Полиника, несмотря на запрет			

Как видно из таблицы 1, краткое представление об основных событиях мифа, представленных парадигмами, дает нам синтагму, или, другими словами, последовательность событий. К. Леви-Стросс, в свою очередь, утверждает, что чтение вертикальных колонок позволяет считывать парадигматические связи между событиями. В данном случае парадигма включает в себя два набора дихотомий: между 1 и 2 парадигмой, а также 3 и 4. Таким образом, парадигма 1 представляет собой «переоценку кровного родства», парадигма 2 — «преуменьшение кровного родства», парадигма 3 — «отрицание автотонного происхождения человека», парадигма 4 утверждает «автотонное происхождение человека» [8, с. 215-222].

По существу, К. Леви-Стросс вывел формальное сходство между языком и культурными явлениями. Он рассматривал мифическое мышление как попытку преодолеть противоречия между верой и опытом, чтобы культура могла сохранять свои верования, свою космологию, даже когда они противоречат опыту [9, с. 99].

Представление «тем» повествования в качестве бинарных оппозиций подобно противопоставленным друг другу парадигмам, разработанным К. Леви-Строссом, широко использовалось в нарратологических исследованиях. Во втором издании «Reading Television» Дж. Фиске и Дж. Хартли все еще находят этот способ полезным для понимания идеологии телесериала [10, с. 142]. Однако постструктуралистская критика К. Леви-Стросса, как и критика В. Проппа, указывает на субъективную интерпретацию К. Леви-Строссом мифа с целью выделения противопоставленных друг другу парадигм [11]. Так, например, известный отечественный филолог и культуролог А. И. Зайцев фиксирует «произвольность построений К. Леви-Стросса» [12].

Французское структуралистское исследование наррации, или нарратологии, вдохновленное изучением языковой системы Ф. де Соссюра (основоположника структуралистского подхода) и формальным анализом русских формалистов, как правило, использовало дискурс только в качестве исходных данных для вывода абстрактных нарративных структур. Например, в работе французского структуралиста Цветана Тодорова (первым переведшего В. Проппа на французский язык) выделяется пять пунктов в повествовательной структуре [6, с. 23-45; 101-102]:

Ситуация 1:

— состояние равновесия в самом начале.

Ситуация 2:

- нарушение равновесия, вызванное каким-либо действием;
- признание того, что равновесие было нарушено;
- попытка восстановить равновесие;
- восстановление равновесия.

В каком-то смысле Ц. Тодоров возвращается к обобщенному описанию, схожему с тем, что предлагал Аристотель, который говорил о двух основных вариантах последовательности событий в повествовании: от счастья к беде или от беды к счастью. Схема, предложенная Ц. Тодоровым, включает в себя три этапа: равновесие — нарушение равновесия — равновесие.

В своих исследованиях автор противопоставлял термины «сюжет» и «история». История (*la langue*) — естественный, хроноло-

гический порядок событий в физически переживаемом времени. Сюжет (*la parole*), напротив, представляет собой фактическую последовательность событий, то есть ту, в которой они представлены читателю.

Из русских исследований нарратива термины *la langue* и *la parole* «перекочевывают» во французские уже в форме *l'histoire* и *le discours*. *Le discours* (как и *la parole*) относится к конкретному изложению истории, как изображается история в тексте. А *l'histoire* (или *la langue*) отражает то, что было общим для разных рассказов одной и той же истории.

Таким образом, самым неоднозначным термином в данном случае будет «сюжет», так как он имеет значение краткого пересказа основных событий истории. Однако с точки зрения «классического» структуралистского подхода — это особый порядок событий.

Несмотря на различия в определениях и структурировании нарратива между авторами, разработанные ими параметры изучения нарратива можно суммировать следующим образом: нарратив = история + сюжет [13].

Постструктуралистская критика. Термин «де-конструкция» был впервые введен французским философом Жаком Дерридой и получил широкое распространение в постструктурализме.

Структура — это объект плюс субъективный интеллект наблюдателя, структура — это симулякр объекта. Другими словами, «опыт и понимание наблюдателя встроены в наблюдение. Опыт и понимание интерпретатора встроены в интерпретацию» [14, с. lvii].

Структуралистский подход к изучению нарративов, безусловно, полезен с точки зрения получения общих выводов, обобщений и сравнений, что является неотъемлемой частью любой теории.

Наглядный пример деконструкции дает Барбара Хернстайн Смит в своем исследовании многочисленных версий сюжета о Золушке. Ее статья деконструирует структуралистскую оппозицию истории и дискурса: представление о том, что существует объективно общая лежащая в основе история, связанная со многими конкретными поверхностными дискурсами. С постструктуралистской точки зрения, история не лежит в основе, это просто еще одна версия, которую рассказчик рассказал для конкретной социальной цели [15].

Рассматривая структуралистские исследования нарратива можно сделать вывод о том, что они сосредотачивались на тексте как объекте изучения, постструктуралистские исследования (с их осознанием перспективы, субъективности любой интерпретации)

начали уделять особое внимание субъекту, то есть человеческому существу, производящему или интерпретирующему повествование.

Французский литературовед и культуролог Ролан Барт был одним из первых, кто в своем подходе к нарративу перешел от структурализма к постструктуралистской практике. В своих ранних работах он рисовал схемы предполагаемой повествовательной структуры и говорил об истории и дискурсе, однако его анализ новеллы О. де Бальзака «Сарразин» в книге «S/Z» представляет собой пример постструктуралистской деконструкции литературного произведения [16]. В данном исследовании Барт разбивает текст Бальзака на 561 «лексию» (минимальную единицу текста, позволяющую провести анализ ее коннотативного значения) и выделяет пять кодов: герменевтический, проайретический (акциональный, код действия), символический, семный (коннотативный), референциальный (культурный), с помощью которых пытается «объяснить» коннотации данных минимальных единиц.

Текст, по Р. Барту, — это не устойчивый «знак», а условия его порождения, пространство, не знающее нарративной структуры, пространство со множеством входов и выходов, где встречаются для свободной «игры» гетерогенные культурные коды [17, с. 40]. Неслучайно, изучая данное сочинение Р. Барта, анализирующего тридцатитрехстраничную историю, Лейси замечает, что это «впечатляет и одновременно пугает» [6, с. 72].

Начиная с 1980 г., среди ученых, занимающихся исследованием нарративных теорий, набирает популярность теория Жерара Жене́тта, представляющая собой самую тщательную попытку назвать, а также проиллюстрировать основные составляющие и методы повествования. Аналитические категории ученый выводит из романа Марселя Пруста «В поисках утраченного времени». Поскольку термины Ж. Жене́тта описывают особенности текста, то его теория находится в структуралистской традиции. В своей работе автор выделяет три основные составляющие: время, наклонение, залог. В параметр «время», в свою очередь, входят последовательность событий, продолжительность событий и частотность событий. «Наклонение» включает в себя фокализацию (нулевую фокализацию, внешнюю фокализацию, внутреннюю фокализацию) и дистанцию. К «залогам» относятся: рассказчик, который является непосредственным участником событий, и рассказчик, который не является непосредственным участником событий [18, с. 161].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что постструктурализм является необходимым следствием ограничений структу-

ралистского анализа, репозиционирующего субъекта как производителя смысла в тексте.

Заключение

Проведенный анализ этапов становления нарративной теории позволяет констатировать целый ряд различий между взглядами ученых на рассматриваемую проблему.

Но, несмотря на различия между теориями, у них есть одна общая черта: все они предполагают, что повествование каким-то образом связано со временем. В большинстве описаний нарратива до 1980 года предполагается, что время — это смысл, посредством которого повествование воспринимается как связное. Однако этому предположению не уделяется должного внимания. Тем не менее, последователи постструктурализма понимают, что время становится главным фокусом нарративного исследования. В своей книге Х. П. Эбботт задает следующий вопрос: «Что есть повествование?». И тут же отвечает: «Повествование — это способ, которым наш вид организует свое понимание времени» [13, с. 3].

Таким образом, можно сделать вывод о связи нарратива и времени, о нарративе как структурирующем компоненте, позволяющем выстраивать причинно-следственные связи между событиями повествования.

Литература

1. Аристотель. Риторика. Поэтика. М.: Лабиринт, 2000. 220 с.
2. История зарубежной литературы XVIII века: учебник / Д. Г. Алилова, Е. М. Апенко, А. В. Белобратов и др., под ред. Л. В. Сидорченко, А. П. Жукова. 4-е изд., перераб. и доп. СПб.: Санкт-Петербургский университет, 2019. 388 с.
3. Шкловский В. Б. О теории прозы. М.: Федерация, 1929.
4. Hogan P. C. Continuity and change in narrative study: Observations on componential and functional analysis // Narrative Inquiry. 2006. Vol. 16. № 1. Pp. 66–74. URL: <https://doi.org/10.1075/ni.16.1.10hog>.
5. Teverson A. Fairy tale. Abingdon. NY: Routledge, 2013. 167 p.
6. Lacey N. Image and Representation: Key Concepts in Media Studies. London: Palgrave Macmillan, 1998. 256 p.
7. Lévi-Strauss C. The structural study of myth // Lévi-Strauss C. Structural anthropology. Harmondsworth: Penguin, 1977. Pp. 206–231.
8. Puckett K. Narrative theory: a critical introduction. Cambridge: Cambridge University Press, 2016. 351 p.
9. Martin W. Recent theories of narrative. Ithaca: Cornell University Press, 1986. 242 p.

-
10. Fiske J., Hartley J. Reading television / 2nd ed. London, New York: Routledge, 2003. 176 p.
11. Герасимов Ф. С. Объективация структуры или мышление дикаря? (к критике концепции К. Леви-Стросса) // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. № 2. С. 139-146.
12. Тульвисте П. Культурно-историческое развитие вербального мышления: (Психол. исслед.). Таллинн: Валгус, 1988. 341 с.
13. Abbott H. P. The Cambridge introduction to narrative. Cambridge, NY: Cambridge University Press, 2002. 203 p.
14. Spivak G. Ch. Translator's Preface // Derrida J. Of Grammatology. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1976. Pp. ix-lxxxvii.
15. Smith B. H. Narrative Versions, Narrative Theories // Critical Inquiry. 1980. Vol. 7. № 1. Pp. 213-236.
16. Барт Р. S/Z. М.: Акад. проект, 2009. 373 с.
17. Косиков Г. К. Французское литературоведение 60-70 гг.: от структурализма к постструктурализму, проблемы методологии: дис. ... д-ра филол. наук в форме науч. докл.: 10.01.05 / Г. К. Косиков. М., 1998. 80 с.
18. Турышева О. Н. Теория и методология зарубежного литературоведения: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2012. 159 с.

*Статья поступила в редакцию 14.06.21г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

SUMMARIES

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

BANKRUPTCY OF LEGAL ENTITIES IN THE CONDITIONS OF THE PANDEMIC

S. I. NESTEROVA, I. V. KOZIN

The article presents the dynamics of bankruptcies of legal entities in Russia and the OECD, the authors examines the anti-crisis measures taken by the government during the COVID-19 pandemic. The article presents a quarterly forecast of the number of bankruptcies of domestic organizations in 2021, it also describes the possible consequences of massive incidents of insolvency for the economy. It is concluded that during a pandemic in many countries there is a decrease in the number of bankruptcies. This is not consistent with the usual scenario of an increase in the number of insolvent enterprises during a crisis. However, this fact should not be considered a sign of an improvement in the economic situation, since it is most likely only a postponement of massive bankruptcies.

Keywords: bankruptcy, insolvency, anti-crisis measures.

EVALUATION OF PROJECT MANAGEMENT OF INNOVATIONS OF OIL AND GAS COMPANIES

M. M. MANUKYAN, E. E. GREDASOVA

The article presents the analysis of innovative projects in the oil and gas sector. The authors determine sources of innovations; they propose an algorithm for the formation of an innovative development model of the production potential of an enterprise (based on the results obtained in the study of R&D costs of Russian oil companies). It is concluded that for the operational and strategic management of innovation, oil and gas companies need a special innovation plan for each innovation direction.

Keywords: analysis, innovation project, R&D, model of innovative development, production potential, oil companies.

TRANSFORMATION OF DEVELOPMENT STRATEGIES OF AUTOMOTIVE CORPORATIONS IN THE COVID-19 PANDEMIC

L. I. ZHUROVA

The global automotive industry has undergone a significant transformation in the last decade due to increased consumer requirements for vehicles and toughening of environmental standards. The global pandemic of the new

coronavirus infection has strengthened the trends in the greening of the industry, set new challenges related to the reorganization of globalized production systems and the development of localized regional supply chains. The article examines the current trends in the development of the global automotive industry and the transformation of development strategies for automotive corporations in the context of the impact of the Covid-19 pandemic, identifies the threats of ongoing transformation processes in the global automotive industry for the Russian automotive industry.

Keywords: automotive industry, Covid-19 pandemic, “green” economy model, global supply chains, CASE technologies.

ANALYSIS OF DEVELOPMENT TRENDS OF THE REGIONAL TOURIST AND RECREATION CLUSTER IN SAMARA REGION

N. A. USTINA, S. V. GRANKINA, A. A. KARLINA

The article presents the results of a collective study carried out within the framework of a project to assess the competitive advantages of the development of the Zhigulevsky tourist and recreational cluster (TRC) in the Samara region. The study compares the Zhigulevsky shopping and entertainment complex with other territories claiming support from the state. The investment attractiveness and development prospects of this cluster have been substantiated, and the assessment of the existing infrastructure has been carried out.

Keywords: regional tourist and recreational cluster, regional economy, investments in the development of the territory, infrastructure of the tourist and recreational cluster.

On the Paradoxes of Independent Assessment of the Quality of the Conditions for Rendering Social Services

N.P. SCHUKINA, B. A. NIKITINA

The article focuses on the paradoxes of organizing an independent quality assessment of conditions for the provision of social services, which are in the focus of attention of the interested public. The involvement of this public in the budget process is for the first time considered as a resource for systematic and operational observation of the construction of this assessment using the mechanism of public hearings on the regional budget. It is postulated that today an independent assessment of the quality of the conditions for the provision of social services is far from the expectations initially assigned to it in the well-known official texts of the period from 2012 to 2018.

Keywords: quality of conditions for the provision of social services, an independent assessment of the quality of conditions for the provision of social services, public hearings, paradoxes.

ECONOMICS, FINANCES, ACCOUNTING

FORMATION OF POWER TOOL MARKET UNDER PANDEMIC CONDITIONS

S. G. VILKOVA, I. Y. KUZMINA

Many producer markets in the real sector of the economy have experienced the destructive power of lockdowns to varying degrees. The electric tool market has also undergone changes. The article presents the research results of the sectoral center for the marketing of power tools and labour saving tools in the construction field made by the Samara University of Public Administration "International Market Institute" for the period from 2015 to 2020 for the Russian Association of Trading Companies and Manufacturers of Power Tools (RATPE). On the basis of the obtained indicators, the authors considered the process of changes to which this market is subject. As a result, the authors present a forecast of the further development of the situation in the Russian power tool market.

Keywords: pandemic, power tool market, market share, dynamic of sales volume, RATPE.

Prospects for the Development of Remote Banking Services

O. V. KRAVCHENKO, O. A. GORBUNOVA

The article analyzes remote banking services (RBS) in Russia. The authors have systematized the systems of remote banking services and considered its types, depending on the nature of the services provided. Based on RBS analysis and the identified problems, the authors proposed strategic directions for the RBS development, among which the following aspects are of great importance: the legal support of payment innovations, the emergence of which is caused by technological development, as well as general conditions for the comprehensive use of electronic means of payment and electronic processing of payment information.

Keywords: strategic directions, remote banking, banks, commercial bank, internet banking.

SOCIOLOGY

«New» Organizational Culture of the Enterprises as a Determinant of Innovative Development of the Region

M. A. KOLMYKOVA

The article discusses theoretical approaches to the study of the organizational culture of enterprises, which should become the basis for the innovative devel-

opment of the region. The author clarifies what is included in the concept of "new" organizational culture. The role of the leader in the formation of the organizational culture of innovation is also considered. Particular attention is paid to the issue of interaction between citizens, the management of enterprises and public authorities of the region, contributing to the innovative development of the region.

Keywords: organizational culture, management culture, human capital, innovative human capital, creative thinking, innovative development of the region.

CONSUMER CHOICE IN THE FIELD OF GENERAL-PURPOSE GOODS AND ABILITY OF RUSSIAN CONSUMER FOR AN ECOLOGICAL RESPONSE

B. A. NIKITINA

The article reflects the results of a study of the attitude of consumers of household chemicals to the environmental aspects of their consumer choice. The paper compares the indices of self-preservation and environmental concerns of consumers of different types of household products, describes the level of environmental awareness of consumers. Groups with different degrees of environmental friendliness of the way of life have been identified to find out their attitude to the importance of environmental criteria when choosing household products. The conclusion is drawn about the degree of consumer willingness to pay more for environmentally friendly products, as well as about the degree of their readiness to deepen their understanding of the very concept of environmental friendliness of household products.

Keywords: ecological reflection of consumption, ecological and self-preservation concern.

About the Subject of Penitentiary Sociology

N. P. SCHUKINA

The article is devoted to the development of penitentiary sociology, the peculiarities of the modern stage in this development, including the theoretical and methodological foundations and the problem field of this science. The author has postulated the presence of semantic uncertainty in the definition of a given scientific discipline, its problem field. The emphasis is on determining the author position on this issue.

Keywords: penitentiary sociology, subject of penitentiary sociology, conceptual apparatus of penitentiary sociology, methods of penitentiary sociology, prison subculture.

SOCIOLINGUISTIC TYPE BUSINESS LADY IN RUSSIAN SPEAKING SOCIETY

T. E. VODOVATOVA

The research reflected in this article was carried out in line with linguistic personalology - a modern interdisciplinary scientific direction that studies social and speech characteristics of a person. In the article the author considers the basis of factual material, establishes the type of a business woman, its specific social characteristics and features of speech behavior. The analysis carried out allows us to assert that these signs of a social and linguistic nature are in a relationship of unity and interdependence.

Keywords: linguistic personology, linguistic personality, social type, sociolinguistic character.

NARRATIVE THEORY: STAGES OF FORMATION

A. G. KIRILLOV, A. M. FILATOVA

The paper presents an overview of the stages of formation of the narrative theory: from ancient Greek theories to poststructuralist concepts. First of all, the main definitions of the term "narrative" are considered. All stages of the formation of the narrative theory are analyzed in detail: Aristotle's concept, humanism, formalism, structuralism and poststructuralism. The authors show the interrelation of each of the stages and give critical comments on various theories. The article focuses on the relationship between the narrative and time as a structuring component that allows building causal links between the events of the narrative.

Keywords: narrative, narrative theories, plot, humanism, formalism, structuralism, discourse, poststructuralism, deconstruction, time.

АВТОРЫ СТАТЕЙ

**Вилкова
Светлана
Геннадьевна**

старший преподаватель кафедры «Прикладная математика и эконометрика» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: FapVg@yandex.ru

**Водоватова
Татьяна
Евгеньевна**

доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой «Германские языки» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: vodovatovaimi@mail.ru

**Горбунова
Оксана
Александровна**

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: genuka76@mail.ru

**Гранкина
Светлана
Валерьевна**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Коммерция, сервис и туризм» Самарского государственного экономического университета, Россия

E-mail: svetav_grankina@mail.ru

**Гредасова
Елена
Евгеньевна**

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика инноваций» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия

E-mail: 26844@tyazhmash.com

**Журова
Людмила
Ивановна**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: zhurova.li@mail.ru

**Карлина
Анна
Александровна**

кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой «Государственное и муниципальное управление и правовое обеспечение государственной службы» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: karlina_anna@mail.ru

**Кириллов
Андрей
Геннадьевич**

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Германские языки» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия
E-mail: andykirillov@yahoo.com

**Козин
Игорь
Валерьевич**

главный бухгалтер ООО «Аудиторская фирма «Классика», г. Самара, Россия
E-mail: kozzyanraw@gmail.com

**Колмыкова
Марина
Александровна**

кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «Государственное и муниципальное управление» Оренбургского государственного университета, Россия
E-mail: mari_kol@mail.ru

**Кравченко
Оксана
Викторовна**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и кадастр» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия
E-mail: zav06@mail.ru

**Кузьмина
Ирина
Юрьевна**

ведущий специалист научно-исследовательского центра «МИР» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия
E-mail: FapVg@yandex.ru

**Манукян
Марине
Мartiновна**

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика инноваций» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия
E-mail: marinaarm89@mail.ru

**Нестерова
Светлана
Игоревна**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и кадастр» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия
E-mail: nesvig@mail.ru

**Никитина
Бэла
Анатольевна**

кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «История Отечества, медицины и социальных наук» Самарского государственного медицинского университета, Россия
E-mail: belanik@yandex.ru

**Устина
Нина
Александровна**

кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры «Государственное и муниципальное управление и правовое обеспечение государственной службы» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: nina_ustina@mail.ru

**Филатова
Алина
Михайловна**

аспирант кафедры «Германские языки» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: andykirillov@yahoo.com

**Щукина
Нина
Петровна**

доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры «Доказательная медицина и клиническая фармакология» Самарского государственного медицинского университета, Россия

E-mail: nina_shukina@mail.ru

THE AUTHORS OF THE ARTICLES

Vilkova Svetlana Gennadyevna	Senior teacher of Applied Mathematics and Econometrics Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: FapVg@yandex.ru
Vodovatova Tatyana Evgenyevna	Doctor of Philological Science, professor, head of German Languages Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: vodovatovaimi@mail.ru
Gorbunova Oksana Aleksandrovna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, head of Management Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: genuka76@mail.ru
Grankina Svetlana Valeryevna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Commerce, Service and Tourism Department of Samara State Economic University, Russia E-mail: svetav_grankina@mail.ru
Gredasova Elena Evgenyevna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent of Innovation Economics Department of Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia E-mail: 26844@tyazhmash.com
Zhurova Luydmila Ivanovna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Management Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: zhurova.li@mail.ru
Karlina Anna Alexandrovna	Candidate (PhD) of Historic Sciences, docent, head of Public and Municipal Administration and Legal Support of Civil Service Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: karlina_anna@mail.ru
Kirillov Andrey Gennadyevich	Candidate (PhD) of Philological Sciences, docent, docent of German Languages Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: andykirillov@yahoo.com

Kozin Igor Valeryevich	Chief Accountant of LLC «Audit Firm «Klassika», Samara, Russia E-mail: kozzyanraw@gmail.com
Kolmykova Marina Alexandrovna	Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent, do- cent of Public and Municipal Administration Depart- ment of Orenburg State University, Russia E-mail: mari_kol@mail.ru
Kravchenko Oksana Viktorovna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Economics and Cadastre Department of Samara Uni- versity of Public Administration “International Market Institute”, Russia E-mail: zav06@mail.ru
Kuzmina Irina Yrivna	Leading specialist of Scientific and Research Center “MIR” Samara University of Public Administration “In- ternational Market Institute”, Russia E-mail: FapVg@yandex.ru
Manukyan Marine Martinovna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Innovation Economics Department of Samara Nation- al Research University named after S. P. Korolev, Russia E-mail: marinaarm89@mail.ru
Nesterova Svetlana Igorevna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Economics and Cadastre Department of Samara Uni- versity of Public Administration “International Market Institute”, Russia E-mail: nesvig@mail.ru
Nikitina Bela Anatolyevna	Candidate (PhD) of Sociologic Sciences, docent, docent of National History, history of medicine and Social Sci- ences Department of Samara State Medical University, Russia E-mail: belanik@yandex.ru
Ustina Nina Alexandrovna	Candidate (PhD) of Historic Sciences, docent, docent of Public and Municipal Administration and Legal Support of Civil Service Department of Samara University of Public Administration “International Market Institute”, Russia E-mail: nina_ustina@mail.ru

**Filatova
Alina
Mikhaylovna**

postgraduate of German Languages Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia
E-mail: andykirillov@yahoo.com

**Shchukina
Nina
Petrovna**

Doctor of Sociology, professor, professor of "Evidence-based Medicine and Clinical Pharmacology" Department of Samara State Medical University, Russia
E-mail: nina_shukina@mail.ru

Заметки

Научное издание

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

№ 2 / 2021

Экспертный совет:

В. М. Рамзаев, д-р экон. наук (председатель);
И. Н. Хаймович, д-р техн. наук (заместитель председателя);
Д. В. Березовский, канд. юрид. наук; В. А. Зимин, канд. экон. наук, д-р полит. наук;
М. М. Васильев, канд. экон. наук; О. А. Горбунова, канд. экон. наук;
Т. П. Карпова, канд. социол. наук; С. И. Нестерова, канд. экон. наук;
Е. С. Поротькин, канд. экон. наук; В. Г. Чумак, д-р социол. наук.

Рег. номер в реестре зарегистрированных
СМИ Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
ПИ № ФС 77-80219 от 22.01.2021

Ответственный редактор и координатор,
компьютерная верстка
И. Ю. Кузьмина
Корректор
И. Н. Петрова
Английский перевод
Р. С. Сошниковой

Подписано в печать 29.06.2021.
Бумага офсетная. Печать оперативная.
Объем 8,25 п.л. Формат 60x90/16.
Заказ № 0130. Тираж 500 экз.
Цена свободная.
Адрес редакции и издательства:
443030, г. Самара, ул. Г. С. Аксакова, 21
<http://www.imi-samara.ru/vestnik-smiu>;
e-mail: editor-sagmu@yandex.ru

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии ООО «Прайм»
443067, г. Самара,
ул. Михаила Сорокина, д. 15
<http://prime163.ru>;
e-mail: prime.163@mail.ru