КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ИМПЕРАТИВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: КРОСС-ИННОВАЦИИ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

Монография

Под редакцией Беганской И.Ю., Подкопаева О.А.

УДК 338.2
ББК 65.05
К79

Авторы монографии: Бабина Е.Н., Барашкина Е.В., Беганская И.Ю., Бондаренко Г.В., Брусенцова Л.С., Васильева А.С., Гавчук Д.В., Гончарова М.В., Гришина А.В., Джум Т.А., Дунец Е.Г., Заступов А.В., Карпов Э.С., Клишин А.С., Корнева О.А., Круглов В.Н., Кузнецова Л.А., Кузнецова М.Н., Латухина А.С., Мурзина О.В., Мухорьянова О.А., Науменко С.Н., Рустамова И.Т., Солнцева О.Г., Тютин Д.В., Цунаева Ю.О., Черная Л.В., Чирков М.А., Чистяков М.С., Шаповалова А.В., Ширинкина Е.В., Шмыгалева П.В.

Научные редакторы:
Беганская Ирина Юрьевна – заведующий кафедрой ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», доктор экономических наук, доцент
Подкопаев Олег Александрович – доцент кафедры экономики и управления социально-культурной деятельностью ФГБОУ ВО «Самарский государственный институт культуры», кандидат экономических наук, доцент

Рецензенты:
Ковалева Ирина Николаевна – доктор экономических наук, кандидат физико-математических наук, заведующий кафедрой «Математика и информатика», Образовательное частное учреждение высшего образования «Российская международная академия туризма», профессор
Осмонова Айнур Анваровна – доктор экономических наук, профессор кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова, доцент

К79 Креативные индустрии как императив экономического роста: кросс-инновации и устойчивое развитие: монография / [Бабина Е.Н., Барашкина Е.В., Беганская И.Ю. и др.]. Под ред. Беганской И.Ю., Подкопаева О.А. – Самара: ООО НИЦ «ПНК», 2024. – 214 с.

В монографии «Креативные индустрии как императив экономического роста: кросс-инновации и устойчивое развитие» авторы рассматривают поставленную иследовательскую проблему в разрезе четырех глав: креативные индустрии как императив экономического роста, креативные индустрии, кросс-инновации и устойчивое развитие на мезо-уровне, подходы к формированию устойчивого развития региона (на примере Донецкой Народной Республики), креативная среда, кросс-инновации и устойчивое развитие на микро-уровне. Монография предназначена исследователям, преподавателям, аспирантам, магистрантам, практикам, а также широким слоям читательской аудитории, интересующимся креативными индустриями как императивом экономического роста, кросс-инновациями и устойчивым развитием, а также теоретико-методологическими подходами и практическими результатами исследований в данной научной области.

ISBN 978-5-6051196-5-4

© Авторы исследований, 2024
© ООО НИЦ «Поволжская научная корпорация», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ИМПЕРАТИВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	5
1.1. Роль креативной экономики в современном мире	5
1.2. Кросс-инновационное экономическое взаимодействие	16
1.3. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в РФ	28
1.4. Влияние автоматизации и технологий на рынок труда и формирование трудового потенциала	40
1.5. Роль блогожурналистики в развитии современной системы СМИ	57
1.6. Особенности развития молодежных интернет-изданий	72
ГЛАВА 2. КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ, КРОСС-ИННОВАЦИИ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ НА МЕЗО-УРОВНЕ	88
2.1. Креативные индустрии регионов России: республика Саха (Якутия)	88
2.2. Роль кластеров в развитии креативных индустрий: ремесленный кластер Свердловской области	99
2.3. Устойчивое развитие и инновации в индустрии гостеприимства: преимущества и вызовы	109
2.4. Некоторые аспекты интеграционной деятельности в сфере внешнеэкономических отношений (на примере таможенной отрасли)	120
ГЛАВА 3. ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ)	133
3.1. Сущностное наполнение устойчивого развития региона	133
3.2. Методология разработки стратегии устойчивого развития региона	148
3.3. Стратегическое видение социально-экономического развития Донецкой Народной Республики	152
3.4. Основные направления долгосрочного развития Донецкой Народной Республики как субъекта Российской Федерации	164
ГЛАВА 4. КРЕАТИВНАЯ СРЕДА, КРОСС-ИННОВАЦИИ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ НА МИКРО-УРОВНЕ	172
4.1. Формирование креативной среды организации как фактора устойчивого развития	172
4.2. Кросс-инновации предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса для повышения качества обслуживания и устойчивого развития	178
4.3. Бизнес-планирование и конкурентоспособность предпринимательской деятельности как инструмент привлечения инвестиций	190
4.4. Социальная ответственность профессиональной деятельности архитектора	199
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	210
КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	211

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем обстоятельством, что для выделения действительно перспективных трендов в формировании креативных индустрий как императива экономического роста, в генезисе кросс-инноваций и устойчивого развития необходимо вынесение результатов научных исследований на всестороннее обсуждение и рассмотрение.

Авторы монографии «Креативные индустрии как императив экономического роста: кросс-инновации и устойчивое развитие» рассматривают поставленную иследовательскую проблему в разрезе четырех глав: креативные индустрии как императив экономического роста, креативные индустрии, кросс-инновации и устойчивое развитие на мезо-уровне, подходы к формированию устойчивого развития региона (на примере Донецкой Народной Республики), креативная среда, кросс-инновации и устойчивое развитие на микро-уровне.

Неотъемлемой частью современной экономической системы является креативная экономика. В концептуальную основу креативных индустрий заложены теории осмысления происходящих фундаментальных изменений в технологии, способах организации экономики, управления, культуры и социальной жизни общества. Среди них можно выделить следующие: теория постиндустриального общества (Д. Белл), теория сетевого информационного общества (М. Кастельс), теория «креативного класса» (Д. Флорида), концепция «креативной экономики» (Д. Хоукинс). Креативные индустрии – это синтез креативности, культуры, экономики и технологий. Они строятся на талантах и идеях людей и служат драйвером экономики. Создание добавленной стоимости и рабочих мест в креативных индустриях основывается на индивидуальном творчестве, талантах и навыках, а также на формировании и использовании интеллектуальной собственности. Сектор креативной экономики насчитывает до 16 направлений в зависимости от классификации и включает в себя искусство, дизайн, моду, компьютерную графику, анимацию, разработку компьютерных игр, IT, архитектуру и урбанистику, кино, ТВ, новые медиа, музыку и саунд-дизайн, маркетинг и коммуникации, издательское дело, журналистику, образование в области креативных индустрий. В креативных индустриях, главным фактором, выделяющим их, является неповторимость продуктов, производство которых очень сложно автоматизировать или заменить машинами. От ученых и практиков наше общество сегодня ждет научно-обоснованные подходы к решению актуальных вопросов в формировании креативных индустрий как императива экономического роста, в генезисе кросс-инноваций и устойчивого развития.

Монография предназначена исследователям, преподавателям, аспирантам, магистрантам, практикам, а также широким слоям читательской аудитории, интересующимся креативными индустриями как императивом экономического роста, кросс-инновациями и устойчивым развитием, а также теоретико-методологическими подходами и практическими результатами исследований в данной научной области.

ГЛАВА 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ КАК ИМПЕРАТИВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

1.1. Роль креативной экономики в современном мире[1]

В наши дни неотъемлемой частью экономической системы является креативная экономика. Впервые это понятие было замечено в британском журнале «BusinessWeek» в конце XX века. В значительно короткие сроки это явление распространилось по всему миру и стало иметь значительный вес во всей экономике.

Рассмотрим, что же такое креативная экономика. Ее определение может выглядеть следующим образом: экономический сектор, который основан на воплощении творческих и интеллектуальных идей, с дальнейшей продажей конечных продуктов. Главной особенностью является уникальность продуктов продажи, которые гораздо сложнее автоматизировать или заменить машинами. Творческий потенциал и культурный капитал – основные ресурсы данного сектора.

Креативные индустрии возникают в индивидуальном творчестве, талантах, навыках и могут иметь потенциал для создания добавленной стоимости и рабочих мест за счет формирования и эксплуатации интеллектуальной собственности. К креативным индустриям относятся:

- изобразительное искусство;
- реклама;
- дизайн;
- разработка программного обеспечения;
- компьютерные игры;
- телерадиовещание;
- мода;
- архитектура;
- музыка;
- киноиндустрия и др.

На рисунке 1 представлены принципы креативной экономики, исходя из которых видим, что основополагающим является доминирование интеллектуальной собственности и качественная оценка результатов.

Вместе с термином «креативная экономика», появилось понятие «креативного класса». Креативный класс – группа людей, трудовой деятельностью которой является создание креативных, интеллектуальных продуктов. К этому классу можно отнести: художников, музыкантов, писателей и поэтов, фотографов, программистов, архитекторов и др. Отличием данного класса от традиционного рабочего является «орудие» труда – информация, а продуктом трудовой деятельности – инновация.

Креативный класс – двигатель новых технологий, которые, в свою очередь, становятся основой для развития других отраслей экономики. Также эта социальная группа людей, которая вносит колоссальный вклад в культурное

[1] Авторы раздела: Васильева А.С., Кузнецова М.Н., Латухина А.С.

развитие страны, что также способствует увеличению доходов государства и совершенствованию отдельных индустрий.

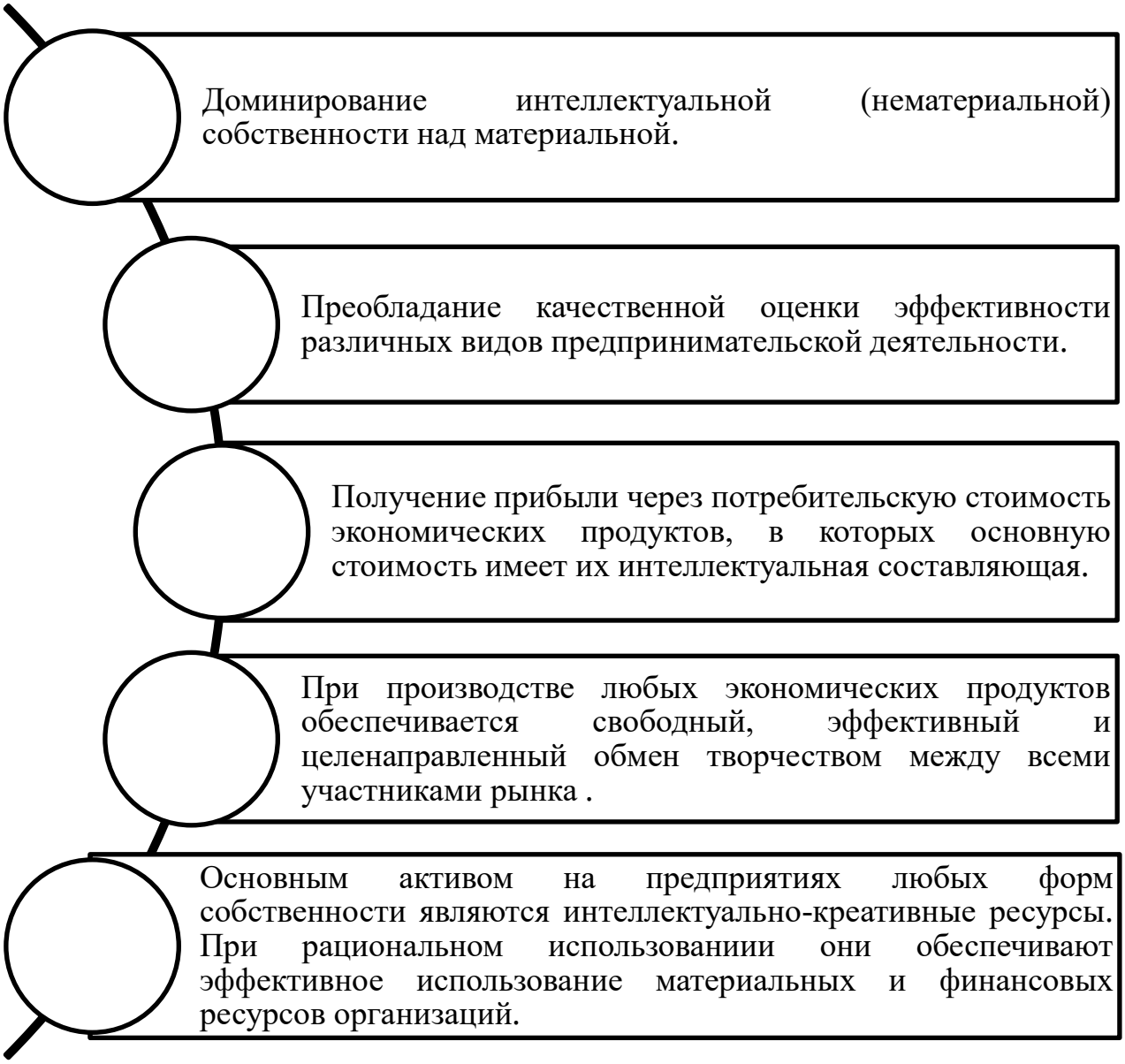

Рис. 1. Принципы креативной экономики

Стоит отметить, что креативный класс во многом имеет большую социальную ответственность. Их целью является не только получение прибыли, но и способствование устойчивому развитию общества, производя различного рода продукты и услуги. Из этого следует вывод, что креативный класс является двигателем не только самой креативной экономики, но и социальной сферы. Улучшение городской инфраструктуры, проведение культурных и образовательных мероприятий – все это увеличивает уровень общественной жизни.

Создание благоприятных условий поможет развивать креативную экономику и креативный класс. Одним из инструментов развития креативной экономики служит поддержка инноваций. Внедрение новшеств дает возможность специалистам, предпринимателям и простым людям разрабатывать

различного рода продукты и услуги, совершенствовать уже существующие процессы и открывать новые ниши. Государство стимулирует разработку инновационных продуктов различными способами: проведение акселерационных программ, предоставление грантов, льготные ставки по кредитам. В России был учрежден «Президентский фонд культурных инициатив» для оказания поддержки различных креативных проектов, а также для развития дружеских и культурных связей между зарубежными странами и Россией [9]. На рисунке 2 представлены типы проектов для участия в грантовом конкурсе от «Президентский фонд культурных инициатив».

Рис. 2. Проекты, которые могут принять участие в конкурсе на получение гранта от фонда

Анализ занятости в креативной экономике (рисунок 3), проведенный на основании данных Федеральной службы государственной статистики (Росстат), показал, что Россия занимает второе место среди стран лидеров по всему миру. Всего в креативных индустриях в Российской Федерации было задействовано

4600 тыс. человек, что составляет 6,4% от числа всех занятых по стране. Мировым лидером являются Соединенные Штаты Америки – 5200 тыс. человек (3,3% от всего числа занятых граждан). Причем, показатель США превысил российский в 2019 году на 600 тыс. человек (13,0%). В свою очередь, значение в России выше значения в Великобритании в 2,2 раза.

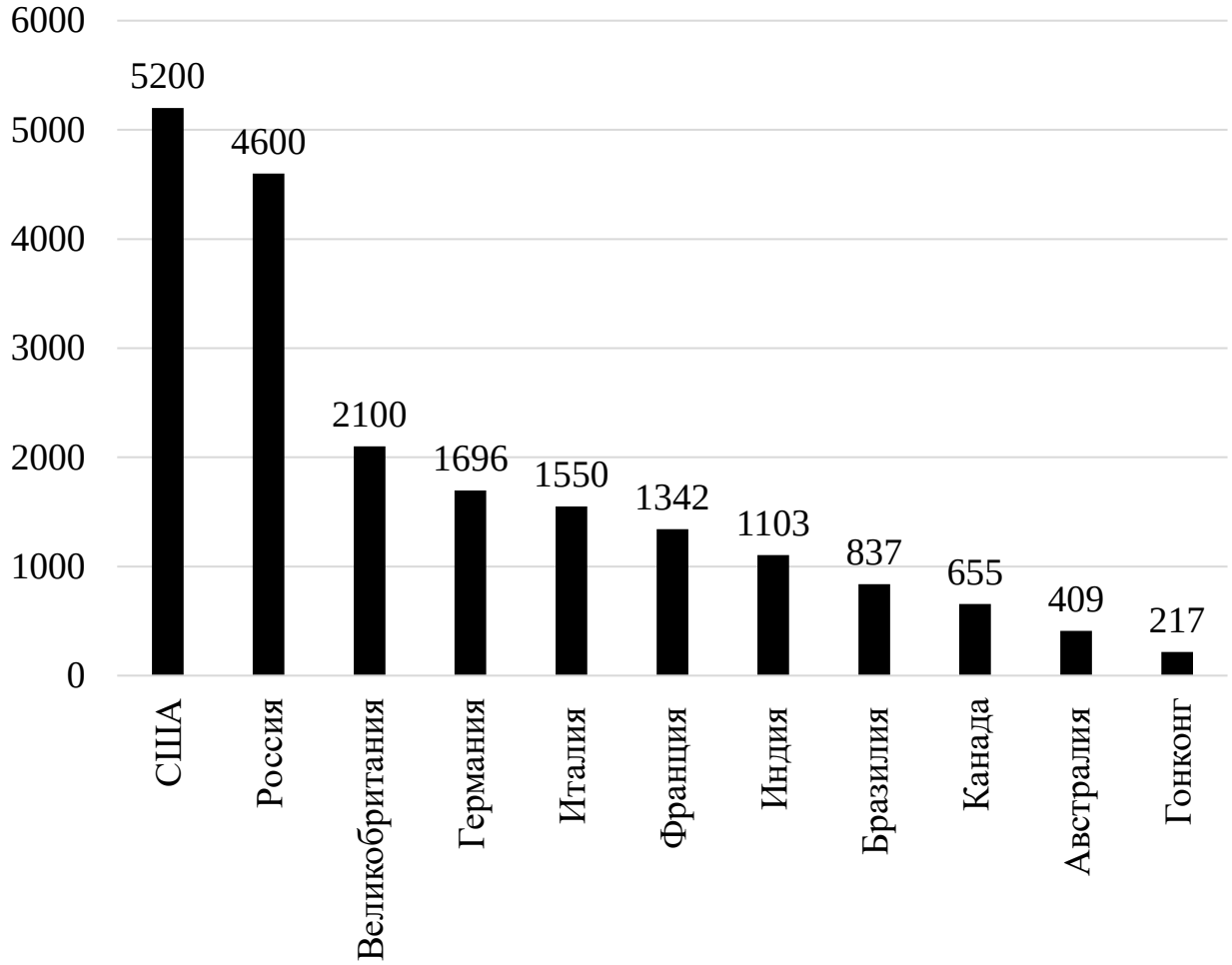

Рис. 3. Занятость в креативных индустриях
по странам в 2019 году, тыс. человек

Крупнейшей отраслью креативной экономики за последние годы стали IT, видеоигры и реклама. Причем, как видно по данным таблицы 1 объем валовой добавленной стоимости в сфере IT и видеоигр в 2,5 раза превышает аналогичный показатель в сфере рекламы.

Следует отметить, что валовая добавленная стоимость творческих (креативных) индустрий России растет не по всем секторам. Наибольший рост в 2020 году показала сфера архитектуры - с 126,9 млрд.руб. до 207,3 млрд.руб., что обеспечило прирост на 80,4 млрд. руб. (на 63%). Наибольшее снижение можем отметить в сфере библиотек и музеев - со 101,9 млрд.руб. до 32,9 млрд.руб. (на 69 млрд. руб. или на 67,7%), а также в арт-индустрии - с 12,5 млрд.руб. до 0,3 млрд.руб. (на 12,2 млрд. руб. или на 97,6%).

Таблица 1

Валовая добавленная стоимость творческих (креативных) индустрий России

Креативные индустрии	Валовая добавленная стоимость, млрд. руб.	
	2019 г.	2020 г.
IT и видеоигры	1 265,3	1 382,7
Реклама	517,8	552,8
Телерадиовещание	222,2	217,1
Архитектура	126,9	207,3
Издательская деятельность	83,5	71
Музыка и исполнительское искусство	193,3	63,6
Ювелирное дело	40,8	40,1
Кино и анимация	40,2	39,9
Музеи, библиотеки, архивы	101,9	32,9
Промыслы	14,5	16,6
Образование в креативных индустриях	15,4	9
Фотография	1,3	2,9
Дизайн	0,3	1,7
Арт-индустрия	12,5	0,3

Результаты анализа занятости в креативной экономике граждан России в период с 2017 г. по 2020 г. представлены на рисунке 4.

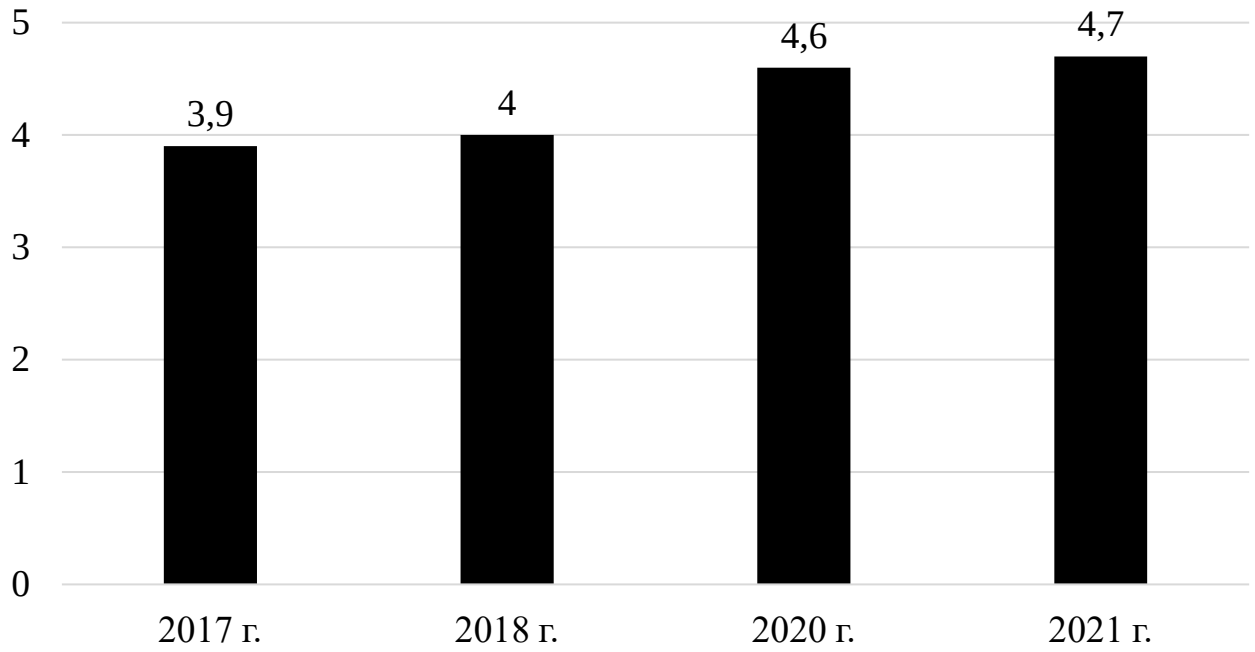

Рис. 4. Занятость в креативной экономике граждан России, млн. человек

Стоит отметить, что в России наблюдается стабильная динамика увеличения численности занятого населения в креативных индустриях. В 2020

году в этих сферах работали 4,7 млн. человек, что составляет 6,6 % от числа всех работающих. За 4 года в творческую сферу пришло более 800 тыс. человек. Это говорит о том, что в современном мире эта отрасль становится благоприятна и привлекательна для трудящихся, и с годами эта цифра будет только увеличиваться.

На рисунке 5 представлена структура занятости населения в творческих профессиях. Можно отметить, что за последние годы все более популярной становится профессия специалиста по рекламе и маркетингу. В 2020 г ее доля составила 24,5% среди творческих профессий. Второе место от всего числа составили разработчики программного обеспечения - 18,3%. В свою очередь, доля дизайнеров и проектировщиков составила около 4%.

Рис. 5. Структура занятости в творческих профессиях в 2020 году, %

Как и любая отрасль данная сфера испытывает ряд проблем в своем развитии. Основные из них представлены на рисунке 6. На сегодняшний день данная сфера испытывает огромное влияние процессов цифровизации и компьютеризации. Однако законодательная база для этого еще недостаточно разработана, требует больших объемов инвестирования и государственной поддержки.

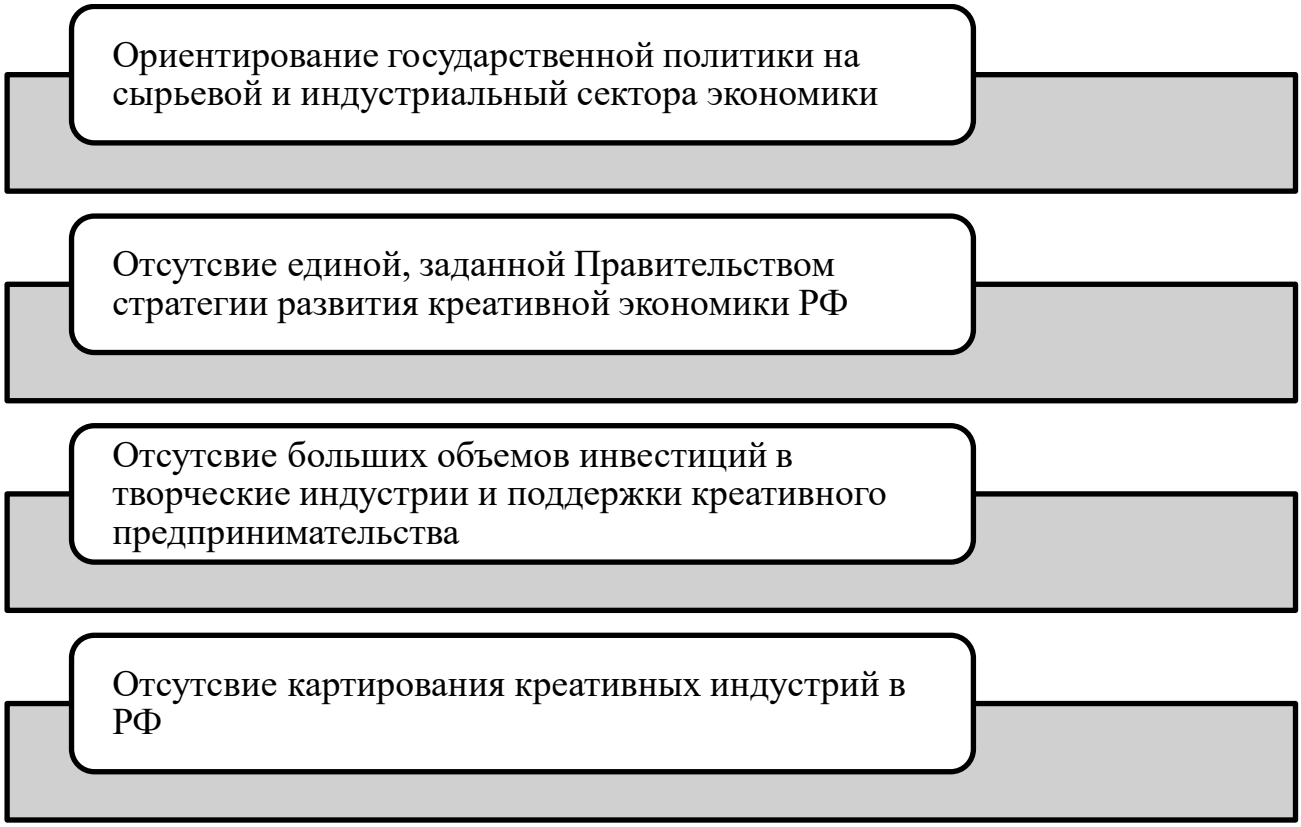

Рис. 6. Проблемы развития креативной экономики в РФ

Основные направления для повышения уровня развития креативной экономики в РФ представлены на рисунке 7.

Сфера креативных индустрий считается неотъемлемой частью национальной экономики и внешней среды. Эта сфера образуется историей и культурой, внутренней средой, что дает понять следующее: креативные индустрии и внутренняя экономика страны связанны прочной, двусторонней связью. Необходимо поддерживать развитие данного сектора экономики, потому что он обеспечивает рабочие места и расширяет национальное богатство с помощью применения творческого потенциала населения.

Не стоит путать креативные индустрии с культурными индустриями. Культурные индустрии преследуют социальные и культурные цели, в то время как креативные направлены на борьбу с безработицей, внесение весомого вклада в валовой внутренний проукт и внешнюю торговлю, а также на другие экономические показатели.

Рис. 7. Меры для повышения уровня развития креативной экономики в России

На сегодняшний день исследование креативных индустрий считается одной из популярных и актуальных тем среди ученых. Научное сообщество делает акцент на всевозможных характеристиках данной деятельности и определяет факторы, которые способствуют их появлению, становлению и совершенствованию. Вопрос влияния креативных индустрий на национальную экономику является одним из самых важных, но недостаточно разработанных. На рисунке 8 представлены компоненты национальной экономики, на которые следует обратить особое внимание.

Креативные индустрии дают возможность создания новых рабочих мест, увеличивают денежный оборот субъектов креативной сферы, их вклад в ВВП, стимулируют развитие экспорта.

Стоит отметить, что креативные индустрии появляются и преуспевают в определенной среде. Необходимая для развития среда представляет собой хорошие условия для осуществления экономической деятельности, существенный объем рабочей силы, а также другие составляющие для увеличения добавленной стоимости произведенной продукции и повышения качества социально-экономических условий жизни.

Рис. 8. Компоненты национальной экономики

В последнее время во всем мире растет интерес к искусственному интеллекту. Искусственный интеллект является центром развития цифровых технологий и началом цифрового преобразования практически всей экономики. Результаты работы искусственного интеллекта помогают людям автоматизировать различного рода задачи, придумывать совершенно новые решения, исследовать новые рыночные ниши. Не обошёл искусственный интеллект и креативный сектор экономики.

В креативной экономике технологии искусственного интеллекта дают возможность выполнять интеллектуальные задачи с помощью машины, без участия человека. С недавних пор он получил более широкое распространение, благодаря разработкам в области высокопроизводительных вычислений и увеличению емкости хранения данных. На рисунке 9 представлена сравнительная характеристика плюсов и минусов искусственного интеллекта (ИИ).

Неоспоримым фактом является то, что с приходом в нашу жизнь искусственного интеллекта происходит упрощение как профессиональных, так и бытовых задач. Он экономит не только наше время и деньги, но и выполняет задачи точнее и быстрее человека, автоматизируя многие процессы. Однако

полностью заменить участие живого человека он не может. Особенно в креативной экономике, где требуется творческий подход, инициативность, нестандартность мышления, гибкость.

Рис. 9 Плюсы и минусы работы искусственного интеллекта

В креативной экономике люди в большей степени используют свой творческий потенциал и нестандартное мышление для воплощения в жизнь оригинальных идей. Креативность определяется как способность создавать что-то новое, неординарное. Для выполнения творческих задач, главным образом, важно оригинальное мышление, опыт и понимание аудитории. Производственные задачи более предсказуемы и имеют некоторую цикличность, что дает возможность оптимизации этих процессов. Технологии искусственного интеллекта позволяют воплотить различного рода идеи, что максимально может упростить работу различным специалистам из креативных индустрий. Возможности искусственного интеллекта безграничны. ИИ способен разрабатывать специальные коды для IT- специалистов, создавать изображения на основе его описания, придумать различные истории, моделировать многогранные ситуации и др. Умение пользоваться данными технологиями даёт потенциал развития не только отдельных отраслей экономики, но и всего государства в целом.

Подводя итог, можно сделать вывод, что креативные индустрии, как ключевой сектор креативной экономики, занимают особо место в рамках экономического развития государства и мира в целом. Они способствуют развитию инновационного и творческого мышления, открывают новые рынки и создают новые возможности для креативной экономики. Также креативные индустрии вносят весомый вклад в развитие общества. Комбинирование творческого (креативного) потенциала, интеллектуального капитала, защиты интеллектуальных прав, а также потребность людей в удовлетворении духовных и социальных потребностей наряду с материальными привело к возникновению креативных индустрий. Раньше данные индустрии не имели никакого отношения к экономической деятельности и рассматривались, как производственные. В свой же черед, показывая практические результаты, способствовали появлению креативной экономики. Креативная экономика – будущее нашего мира. как отмечают многие специалисты.

Список литературы

1. Анализ и перспективы развития креативной экономики в РФ // URL: https://moluch.ru/archive/132/36933/ (дата обращения 23.12.2023)

2. Влияние искусственного интеллекта на креативные индустрии: тенденции и перспективы //URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-iskusstvennogo-intellekta-na-kreativnye-industrii-tendentsii-i-perspektivy/viewer (дата обращения 14.12.2023)

3. Инновационная или креативная экономика в современной России? Подходы к управлению // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-ili-kreativnaya-ekonomika-v-sovremennoy-rossii-podhody-k-upravleniyu/viewer (дата обращения: 30.11.2023)

4. Искусственный интеллект в креативной индустрии: замена людей или помощник. РБК Тренды // URL: https://trends.rbc.ru/trends/futurology/63ff13a19a794752e03aeab5 (дата обращения 25.12.2023)

5. Креативная экономика и становление креативного класса //URL: https://moluch.ru/archive/458/100845/ (дата обращения 10.12.2023)

6. Креативные индустрии как драйвер экономического роста // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-kak-drayver-ekonomicheskogo-rosta/viewer (дата обращения 20.12.2023)

7. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России //URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-opyt-formirovaniya-kreativnoy-ekonomiki-i-vozmozhnosti-ego-ispolzovaniya-v-rossii/viewer (дата обращения 5.12.2023)

8. Подходы к статистическому наблюдению творческих (креативных) индустрий: опыт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ //URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Gershman-14032023.pdf (дата обращения: 01.12.2023)

9. Президентский фонд культурных инициатив //URL: https://фондкультурныхинициатив.рф/ (дата обращения 16.12.2023)

1.2. Кросс-инновационное экономическое взаимодействие[2]

Креативная экономика привлекает и удерживает в своей среде высококвалифицированную рабочую силу [1]. В России творческие индустрии лишь недавно стали частью актуальной повестки органов власти. В настоящее время Министерством культуры РФ применяется Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. В разработке концепции приняли участие представители ведущих вузов страны, а также эксперты ООН по промышленному развитию (ЮНИДО), Российского союза промышленников и предпринимателей, Ассоциации анимационного кино, АСИ, Минэкономразвития России, Минпромторга России и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации в сфере культуры. Кроме того, деятельность регламентируется на основании Федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» в части закрепления института творческих (креативных) индустрий». В частности, используется и обновляется Атлас творческих индустрий, подготовленный АСИ [2]; российское отделение PwC первоначально разработало индекс креативного капитала для 25 российских городов и др. Однако следует признать, что на текущий момент на пути роста творческого бизнеса в РФ существует ряд препятствий, в том числе [3]: – Методологические трудности, связанные с отсутствием четкой терминологии, единой системы статистической оценки, крайне низким числом научных исследований и узким кругом экспертов в данной сфере, картирования; – Острая необходимость государственной программы развития креативных индустрий, подразумевающей введение налоговых льгот для творческого бизнеса; меры по стимулированию создания рабочих мест; прозрачную систему защиты авторского права и пр.; – Отсутствие целостной стратегии развития творческих индустрий на региональном уровне с точки зрения городской политики (в основе которой должна лежать уникальность, привлекательность места). В этих условиях говорить о смещении фокуса российского творческого бизнеса в сторону кросс-инновационных проектов пока преждевременно. Вместе с тем понимание методологических основ кросс-инновационного сотрудничества творческих индустрий с предприятиями других отраслей экономики (как для самих творческих индустрий, так и для экономики и общества в целом) сегодня весьма актуально, в первую очередь, для России. Это позволит задать правильный вектор в сторону появления и развития академических и прикладных исследований в данной области; обратить внимание экспертов и лиц, ответственных за принятие политических решений, на роль творческих индустрий и их взаимодействия с другими секторами экономики, как потенциально ключевого фактора современного развития страны. В перечисленном выше и заключается научная новизна и фундаментальная значимость работы. Основная цель таких

[2] Авторы раздела: Рустамова И.Т., Солнцева О.Г., Цунаева Ю.О.

исследований — это выявление роли кросс-инновационного сотрудничества и кросс-инновационных проектов между творческими и «нетворческими» индустриями как ключевых факторов современного социально-экономического развития. Достижение этой цели подразумевает формулировку понятия кросс-инновационного сотрудничества и определение границ концепции кросс-инновационных проектов между творческими и «нетворческими» индустриями. Исследование проводится на базе академической литературы по тематике работы, включая научные статьи и монографии. Кроме того, в работе используются материалы программных документов и аналитические материалы международных организаций, а также программ и проектов сотрудничества в сфере креативных индустрий. Анализ в работе опирается на актуальные данные официальной статистики и официальных сайтов. В рамках исследования применяются такие методы, как: дескриптивный, статистический, графический анализ; комплексный анализ и систематизация академической литературы, программных документов, материалов международных организаций и проектов/партнерств (в том числе их сайтов); сравнительный анализ.

Определение и ключевые характеристики кросс-инноваций. Еще в 70-х гг. XX века американский социолог Дж. Белл в своей работе «Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования» [4] выдвинул теорию перехода западной цивилизации в новую фазу своего цивилизационного развития, которую он назвал «постиндустриальным» обществом. Как следует из названия, этот этап сменяет индустриальное общество и характеризуется радикальными преобразованиями в экономике, социальной и культурной сферах. Общеизвестными характеристиками постиндустриальной эпохи являются переориентация экономики и социальной сферы с производства товаров на производство услуг, информация и высокая социальная мобильность населения. Перечисленные аспекты представляют собой характеристики экономики знаний, в которой главными ценностями являются индивидуальные ноу-хау, навыки и таланты. При этом в постиндустриальном обществе речь идет не столько о структурных изменениях в сфере производства товаров и услуг, сколько о том, что ценность интеллектуального продукта превышает ценность продукта материального. Даже если речь идёт о продукте в традиционном значении этого слова (как материальном предмете), то значительную часть его потребительской стоимости составляет не сам продукт в его вещественном воплощении, а интеллектуальная модель этого продукта. В постиндустриальной экономике наиболее развитые в экономическом отношении страны ориентированы на производство интеллектуальных моделей и технологий, тогда как товарное производство в мировой системе разделения труда сосредоточено в развивающихся странах. «Локомотивом» постиндустриальной экономики являются так называемые «креативные» или творческие индустрии [5].

В современном мире креативная экономика является одним из бурно развивающихся секторов, который, особенно в развитых странах, дает существенный прирост ВВП и положительно влияет на показатели занятости

населения и сальдо внешнеторгового баланса. Это быстрорастущий сектор, генерирующий значительные доходы ВВП и позитивно влияющий на показатели занятости и внешнеторгового баланса. Мировой товарооборот креативной продукции и услуг еще достиг в 2011 г. рекордной суммы в 624 млрд. долл. США и более чем удвоился в период с 2002 по 2011 гг. В последующее десятилетие эта цифра достигла порядка 900 млрд. долл. США [6]. В последние десятилетия наблюдается тенденция увеличения доли креативной индустрии в экономике развитых стран. Достаточно быстрыми темпами креативная экономика растет в Великобритании, в странах Западной Европы, развитых азиатских странах, Северной Америке, о чем свидетельствует появление креативных кластеров и целых городов, а также существенный рост занятости населения в этой сфере. Так, например, на рынок креативной индустрии приходится 16% рабочих мест в Северной Америке, 26% рабочих мест в странах Европейского Союза и 43% рабочих мест в странах Азиатско-Тихоокеанского региона [7]. По данным общеевропейского исследования Ernst&Young, «в Европе креативная и культурная индустрии создают почти в 2,5 раза больше рабочих мест, чем индустрия автомобилестроения» [8]. Изобразительное искусство, реклама и телевидение стоят в ряду отраслей-лидеров креативной экономики, который в совокупности составляет более половины европейских креативных индустрий с годовым оборотом порядка 300 млрд евро. Общая выручка печатной и издательской продукции составляет порядка 107 млрд евро. В Великобритании стоимость креативных индустрий оценивается предположительно в 76,9 млрд фунтов стерлингов в год; это означает, что каждый час креативная индустрия приносит экономике страны порядка 8 млн фунтов стерлингов. Исследователи отмечают, что в таких европейских странах, как Германия и Франция, наблюдается бурный рост креативной индустрии. По последним данным, вклад креативной экономики в нефинансовый сектор составляет порядка 3,5%.

Главный признак отнесения отрасли экономики к креативной — это интеллектуальный характер продукта и регулирование отношений, с ним связанных авторским правом. По оценкам экспертов, в развитых странах средний вклад креативных отраслей в ВВП составляет порядка 8–12%, в среднем по странам — около 7% [9]. На сегодняшний день можно выделить три приоритетных направления развития рынка креативных технологий, а именно: искусственный интеллект, дополнительная и виртуальная реальность, игры и программные продукты. На данные области приходится основная доля рынка креативных технологий, в них также концентрируется основной объем инвестиций. В экономической и социальной сферах в России наблюдается рост влияния сектора креативных индустрий. Так, по состоянию на декабрь 2020 г., в креативной отрасли экономики страны было зарегистрировано почти 748 тыс. организаций, ежегодная выручка которых составляла в среднем свыше 10,7 трлн рублей, что соответствует порядка 5% выручки всех коммерческих предприятий страны.

Креативная и культурная индустрии — это множество отраслей и видов деятельности, связанных с созданием контента, публикацией, производством и

распространением. Многие из этих индустрий строятся на концепции видения и инновациях. Особенностью креативных инновационных проектов, отличающих их от традиционных экономических отраслей доиндустриальной и индустриальной эпох, является обязательное соблюдение двух условий успешности их реализации — свободы творческого самовыражения и неопределенности результата. Причем эта неопределённость проявляет себя как в невозможности заранее точно и детально прописать будущий продукт инновационной деятельности, так и в неопределенности его коммерческой судьбы. Это означает, что креативные индустрии не поддаются строгой автоматизации и регламентации технологических процессов, поскольку в их основе лежит: во-первых, творческий акт, принципиально не укладывающийся в стандарты и алгоритмы действий; во-вторых — невозможность заранее предсказать, оценить количество ресурсов и их содержания, необходимых для реализации проекта. Еще одной принципиальной особенностью креативных отраслей является их неопределённость с точки зрения классификации и юридической формализации содержания экономической деятельности с помощью традиционных юридических механизмов (к примеру, Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД)). Это связано с кросс-инновационностью креативных индустрий. Термин «кросс-инновации» описывает межотраслевое (междисциплинарное) сотрудничество между творческими профессионалами и, например, компаниями из производственной, высокотехнологичной, медицинской и автомобильной отраслей. В качестве примера можно рассматривать сотрудничество между разработчиками программного обеспечения и игр в разработке интерфейсов или операционных элементов. Кросс-инновационность креативной индустрии реализуется в следующих направлениях: – Активное использование знаний и технологий из различных сфер экономики и культуры; – «Размытость» границ определения вида и типа креативной деятельности. Например, создание компьютерной игры предполагает совмещение сразу нескольких видов деятельности с точки зрения их содержания — математика, философия, программирование, инженерия, культура и искусство, литература и пр.; – Активное вовлечение в процесс креативной деятельности по созданию инновационных интеллектуальных продуктов предприятий и организаций других сфер деятельности, работа на стыке различных по природе и содержанию секторов и сфер экономической деятельности; – Связанная с этой особенностью интеграция производственных и технологических процессов различных фирм и организаций как производственной, так и креативной индустрии; – Ситуативный и локальный характер кросс-индустриального, кросс-культурного и кросс-инновационного сотрудничества на большинстве этапов технологического цикла; – Возможность использования продуктов и технологий креативной индустрии в различных областях экономики и социальной сфера, которые заранее невозможно определить целевым образом. Отличие креативной индустрии в контексте ее кросс-инновационного характера наиболее ярко проявляет себя в моделях инновационной детальности. Другими словами,

заинтересованность в создании инновационного продукта является общим признаком и традиционных, и креативных областей. Однако, если для традиционных отраслей всякая инновация есть инструмент для удержания рынка и борьбы за потребителя, то в данном случае инновационная деятельность традиционной отрасли экономики определяется соображениями экономической и финансовой необходимости. Соответственно, для креативной индустрии инновация является не средством для достижения какой-либо цели, а целью самой по себе. Таким образом, кросс-инновационность креативной индустрии определяется природой этой индустрии, которая ориентирована не столько на удовлетворение тех или иных потребностей рынка, сколько на сам процесс формирования этих потребностей. Можно говорить о наличии определенных моделей кросс-инноваций с точки зрения их принадлежности творческой имитации решений для удовлетворения потребностей других индустрий, в качестве которых могут выступать технологии, патенты, специальные знания, способности, бизнес-процессы, общие принципы или бизнес-модели. С данной точки зрения, интересным представляется рассмотреть существование различных моделей кросс-инноваций, которые обеспечивают социально-экономическое развитие стран мира. Одной из первых моделей является линейная модель кросс-инноваций, которая связана с закрытыми процессом развития инноваций внутри определенных структурных подразделений от идеи проекта до выхода на рынок конечного продукта. В такой модели инновационной деятельности, присущей традиционным областям экономики, разработка исследовательского проекта и внедрение его в производство осуществляется в границах компании по линейной схеме, при этом в большинстве случаев инновационная деятельность осуществляется командой компании, внутри компании, силами и ресурсами самой компании [10]. Появляющиеся новые отрасли по производству высокотехнологичной продукции делают линейную модель кросс-инноваций малопригодной именно в силу ее закрытости. В этой связи ведущие международные фирмы стали практиковать внедрение других моделей кросс-инноваций, в результате чего сформировалась целая концептуальная парадигма, которая получила название открытой модели кросс-инноваций. Такая модель инновационной деятельности, основы кросс-инновационной деятельности предприятий и организаций креативной индустрии, является иллюстрацией принципиального отличия методологии креативной методологии, базирующейся на кросс-инновационном сотрудничестве и выходе за границы компании, понимаемые не только в формально-юридическом смысле (как организации, занимающиеся определенным видом деятельности), но и в широком технологическом смысле. Реализация инновационного проекта в организации креативной индустрии предполагает широкое привлечение на разных стадиях технологического процесса продукта, предприятий и технологий из самых разных областей. В рамках открытой модели кросс-инноваций внутренние процессы управления инновациями пересматриваются для обеспечения полной транспарентности. На основе совместных усилий и осуществляемой диффузии технологий

реализуются успешные стартапы представителей культурной индустрии и производственных предприятий.

Необходимо также отметить наличие производного варианта открытой модели кросс-инноваций, которая получила название модели кросс-индустриальных инноваций. Модель кросс-индустриальных инноваций отличается от открытой модели кросс-инноваций наличием вторичных эффектов передачи знаний и компетенций, которые проявляются в создании новых продуктов и услуг, возникающих на границе различных областей знаний. В настоящее время наиболее развита именно модель кросс-индустриальных инноваций, которая также может иметь свою специфику, в зависимости от модели структурных характеристик креативных индустрий [11]. Еще на стадии подготовительной работы над инновационным проектом создается кросс-секторная команда, в основе которой лежат, как минимум, три важных организационных момента, требующих повышенного внимания и значительного количества ресурсов.

Сущность кросс-инновационного сотрудничества в сфере креативных индустрий состоит в том, что креативные инновации формируют образ будущего, а не только отвечают реалиям сегодняшнего дня. Речь идет не только о производственных технологиях или о типе создаваемого продукта, речь идет о принципиальном мировоззренческом сдвиге от линейной парадигма технологий прошлого и настоящего, в дополнение к ее заданным границам пределам и возможностям реализации технологического потенциала, в сторону мультидисциплинарной и мультипрозводственной технологической платформы с неопределёнными границами и степенью вовлеченности участников в процесс создания креативного продукта [12]. Технологической основой и средой осуществления кросс-инновационных проектов креативной индустрии являются глобальная информационная сеть Интернет, которая предоставляет широкое поле для моментальных межкультурных и кросс-инновационных коммуникаций глобального уровня. Она открывает доступ к различным интеллектуальным ресурсам, которые, с одной стороны, используются предприятиями креативной индустрии в своей инновационной деятельности, с другой — позволяют практические мгновенно устанавливать деловые контакты и налаживать технологические взаимодействия с компаниями из других экономических и производственных отраслей.

Сложной проблемой на пути развития креативных индустрий является отсутствие адекватных меняющейся ситуации в сфере креативной индустрии государственной налоговой и учетной политики в отношении предприятий и организаций. Речь идет о системе ОКВЭД, которая, несмотря на регулярные изменения и детализацию, не только не отражает специфику креативных индустрий будущего, но и в своём нынешнем виде становится серьезным препятствием на пути их развития. Кроме того, действующий в настоящее время подход к классификации видов экономической деятельности основывается на традиционной парадигме взаимодействия государства и экономики, в основе которой лежит формально-юридический подход к классификации видов и типов

производств. Но, в силу развития кросс-инновационных моделей экономики, многие производства, формально оставаясь в рамках традиционной экономической парадигмы, в реальности оказываются тесно интегрированы с креативными производствами, что в корне меняет сам способ и технологический уклад предприятий, которые не относятся с точки зрения формальных критериев ОКВЭД к креативным отраслям экономики. Таким образом, отличием кросс-инновационной деятельности от традиционной системы кодов ОКВЭД является отсутствие четких границ между продуктами и услугами, а также потребность в компетенциях, выходящих далеко за пределы одной предметной области, для управления инновациями. Предприятие может заниматься несколькими видами деятельности, но обязательно имеет основной ОКВЭД, на основании чего можно говорить об ориентации ОКВЭД на «специализацию» предприятия по определенному виду деятельности. Стоит напомнить, что ОКВЭД — это государственный инструмент контроля и регулирования экономической деятельности, зарегистрированных в стране предприятий, который предприниматель указывает при регистрации. Он необходим государству для реализации его налоговой и учетной политики, контроля за налогами и ведения статистики.

Очевидно, что в открытой модели инновационного процесса креативных индустрий ни один вид деятельности не может быть основным, определенным.

Предпосылки для развития кросс-инновационного сотрудничества между творческими и «нетворческими» индустриями. Как уже упоминалось ранее, понятие «кросс-инновации» обозначает сотрудничество, носящее межотраслевой или междисциплинарный характер, участниками которого являются креативные индустрии и компании иных сфер (производственной, высокотехнологичной, медицинской и автомобильной). Кросс-инновационные сети появились в начале двадцать первого столетия. По функционалу они схожи с другими видами организации сетей, но фактически являются новым структурным формированием, поскольку реализуют полный инновационный цикл, начиная от генерирования идеи и заканчивая реализацией идеи в конечном продукте на рынке. Кросс-инновации значительно экономят время на организацию предпроектных исследований, что обусловлено синергией использования знаний и компетенций, а также информации из отраслей с разной спецификой. Эффективность функционирования и реализации кросс-инноваций в этом случае тесно связаны с параметрами функционального взаимодействия элементов так называемой обеспечивающей инфраструктуры из различных сфер деятельности. На этом основании можно говорить о зависимости кросс-инноваций от обеспечения масштабов индустрии, уровня интеграции участников процесса, обоснованности непосредственного процесса взаимодействия и востребованности от них.

Интересен опыт кросс-инновационного сотрудничества традиционных и креативных отраслей в России. В качестве примера можно привести опыт новгородской фабрики по производству упаковочных материалов «Амкор Ренч Новгород». С 2010 г. это предприятие стало центром восточноевропейского

кросс-инновационного кластера производства упаковки для табачной промышленности, и произошло это за счет активного привлечения к технологическим процессам кросс-инновационных технологий. ТНК Amcor, имевшая 223 предприятия в 33 странах мира, задалась целью освоить российский рынок табачной продукции. За несколько лет предприятие превратилось в крупнейшего в Европе производителя табачной упаковки в высоком ценовом сегменте, владеющим почти 40%-ной долей рынка. В 2010 г. ТНК Amcor выкупила у австралийско-британского концерна Rio Tinto упаковочный бизнес Alcan Packaging, объединяющий 80 фабрик по всему миру. В результате слияния фабрика получила новое название — Amcor Tobacco Packaging Novgorod — и статус центра компетенций для упаковочных фабрик в Петербурге (Россия) и Алматы (Казахстан). Благодаря этому провинциальный российский город Новгород стал не только центром восточноевропейского кластера концерна Amcor, но и кросс-инновационным технологическим центром [13].

В качестве еще одного примера продуктивного сотрудничества традиционных и кросс-инновационных индустрий можно привести кросс-инновационный кластер по производству обуви в итальянском округе Монтебеллуна. Кластер в Венеции объединил 428 компаний. Это мировой дилер в производстве спортивной обуви для технических видов спорта (мото-, велоспорт), лыжных ботинок. Монтебеллуна — это округ, который постепенно получил звание «столицы снежной индустрии», притом, что климатические и географические условия дисклокации его головных предприятий не располагают к такого рода производственной деятельности. В Венеции, если мыслить в категориях логики традиционных отраслей, было бы гораздо проще специализироваться на выпуске лодок, катеров и прочих плавательных принадлежностей, и инвентаря. Однако в этом и есть уникальность и эффективность кросс-инновационного сотрудничества — благодаря ему производство больше не привязано к пространственно-географической локализации и не определяется в той степени, как это было ранее, соображениями среды и запросов регионального рынка. Благодаря кросс-инновационному сотрудничеству, округ Монтебеллуна стал центром кросс-инновационного кластера, основанного на интеграции традиционных производств и креативных индустрий, что, во-первых, позволило объединить в единые технологические цепочки предприятия из разных сфер промышленности и технологии, а во-вторых, опираясь на кросс-инновационные модели технологического сотрудничества, многократно увеличить качество и количества выпускаемой продукции, а также повысить ее рыночную стоимость и узнаваемость, за счет активного внедрения интеллектуальных моделей товаров креативной индустрии. Основной принцип формирования агломерации Монтебеллуна — это принцип кросс-инновационного взаимодействия межсекторных и межотраслевых производств с привлечением, на правах равноправного технологического партнера, организаций креативных индустрий. Суть кросс-инновационного сотрудничества на примере этого кластера заключается в следующем: основу кластера составляет межсекторное

взаимодействие дизайнерских компаний, относящихся к сфере креативной индустрии и фирм, занимающихся производством обуви.

Еще одним примером успешного кросс-инновационного сотрудничества можно считать голландский кластер цветочной индустрии. Он представляет собой сочетание кросс-индустриальных технологий и межрегиональных связей, которые максимально эффективно используются для выращивания продукции, которая в обычном, традиционном режиме ее производства в климатических и географических условиях Голландии была бы попросту невозможна. Успех этого кластера во многом определяется межрегиональной интеграцией производителей и крупными инвестициями в развитие инженерной и логистической инфраструктур, которые, особенно в части модели построения транспортных и логистических схем, являются продуктом деятельности креативных-инновационных предприятий. Однако роль креативных индустрий необычайно возросла, а модель кросс-инновационного сотрудничества стала особенно востребованной в цветочной индустрии Голландии, насчитывающей не одну сотню лет после того, как эта отрасль голландской экономики столкнулась с экологическими вызовами и ограничениями. Речь, в частности, шла о необходимости пересмотра традиционных технологий выращивания цветов, которые после изобретения органических удобрений активно использовали химические удобрения и пестициды. Цветочному рынку был нанесен серьезный удар из-за падения спроса на продукцию, который, в свою очередь, был вызван критикой голландских компаний, использующих экологически вредные средства при ее производстве. Необходимо было искать решение, и решение было найдено в рамках модели кросс-инновационного развития, основывающейся на межотраслевом, мультидисциплинарном и межсекторным технологическом взаимодействии. Результатом реализации этой модели в цветочном секторе экономики Голландии стало создание технологий выращивания цветов с минимальным использованием химических удобрений и прочих вредных экологических производств. Например, была разработана технология выращивания цветов в экологически безопасной минеральной вате и воде, что не только минимизировало потребность в химических удобрениях, но и существенно повысило качество выпускаемой продукции.

В результате начался бурный рост цветочной индустрии страны, который, помимо прочего, привел к тому, что Голландия стала одним из мировых лидеров логистических операций, поскольку скорость доставки и применяемые технологии цветочного бизнеса для сохранности конечного продукта при перевозках на большие расстояния, за счет инженерных и логистических решений, оказались востребованы и в других отраслях производственной и потребительской сфер. Особенно востребованными оказались адаптация, разнообразие транспортных средств и дизайн транспортировочной упаковки. Кроме этого, одним из факторов успеха голландского кросс-инновационного цветочного кластера можно считать успешное и активное использование цветочной промышленностью страны технологий других областей, к числу которых относятся энергии. Использование новых энергосберегающих технологий цветочным бизнесом страны привело к появлению революционного для этого бизнеса решения в части обустройства теплиц. Если традиционная

технология изготовления теплиц предполагала сохранность всего лишь 4% накопленной энергии в ее дальнейшем использовании, а остальные 96 составляли потери, то современные технологии позволяют накапливать эту ранее потерянную энергию в земле с целью ее дальнейшего использования для обогрева не только растений, но и находящихся поблизости домов. Одним из бурно развивающихся направлений рынка креативных и кросс-инновационных индустрий считается так называемая «экономика впечатлений». Авторами этого термина и направления являются Б. Джозеф Пайн II и Джеймс Гилмор. С их точки зрения, развитие постиндустриального информационного общества привело к формированию принципиального нового типа предложения, который разительно отличается от традиционных предложений товаров и услуг — речь идет о впечатлениях. Согласно их теории, «впечатления представляют собой уже существующий, но еще малоизученный вид экономического предложения. Отделение впечатлений от услуг в деятельности компании открывает перед ней невероятные возможности для экономического роста, как в свое время признание услуг отдельным предложением привело к появлению нового типа экономики на фоне приходящей в упадок промышленной базы» [14]. Другими словами, в условиях быстро меняющейся среды, реальности, в которой границы между собственно реальным виртуальным стираются, когда, если смотреть на ситуацию с философской точки зрения, человек остро начинает ощущать всю стремительную быстротечность жизни, а главной ценностью для него становится не конкретная материальная вещь, не услуга, которая облегчает ему жизнь или освобождает время, а впечатление. Впечатление — это переживаемый яркий опыт, ощущение наполненности момента жизни, который уникален и неповторим. Ценность этого момента (не самого по себе, как единицы времени, а опыта его проживания во всей яркости и полноте) становится главным товаром. «Впечатления — это четвертое экономическое предложение, которое так же разительно отличается от услуг, как услуги от товаров... Впечатления всегда были рядом, но потребители, предприниматели и экономисты относили их к сектору услуг наравне с химчистками, автомастерскими, телефонными станциями и оптовой торговлей. Но когда он покупает впечатление, он платит за незабываемые минуты своей жизни, т. е. за собственные чувства и ощущения» [14]. Экономика впечатлений — это сфера креативных технологий, и когда мы говорим о предложении впечатлений, то, прежде всего, речь идет о компьютерных технологиях, технологиях дополненной реальности, играх, видео хостингах и пр. Однако бурный рост этой отрасли экономики на фоне всеобщей глобализации и цифровизации привел к формированию большого количества кросс-инновационных кластеров в самых разных производственных отраслях, включая те, которые не имеют прямого отношения к компьютерным технологиям и интернету. Основой этого кросс-инновационного сотрудничества креативных и традиционных отраслей стала необходимость учитывать в качестве приоритета форму подачи своего продукта и создания специально организованной атмосферы совершения покупки. При этом ценность и потребительские свойства продукта сами по себе, в современных условиях, отодвигаются на второй план. Продукт сам по себе имеет вторичное значение, первичным становится то впечатление, которое продукт может создать. Это

происходит через обращение к эмоциям, чувствам покупателей, особенностям его менталитета, культурной среды, и речь идет не только о рекламе. Речь идет о создании принципиально нового канала коммуникации с продавцом (производителем), в котором ценность продукта определяется качеством канала его доставки конечному потребителю. Очевидно, что речь идет о тесном технологическом взаимодействии производителей традиционных отраслей с инновационными креативными индустриями, причем речь идет не только о веб-дизайнерах или компьютерных инженерах. Речь идёт о практической реализации того самого мультидисциплинарного подхода, который выступает методологической основой кросс-культурных инноваций. Это предполагает привлечение специалистов и знаний не только из областей экономики и маркетинга, но и из других сфер гуманитарного знания, включая технологические процессы, которые, казалось бы, совершенно с этим гуманитарным знанием не связаны.

Еще одно направление развития кросс-инновационных связей — биофармацевтика. В результате межотраслевого инновационного взаимодействие появляются новые отрасли и направления, которые содержат в себе значительный технологический и социальный потенциалы. Речь идет, например, о таких перспективных направлениях, как наномедицина, персонализированная медицина, фармако-информатика. В этой отрасли уже сформировано несколько мощных кросс-инновационных кластеров, таких, как, например, швейцарский фармацевтический кластер, который объединяет не только крупные мировые концерны вроде «Novartis», «Roche», «Syngenta», но и также небольшие предприятия.

Развитие кросс-инновационной индустрии на основе принципов межсекторного взаимодействия происходит и в других странах Европы. Прежде всего, в Германии — в этой стране уже создано более 370 кросс-инновационных кластеров, которые осуществляют свою деятельность, в первую очередь, на региональном (земельном) уровне. Одним из лидеров кросс-инновационного кластерного развития является Лейпцигский экономический регион, в котором бурное развитие переживают такие кластеры инновационной экономики, как логистика и сфера услуг; автомобилестроение и производство комплектующих; индустрия здравоохранения и биотехнологии; энергетика и экотехнологии; СМИ и креативные индустрии [15].

Таким образом, рассмотрена проблематика влияния творческих индустрий на экономику и общество. В частности, проиллюстрированы оценки вклада творческих индустрий в социально-экономическое развитие стран мира, полученные с помощью традиционного подхода (основанного на системе кодов ОКВЭД), а также ограничения этого подхода. Описаны ключевые признаки кросс-инноваций и их отличие от традиционного метода оценивания доли творческого сектора в экономике. Выявлены предпосылки для появления межотраслевых проектов, подразумевающих взаимодействие творческих индустрий с другими отраслями экономики. Для понимания методологических основ кросс-инновационных проектов также сформулирована авторская версия границ понятия и базовые характеристики таких проектов.

Список литературы

1. Солнцева О. Г. Влияние менталитета на адаптацию организационной культуры в условиях международной компании / О. Г. Солнцева // Вестник университета. – 2019. – № 1. – pp. 30–33.
2. АСИ. Атлас креативных индустрий Российской Федерации // Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». 2022. URL: https://asi.ru/library/main/192164/ (дата обращения: 11.01.2024).
3. Городские исследования: теория и практика: монография = Urban Research: Theory and Practice. Москва: «Проспект», 2020. 350 pp.
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Москва: Academia, 2004. 790 pp.
5. Kiriya I., Kompatsiaris P. The Industrialization of Creativity and Its Limits: Introducing Concepts, Theories, and Themes // In: The Industrialization of Creativity and Its Limits. Science, Technology and Innovation Studies. 2020. pp. 1–13.
6. Ernst&Young. Creating Growth: Measuring cultural and creative markets in the EU // EACA. 2018. URL: http://www.creatingeurope.eu/en/wp-content/uploads/2014/11/studyfull-en.pdf (дата обращения: 20.06.2021).
7. Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик // Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. Бюллетень о сфере образования. Выпуск № 13. 24 с. 2017. URL: https://ac.gov.ru/files/publication/a/14525.pdf (дата обращения: 20.01.2024).
8. IMPALA. Cultural and creative industries in the EU show way out of the economic crisis // Impalamusic.org. 2014. URL: https://www.impalamusic.org (дата обращения: 20.01.2024).
9. Cunningham S., From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy Implications, Media International Australia Incorporating Culture and Policy, Vol. 1, No. 102, 2002. pp. 54–65.
10. Проектный и процессный подходы к реализации программ развития региона / И. Н. Дышловой, Э. Э. Ибрагимов, Л. В. Семенова, О. Г. Солнцева // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т. 14, № 1. – pp. 55–67.
11. Киреева А. А., Турсынбаева Д. К., Формирование кластеров на базе моделей «кросс-связей» и «кросс-инноваций», Новая наука: стратегии и векторы развития, No. 3, 2016. pp. 173–175.
12. Tobias H. Cross-Industry Innovation Processes: Strategic Implications for Telecommunication Companies. Berlin: Springer Gabler, Wiesbaden, 2015. 190 pp.
13. Альжанова Ф. Г., Лашкарева О. В. Модель кросс-индустриальных инноваций в развитии кластеров: мировая практика // Вестник КарГУ. 2017.
14. Пайн II Б.Д., Гилмор Д.Х. Экономика впечатлений: Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. Москва: Вильямс, 2005. 304 pp.
15. Хестанов Р., Креативные индустрии – модели развития, Социологическое обозрение, Vol. 3, No. 17, 2018. pp. 173–196.

1.3. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в РФ[3]

Экономическая литература представляет малое предпринимательство как самостоятельный объект изучения. При этом на современном этапе развития отсутствует единая теория малого и среднего предпринимательства, что предполагает постоянное активное исследование различных сторон и характеристик данной области [10].

Предпринимательская деятельность – многовековой эволюционный процесс. В истории зарождения предпринимательства связывается с общественным разделением труда, появлением и развитием городов, что в последующем зародило торговлю и производство и отделило ремесло от сельского хозяйства. Иными словами, предпринимательство берет начало со становления рынка и развития товарно-денежных отношений [16].

Предпринимательская деятельность закреплялась в начальном развитии за определенными слоями населения и с этой стороны история предпринимательства рассматривается в плане развития его социальной базы и в ракурсе государственного управления предпринимательскими слоями через законодательное оформление их прав и обязанностей. Данные аспекты учитываются на всех исторических этапах развития предпринимательства, историческом этапе, что представлено на рисунке 1 [2].

Предпринимательство – вид человеческой деятельности, представляющий разнообразие действий и операций, основополагающей целью которых является извлечение прибыли (коммерческого дохода). Достижение такого коммерческого дохода возможно путем производства или иного промысла и затем предложения рынку товара, на который в обязательном порядке имеется спрос [6].

Рисунок 1 – Историческое развитие предпринимательства

[3] Авторы раздела: Бабина Е.Н., Бондаренко Г.В., Мухорьянова О.А., Шмыгалева П.В.

Исторически сформированные трактовки понятия «предпринимательство» представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сущность понятия «предпринимательство» и «предпринимательская деятельность»

Автор	Сущность понятия
1	2
К. Маркс	Предпринимательская деятельность – это механизм эксплуатации рабочего класса. Через собственный труд предприниматель может накапливать капитал и обеспечивать экономический рост.
Ж. Б. Сэй	Предпринимательство – синтез факторов производства (земли, капитала и труда).
И. Г. фон Тюнен	Предпринимательская функция несет в себе риск, прибыль – плата за управление и страховой взнос.
Й. Шумпетер	Впервые связал предпринимательство с новшеством и разработкой новых технологий. Предприниматель – это хоз. субъекты с функцией осуществления новых уникальных комбинаций как активного элемента. Предпринимателю необходим особый взгляд на вещи, способность идти вперед и в одиночку, умение воздействовать на общество. Предпринимательская прибыль здесь – результат реализации новых комбинаций.
К. Ю. Багратуни, М. В. Данилина	Малое предпринимательство – малый бизнес. Движущая сила малого бизнеса – предприниматель, который объединяет функции собственника и управленца. Авторы указывают на необходимость грамотного соединения следующих элементов: факторы производства, инициатива, инновации, риск, ответственность, и как итог – предпринимательский доход.
Закон РФ «О предприятиях и предпринимательской деятельности» (1990)	Предпринимательство является предпринимательской деятельностью, инициативной самостоятельной деятельностью граждан и их объединенных групп с целью получить прибыль.
Гражданский кодекс РФ (1990)	Предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность, которая осуществляется на свой риск и направлена на постоянное извлечение прибыли от продаж товаров, работ, пользования имуществом и др. непротиворечащее установленным закону.

Исходя из представленных понятий, выделим основные характерные признаки предпринимательства:

− самостоятельная деятельность, которая предполагает свободы от поддержки и помощи;

− инициативная деятельность, содержащая творческий характер, а также активную и находчивую составляющую;

− деятельность с рисковым характером, предполагающая ответственность предпринимателя;

− деятельность с коммерческим характером, с целью систематически получать прибыль;

− деятельность граждан и их объединений, не противоречащая политико-

правовому режиму [4].

Предпринимательство как часть развитой рыночной экономики и в лице интегрированной совокупности предпринимательских организаций, индивидуальных предпринимателей и др. выполняет функции, наглядно представленные на рисунке 2. Помимо представленных функций, ряд ученых выделяют политическую функцию, которая, как правило, свойственна ассоциациям и союзам предпринимателей [6].

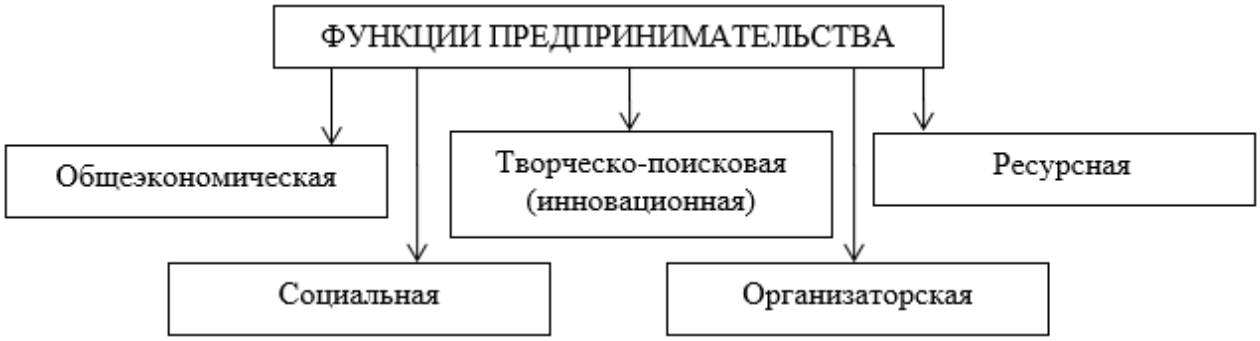

Рисунок 2 – Основные функции предпринимательства

Малому и среднему предпринимательству свойственны определенные преимущества в отношении крупного бизнеса:

– гибкость. Мобильность малых предприятий позволяет быстро реагировать на любые изменения рынка. Малому бизнесу свойственна быстрая адаптация и перестройка;

– экономичность. Для малого бизнеса характерна высокая оборачиваемость средств; более низкая средняя заработная плата, что определяет меньшие затраты на организацию дела;

– узкая специализация, способствующая наибольшему удовлетворению спроса потребителей. Малое и среднее предпринимательство имеет детализированное знание о конъюнктуре рынка и способно к максимально индивидуальному подходу к клиенту;

– развитие региональных и муниципальных рынков. МСП развивает локальный рынок и формирует местную инфраструктуру, тем самым снижая расходы на транспорт и межрегиональные перевозки, и как итог рост доли валового продукта в регионе.

Безусловно, капитал МСП в разы меньше относительного крупного бизнеса и несет некие ограничения в производстве и привлечении дополнительных ресурсов (научно-технические, финансовые, трудовые и т.д.). Однако такие ограничения создают рамки производства и количества работников, отсюда простота и эффективность управления. МСП также препятствуют развитию монополизма и способствуют процветанию конкуренции и внедрению инновационных решен й и достижений науки.

Преимущества малого и среднего бизнеса и его функции дают основания

определить управление и развитие МСП одним из приоритетных направлений в деятельности органов государственного управления. Успешное осуществление предпринимательской деятельности опирается на принципы, представленные на рисунке 3 [5].

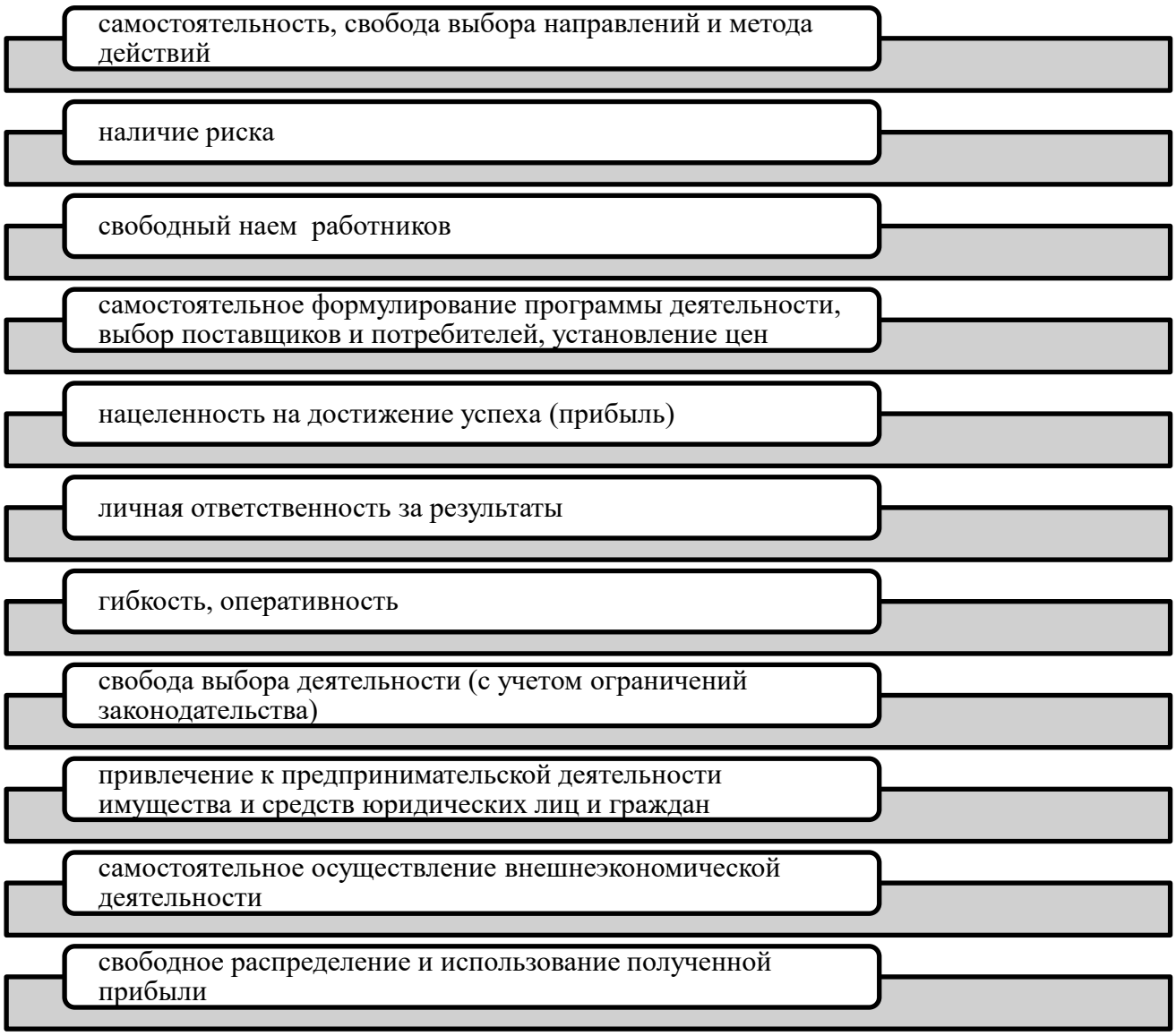

Рисунок 3 – Принципы предпринимательской деятельности

Малое и среднее предпринимательство является основополагающим звеном и фундаментом экономической системы развитых стран, что предполагает обязательный мониторинг определения его актуального состояния [13].

Субъектами малого и среднего предпринимательства в России являются потребительские кооперативы, коммерческие организации и физические лица, фермерские хозяйства, которые внесены в единый государственный реестр юридических лиц в соответствии с законодательными основами и условиями.

Критерии определения предприятий как малых и средних в России представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Критерии отнесения предприятия к малому бизнесу в России

Страны	Тип предприятия	Показатель			
		Численность работающих	Выручка, млн. руб.	Минимальный объем уплаченных налогов субъектом МСП, за исключением страховых взносов во внебюджетные фонды, тыс. руб.	Экономическая самостоятельность предприятия
РФ	Микро	До 15	До 120	От 30	Доля участия государственных субъектов в уставном капитале не должна превышать 25%
	Малые	До 100	До 800	От 7206	
	Средние	От 101-250	До 2000	От 48006	

Таким образом, сфера малого и среднего предпринимательства имеет широкую теоретическую разработку, что, безусловно, связано с актуальностью темы. МСП выступает в качестве фундамента, основополагающего звена экономической системы, является видом человеческой деятельности и многообразием действий, которые направлены на достижение основополагающей цели – извлечение прибыли (коммерческий доход).

Малое и среднее предпринимательство регулируется целым рядом федеральных законов и подкреплена иными нормативно-правовыми актами и документами, охватывающими все возникающие правоотношения в сфере бизнеса между субъектами (бизнес, государственная власть и местное самоуправление, физические лица).

Основу нормативно-правовых актов в области малого и среднего бизнеса определяет Конституция РФ [1], устанавливающая общие принципы предпринимательской деятельности в государстве. Статья 14 Конституции определяет, что заниматься предпринимательской деятельностью вправе каждый, если сфера экономической деятельности не противоречит закону. Статья 35 закрепляет охрану частной собственности и ее неприкосновенность.

На рисунке 4 представлена общая схема правового обеспечения деятельности малого и среднего предпринимательства.

Гражданский кодекс РФ является следующим звеном нормативно-правового обеспечения сферы малого и среднего бизнеса по юридической силе. В нем регламентированы основные институты малого и среднего предпринимательства: правовой статус юридического лица, право собственности, порядок и условия заключения, расторжения договоров, гражданско-правовая ответственность [2].

Статья 2 Гражданского кодекса трактует понятие предпринимательской деятельности. В определении отмечены условия определения деятельности лица в качестве предпринимательской:

– самостоятельность лица, выступление от своего имени;

– предпринимательский риск (риск убытков и ответственность перед контрагентом при невыполнении установленных обязательств);

– систематичность в осуществлении деятельности для получения коммерческого дохода (не разовость);

– основная цель – прибыль.

– предпринимательская деятельность государственно зарегистрирована как юридическое лицо и наделяется соответствующими обязанностями и ответственностью.

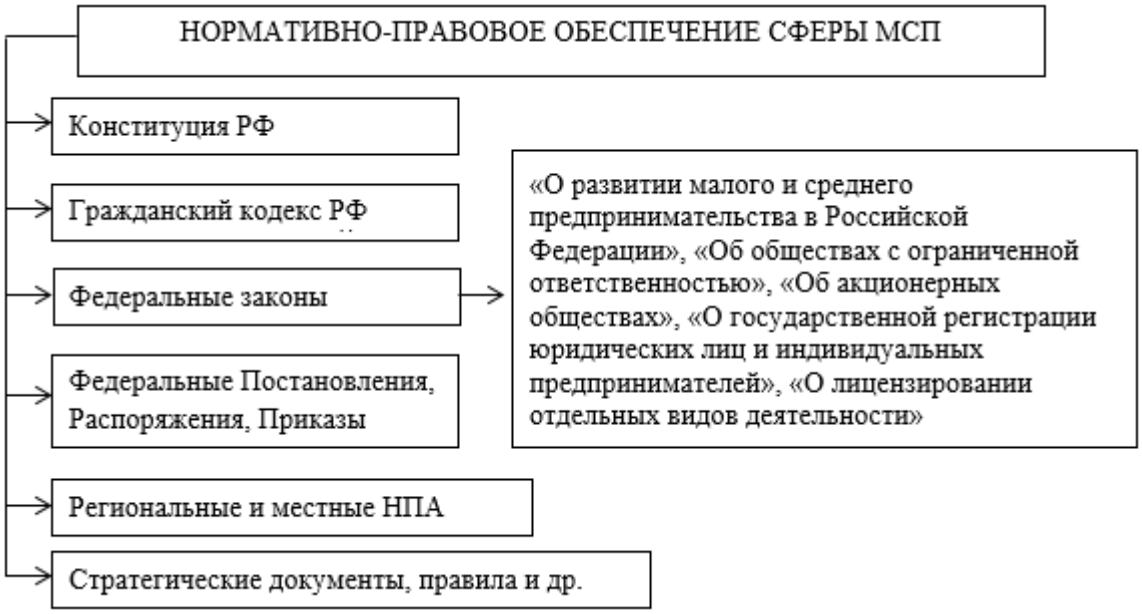

Рисунок 4 – Нормативно-правовое обеспечение сферы малого и среднего предпринимательства

Помимо этого, принят целый ряд значимых и конкретизирующих федеральных законов. Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» является специальным законом, который регулирует правоотношения в сфере МСП. В нем определены понятия субъекта МСП, инфраструктуры поддержки, а именно условия, виды и формы [9].

Субъект малого предпринимательства является таковым в соответствии с двумя критериями: «средняя численность работников» и «выручка от реализации». Для определения организации малым обязательно должны быть учтены оба критерии в совокупности и одновременно. Категория субъекта предпринимательства, если один или оба показателя в течении трех последующих лет будут превышать нормативное значение [9].

В средней численности работников за календарный год учитываются все работники, в частности, работающие по гражданско-правовым договорам ил по совместительству, учитывая реально отработанное время, работники представительств и филиалов.

Для исчисления выручки от реализации товаров (работ или услуг) за календарный год используется порядок, установленный российским законодательством о налогах и сборах. Реестр субъектов МСП ведет

Федеральная налоговая служба. Реестр формируется ежегодно к десятому августа по состоянию на первое июля. Целью создания такого реестра является наличие автоматизированной базы о субъектах МСП. Помимо этого, те организации, которые входят в реестр имеют возможность и право пользоваться федеральной и региональной поддержкой.

Объект управления в сфере МСП – субъекты малого и среднего предпринимательства. Опираясь на Стратегию социально-экономического развития РФ и Стратегию развития малого и среднего предпринимательства, малый бизнес является инструментом создания конкуренции, гибкости и адаптации экономики и обеспечивает инновационное развитие, повышает уровень занятости и социального достатка.

Субъекты управления в сфере МСП – органы государственной власти. Если мы рассматриваем уровень региона, соответственно органы исполнительной власти, (местного самоуправления), государственные учреждения и институты поддержки. Управление осуществляется через многообразие инструментов и методов.

На федеральном уровне управление сводится к процессам законодательного регулирования деятельности малых предприятий и к определению стратегических направлений их развития. Предпринимательство предполагает широкое многообразие видов деятельности, поэтому развитием сферы МСП занимаются многие учреждения, к примеру, Министерство экономического развития, Министерство промышленности и торговли, Министерство сельского хозяйства и др. Однако основное руководство осуществляется одним профильным министерством – Минэкономразвития РФ.

Важным моментом в деятельности федеральных учреждений является контроль деятельности региональных органов власти и управления. Необходимо отметить, что в сложившихся условиях взаимодействия наиболее конкретные управленческие решения по определению основных направлений развития малого бизнеса принимаются на уровне субъектов РФ. На рисунке 5 представлены 3 классических вида взаимодействия власти и бизнеса, что основано на исследованиях Т. Фрай и А. Шлейфер.

Сравнивая основные модели взаимодействия малого предпринимательства и органов государственной власти и управления, можно выделить два подхода:

– системный бизнес, поскольку деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства неразрывно связано с дополнительным взаимодействием с властью, что обеспечивает бизнесу преимущества в конкуренции и возможность влиять на развитие социально-экономического развития системы территории;

– свободный бизнес, где субъекты малого и среднего предпринимательства минимально связаны с властью, и это определяется только нормами и правилами ведения бизнеса.

В настоящее время государство выполняет следующие функции в сфере предпринимательства:

– формирует субъекты современного предпринимательства;

– создает режим благоприятный для раскрытия и использования потенциала предпринимателей;

– формирует конкурентную среду
– создает условия для устойчивого развития и при этом стабильного предложения товаров и услуг.
– стимулирует и формирует спрос;
– формирует организационную и рыночную инфраструктуру предпринимательства;
– социально ориентирует процесс развития предпринимательства.

Рисунок 5 – Три классических вида взаимодействия власти с бизнесом

Таким образом, нормативно-правовое обеспечение сферы предпринимательства находится на стадии стремительного развития, совершенствуясь в соответствии с современными требованиями и запросами. Организационная составляющая государственного регулирования при этом четко сконструирована и направлена на гармоничное взаимодействие власти и бизнеса. Стоит еще более узко рассмотреть сферу бизнеса и уточнить нюансы в определенных областях и отраслях предпринимательства, а также большее внимание уделить мнению бизнес-сообществ.

Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства проявляется в участии государства по определенным базовым моделям. Степень воздействия государства в экономике, как правило, определяется понятиями «государственное регулирование», «государственная поддержка предпринимательства» и др.

Предпринимательство дает основу развития производства и выступает в качестве источника доходов общества, государство при этом устанавливает направления развития в экономической, политической, культурной и социальной сфер в широком плане и устанавливает правила ведения хозяйственной деятельности. Государство обеспечивает функционирование предпринимательской деятельности через нормативно-правовое обеспечение,

организационные и институциональные аспекты. Политика государства развивает предпринимательство в рамках установленной структуры национальной экономики.

Зачастую, рассматривая проблемы в сфере предпринимательства, используется понятие «государственная поддержка малого и среднего предпринимательства». Если рассматривать понятие в узком смысле, то трактуется это как помощь малым предприятиям. Широкий смысл трактовки отождествляется с государственным регулированием, а именно это создание социально-экономических и правовых условий для успешного функционирования малого и среднего бизнеса.

Цели развития МСП формулируются в стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации до 2030 года. Стратегия координирует действия органов власти всех участников предпринимательской инфраструктуры и предпринимательского сообщества и имеет цель обеспечить соответствие принимаемых мер ожиданиям и желаниям бизнеса и общества, а также создание необходимых благоприятных условия для развития и реализации предпринимательского потенциала населения.

Государственная поддержка предполагает следующие методы и формы.

К прямым методам относятся субсидии, дотации, компенсации, выплаты из фондов поддержки предпринимательства, лицензирование, сертификация, квоты, пошлины, финансирование целевых программ и др.

К косвенным механизмам поддержки относят либерализацию налогового и финансового законодательства, обеспечение государственными заказами.

Экономическая ситуация в стране и избранная стратегия в сфере МСП определяет соотношение прямых и косвенных методов регулирования.

Методы государственного регулирования предпринимательства по способам воздействия представлены на рисунке 6 [11].

Экономические методы включают денежную, инвестиционную, внешнеэкономическую политику и прямые методы экономического воздействия.

Рисунок 6 – Методы государственного регулирования предпринимательства по способам воздействия

Методы, относящиеся к административно-политическим, формируют правила деятельности малых и средних предприятий и организаций, воплощаемые в нормативно-правовой базе и регулирующие взаимодействия

власти и бизнеса.

Методы налоговой и финансовой политики регулируют вопросы собственности, а через институциональные методы создают и развивают инфраструктуру (учреждения, организации для обеспечения деятельности малого и среднего предпринимательства. Сюда относят фонды, центры, бизнес-инкубаторы и др.

Сферы поддержки и развития малого и среднего предпринимательства представлены на рисунке 7 [11].

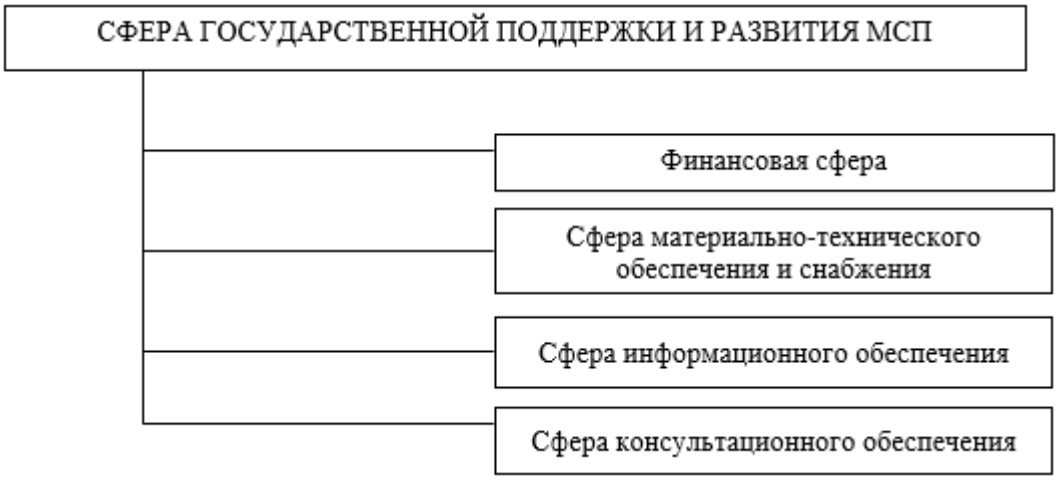

Рисунок 7 – Сферы поддержки и развития малого предпринимательства

Финансовая сфера содержит прямое финансирование, кредитование, венчурные фонды, государственные гарантии, фискальные инструменты (в том числе льготное налогообложение), льготный доступ к системе государственных закупок.

Сфера материально-технического обеспечения содержит льготный доступ доступа к средствам производства (в том числе здания и сооружения, производственное и экспериментальное оборудование), транспорт, вспомогательная техника и т.д., создание технопарков и бизнес-инкубаторов.

База данных или льготный доступ к библиотекам, доступные информационные сети, содержатся в сфере информационного обеспечения.

Бесплатный или льготный доступ к услугам специалистов по налогообложению, планированию, рыночному позиционированию и др. включает сфера консультационного обеспечения.

Современность предполагает использование различных форм и видов государственного регулирования малого и среднего предпринимательства. Классифицируются формы и виды в зависимости от функционального назначения, что отражено в таблице 3.

Стоит отметить, степень важности использования возможностей сектора малого наукоемкого предпринимательства, с целью развить продуктовые линейки, создать новые и обновить существующие производства, базируясь на инновационных технологиях. Это призвано обеспечить повышение уровня технологической готовности субъектов, облегчению процесса деятельности субъектов МСП и повышению эффективности результатов.

Таблица 3 – Классификация форм и видов государственного регулирования малого и среднего предпринимательства

Виды регулирования	Формы регулирования	
	Прямые	Косвенные
Организационно-инфраструктурное	Реестр МСП, упрощенность порядка регистрации, минимальная плата за лицензирование деятельности и сертификацию продукции, упорядоченная система контроля, проверка малых предприятий, защита прав предпринимателей, социальная безопасность	Связи между крупными и малыми фирмами на основе франчайзинга, субподряда и лизинга(гос. заказ для крупных фирм с привлечением малых), информационно-маркетинговое обеспечение (центры по изучению рынков, организация ярмарок, выставок-продаж), консалтинг (налоговый, юридический, экономический и др.) аудит, кадровая политика (обучение и переподготовка), пропаганда (положительный образ предпринимателя через СМИ и т.д.); связь и работа с зарубежными донорскими структурами (МОТ, ЕБРР и др.)
Имущественное	Льготные условия по аренде помещений и оборудования гос. собственности, государственные лизинговые компании, научно-техническая поддержка	Льготы лизинговым компаниям, которые работают с малыми предприятиями, гарантии по кредитам за счет гос. имущества
Финансово-кредитное	Государственные гарантии под кредиты коммерческих банков	Льготное кредитование; субсидирование процентной ставки
Налогово-управленческое	Упрощенный порядок предоставления фин. отчетности и ведения бух. учета, ускоренная амортизация, льготные режимы налогообложения, льготное кредитование эффективных инвест проектов, которые связаны с гос-ми (региональными, местными) интересами, гос. заказы др.	Стимулирование банков и страховых компаний к кредитованию субъектов МСП; дополнительные субвенции, дотации и регионам, и МО как поощрение за высокий уровень развития МСП

Таким образом, государственная поддержка малого и среднего бизнеса имеет широкий спектр подходов, форм и методов и всячески устремлена на развитие и помощь малому и среднему предпринимательству.

Список литературы

1. Антонова, М. П. Развитие малого и среднего предпринимательства в России в контексте реализации национального проекта / М.П. Антонова, В.А. Баринова, В.В. Громов, С.П. Земцов, и др. – М.: Издательский дом. Дело. РАНХиГС, 2020. – 88 с.

2. Багиев, Г.Л. Малое предпринимательство. Организация, развитие и управление малым предприятием / Г.Л. Багиева, В.Ю. Бурова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. – 582 с.

3. Гулин, К. А. Малое предпринимательство в экономике территорий / К.А. Гулин, Е.А. Мазилов, А.Е. Кремин и др. – Вологда : ФГБУН ВолНЦ РАН, 2017. – 128 с.

4. Демичев, А. А. Предпринимательское право / А.А. Демичев, М.В. Карпычев, А.И. Леонов и др. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 478 с.

5. Загородний, Е. В. Региональные аспекты развития малого и среднего предпринимательства в России // «Вектор экономики», 2021. – №2. – 12 с.

6. Кузьмина, Е. Е. Предпринимательская деятельность / Е. Е. Кузьмина. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 455 с.

7. Левшукова, О. А. Основные направления государственной поддержки малого и среднего бизнеса в РФ на 2022 год // Вестник академии знаний, 2022. – № 50 (3). – С. 197-203

8. Никитина, Н. Ю. Предпринимательство / Н. Ю. Никитина, С. М. Корунов, А. А. др. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. – 256 с.

9. Пашин, Д. М. Основы предпринимательства / Д.М. Пашин, С.Н. Котенкова, А.Н. Мустафин, А.В. Рамазанов. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2019. – 152 с.

10. Скорых, Н. Н., Буров М. К. Государственная поддержка в решении проблем развития малого бизнеса в России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 9 (сентябрь). – С. 286–292

11. Торосян, Е. К. Основы предпринимательской деятельности. / Е.К. Торосян. – СПб: Университет ИТМО, 2016. – 130 с.

12. Шпека, С.В., Глеба О.В. Проблемные аспекты государственной поддержки малого и среднего предпринимательства // Современные социально-экономические процессы, 2017. – 26 с.

1.4. Влияние автоматизации и технологий на рынок труда и формирование трудового потенциала[4]

Современные технологии и автоматизация процессов уже оказывают влияние на многие отрасли и рабочие места. Компьютеризация может привести к автоматизации рутинных и монотонных задач, повышая эффективность и точность. Однако она также может привести к сокращению штата, особенно в тех отраслях, где задачи могут быть автоматизированы [3, с. 80].

В то же время компьютеризация создает новые возможности и требует новых навыков. Достижения в области информационных технологий и цифровизации открывают новые рабочие места в сфере разработки программного обеспечения, анализа данных, интернет-маркетинга и других смежных областях [20, с. 2].

Автоматизация не улучшит бизнес-процессы, если компании не применяют технологии стратегически и не потратят столько же времени на людей, оставшихся сзади [22, с. 255].

Текущее состояние рынка труда во многом определяется существующими в отрасли проблемами. Например, автоматизация и роботизация существенно меняют рынок труда, но скорость изменения используемых технологий не снижается, а конкуренция становится все более интенсивной [12, с. 9].

Растущий дисбаланс рынка труда под влиянием пандемии и конкуренция со стороны новых технологий, используемых в производственных процессах (роботизация и автоматизация), делают вопрос выбора стратегии развития человеческих ресурсов на этом активно меняющемся рынке важным для любого субъекта рынка [12, с. 21].

Возвращаясь к еще одному важному фактору – влиянию цифровизации экономики на рынок труда – крупные российские компании, заявившие о цифровой трансформации своего бизнеса, как правило, пока не реализуют комплексную программу цифровизации. Однако это уже произошло. Была «кусочная автоматизация», теперь – «кусочная цифровизация» [12, с. 21].

Цифровая трансформация – масштабное явление, включающее в себя все компоненты ERP-системы компании, отдельные CRM- и PPM-решения, технологические инструменты, аналитические приложения, омниканальность, робототехнику, системы документооборота и другие подсистемы. Это стратегия, которая объединяет все элементы системы, включая людей, инструменты, решения и подсистемы [11, с. 28].

Многие компании используют технологию RPA для роботизации бизнес-процессов и внедрения чат-ботов. Для автоматизации административных бизнес-

[4] Авторы раздела: Шаповалова А.В., Чирков М.А., Чистяков М.С.

процессов внедряются SRM, VRM и другие классы систем. Уже около 50 % предприятий используют их в режиме промышленной эксплуатации [12, с. 21].

Автоматизация меняет то, как работают компании и как люди работают в широком диапазоне бизнес-процессов (рис. 1). Иногда темпы внедрения для многих компаний были удручающе медленными. Последствия вспышки коронавируса могут изменить это. По мере того, как компании теряют критически важный персонал и становится очевидной хрупкость ручных бизнес-процессов, многим компаниям не останется ничего другого, кроме как обратиться к автоматизации, чтобы поддерживать бизнес в рабочем состоянии.

Bain ожидает, что к концу 2020-х гг. автоматизация бизнес-процессов может ликвидировать от 20 % до 25 % текущих рабочих мест, что больше всего ударит по работникам с низкой квалификацией и принесет пользу высококвалифицированным рабочим и владельцам капитала. В секторе услуг США, например, автоматизация могла бы распространяться среди компаний в 2-3 раза быстрее, чем при предыдущих преобразованиях в сельском хозяйстве, производстве и строительстве.

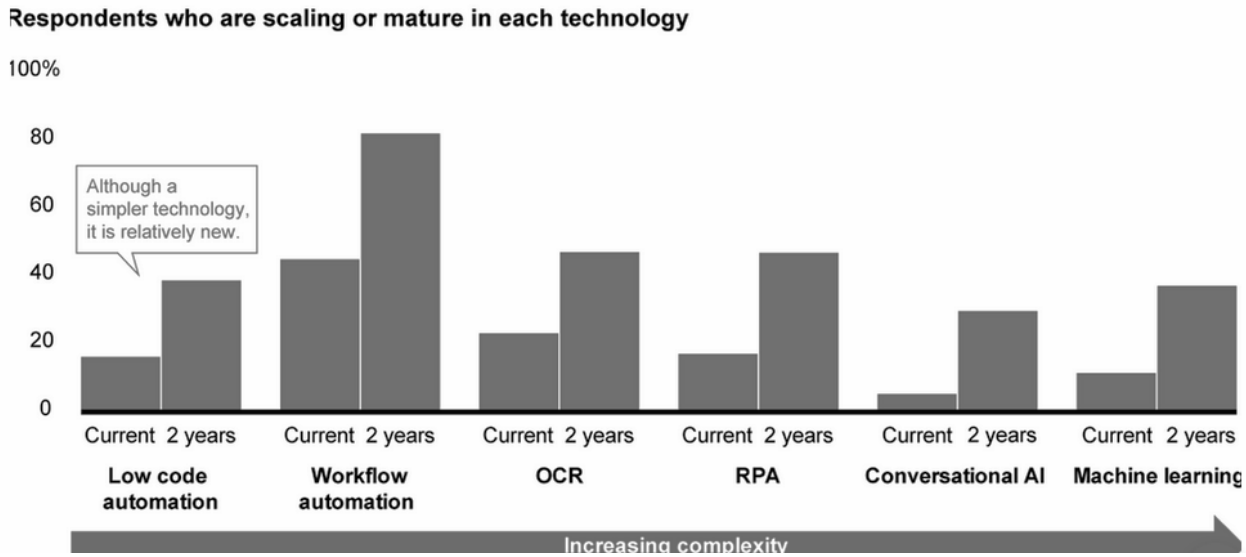

Рис. 1. Компании, ожидающие значительного роста передовой автоматизации в ближайшие два года [22, с. 257]

Компании, которым не хватает амбициозной и строгой программы автоматизации, рискуют отстать в своих отраслях. В течение следующих 2-х лет, согласно опросу Bain & Company с участием почти 800 руководителей по всему миру, доля компаний, расширяющих технологии автоматизации (от автоматизации с низкоуровневым кодом, OCR (оптическое распознавание символов), RPA (роботизированная автоматизация процессов) до речевого ИИ (искусственный интеллект)) – как минимум удвоится, в зависимости от конкретной технологии (рис. 2).

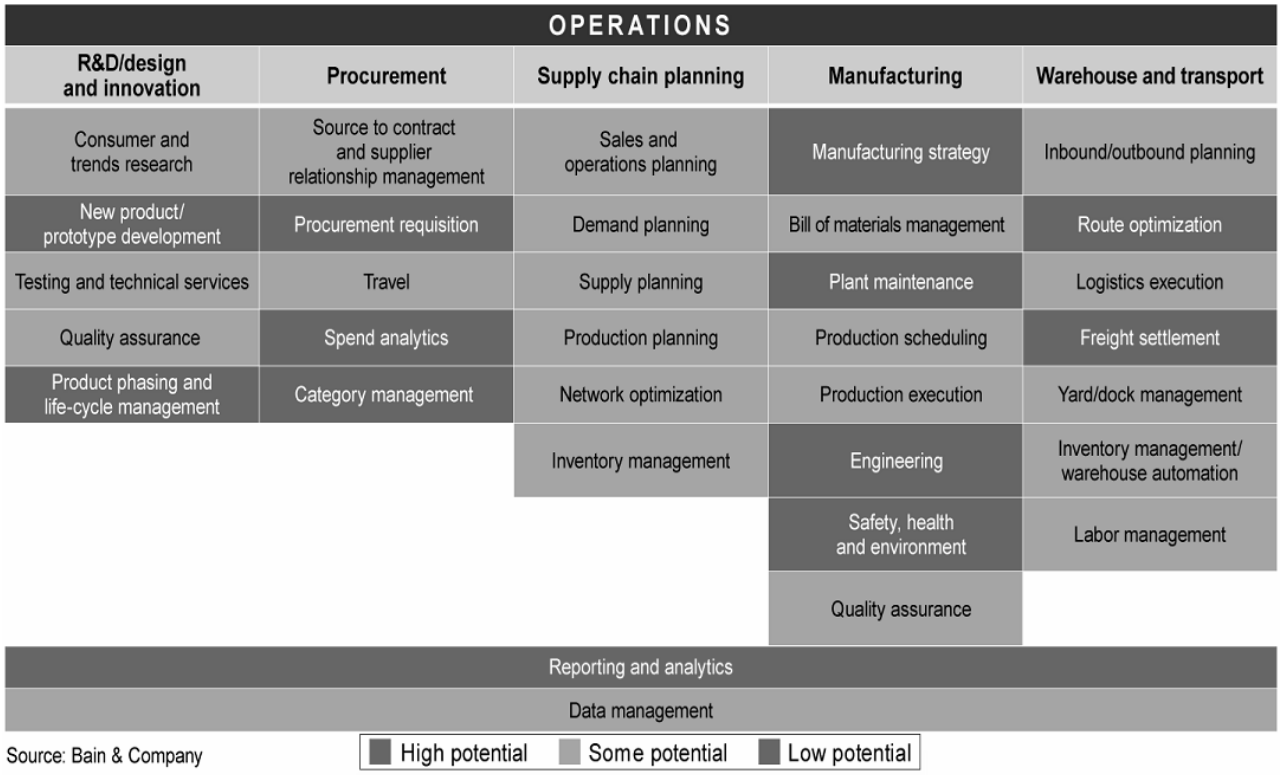

Рис. 2. Компании, которым не хватает амбициозной и строгой программы автоматизации, рискуют отстать в своих отраслях [22, с. 258]

Но путь к осознанию преимуществ автоматизации был тернистым, и этот путь оказался более сложным, чем ожидали многие руководители. Почти половина (44 %) респондентов заявили, что их проекты автоматизации не принесли ожидаемой экономии (рис. 3).

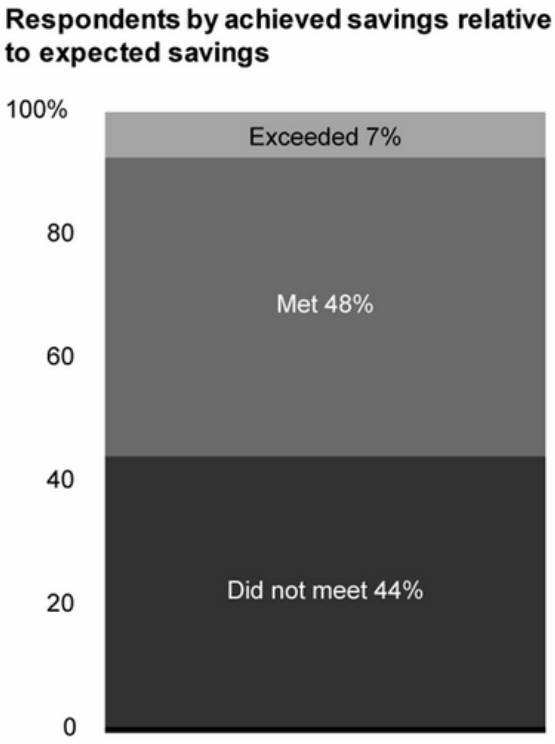

Рис. 3. Проекты автоматизации [22, с. 258]

Чем объясняется сложность успешного внедрения автоматизации? Являются ли выгоды завышенными, или ожидания или скорость реализации нереалистичными? Сопротивляются ли сотрудники из страха за свою работу?

Чтобы избавиться от первого возражения, преимущества очевидны, причем экономия рабочего времени возглавляет список, либо освобождая сотрудников для выполнения более ценной работы, либо окупается в виде экономии затрат, либо и то, и другое.

Например, финансовая группа Microsoft объединила и упростила разрозненные отчеты, инструменты и контент в автоматизированный персонализированный портал на основе ролей [7, с. 70]. Группа также использует ботов в финансовых операциях, кредитах и сборах, управленческой отчетности и налогообложении. В результате Microsoft finance сократила на 20 % время, затрачиваемое на сбор и проверку данных, что экономит более 150 000 часов работы каждый квартал. Кроме того, чат-боты снижают затраты на поддержку на 30 %.

В более широком смысле респонденты опроса сообщают об экономии затрат в среднем примерно на 20 % за последние два года по всем процессам в области финансов, управления персоналом, цепочки поставок и закупок, а также предоставления услуг и операций (рис. 4) Несмотря на большие обещания, данные в маркетинге программного обеспечения для автоматизации, большинство организаций сдерживают свои ожидания. Почти 80 % респондентов ожидают, что экономия на автоматизации составит менее 30 %, а более 20 % – менее 10 % [9, с. 88].

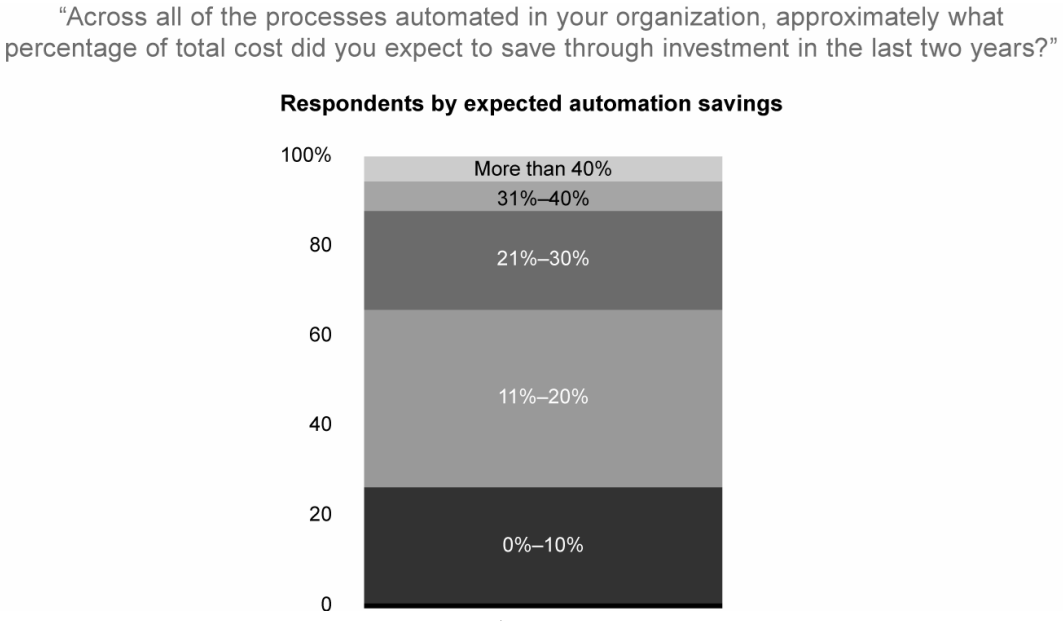

Рис. 4. Компании сообщающие о экономии [22, с. 259]

Средняя окупаемость экономии затрат на рабочую силу занимает от 13 до 18 месяцев, хотя она может быть быстрее при развертывании зрелых технологий, таких как автоматизация рабочих процессов и RPA, или на ранних стадиях внедрения (рис. 5). Руководители ожидают, что экономия времени от автоматизации в среднем удвоится в течение следующих двух лет, поскольку современные технологии становятся зрелыми и расширяются более продвинутые формы автоматизации.

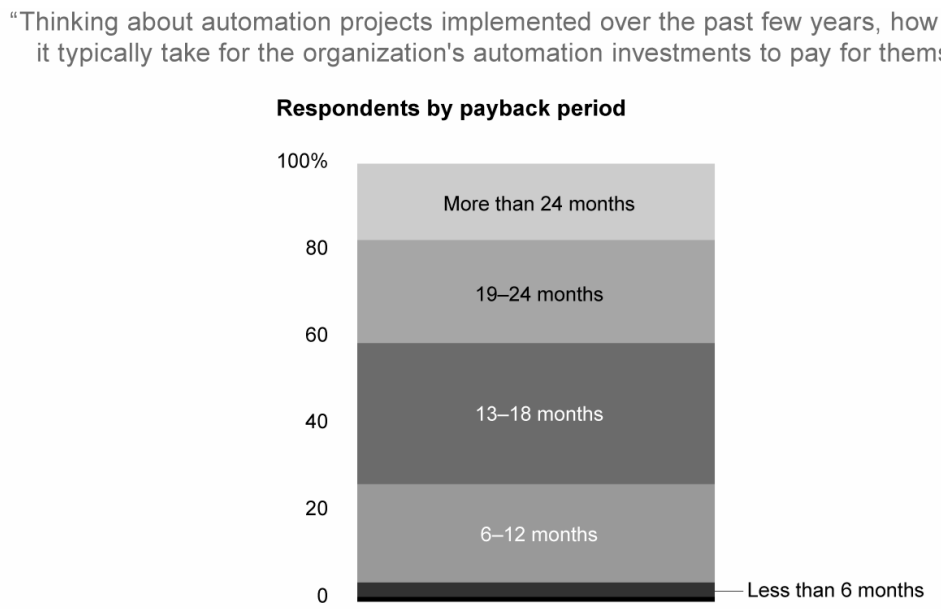

Рис. 5. Средний срок окупаемости автоматизации [22, с. 260]

Наиболее плодородная территория состоит из большого объема процессов, основанных на правилах, таких как извлечение данных из Интернета, копирование и вставка данных из одной системы в другую, тяжелые манипуляции с данными или открытие электронных писем и вложений-характеристик, например, предоставления обновлений статуса клиентам или обработки кредита (рис. 6).

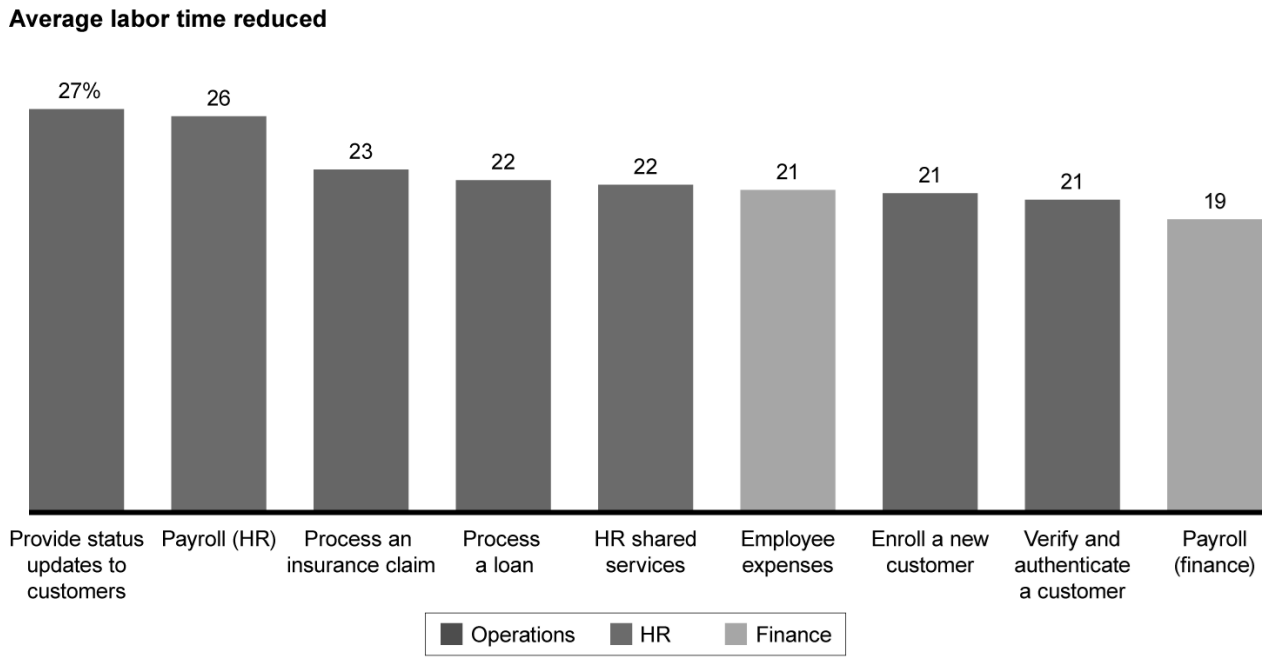

Рис. 6 Автоматизация сократила большую часть рабочего времени в процессах с высокой степенью процедурности и основанных на правилах [22, с. 260]

Экономия времени – только начало. Что касается доходов, то автоматизация может предотвратить утечку доходов или быстрее принести доход в дверь.

Телекоммуникационные операторы, например, имеют много бизнес-клиентов, каждый из которых имеет сотни или тысячи маршрутизаторов по всему своему местоположению. Поскольку маршрутизаторы ломаются или заменяются новыми моделями, или клиенты начинают или прекращают обслуживание, отслеживание активов оказалось трудным, и использование активов не всегда приводит к выставлению счетов. Одна из крупнейших телекоммуникационных компаний Азиатско-Тихоокеанского региона решила эту проблему, создав сценарии для идентификации продуктов всех своих клиентов, используя аналитику для выявления пробелов и развертывания автоматизации для согласования и восстановления просочившихся доходов. Автоматизация также занималась обновлением и выставлением счетов за будущие активы [4, с. 99]. Таким образом, перевозчик смог принести миллионы долларов ранее потерянного дохода.

Компании реализовали и другие преимущества, в частности, улучшили качество процесса, точность, сократили время цикла и улучшили соответствие требованиям (рис. 7). Все это обеспечивает лучший опыт для клиентов.

В качестве основных преимуществ автоматизации руководители называют гибкость персонала, прямую экономию затрат и ускорение процессов

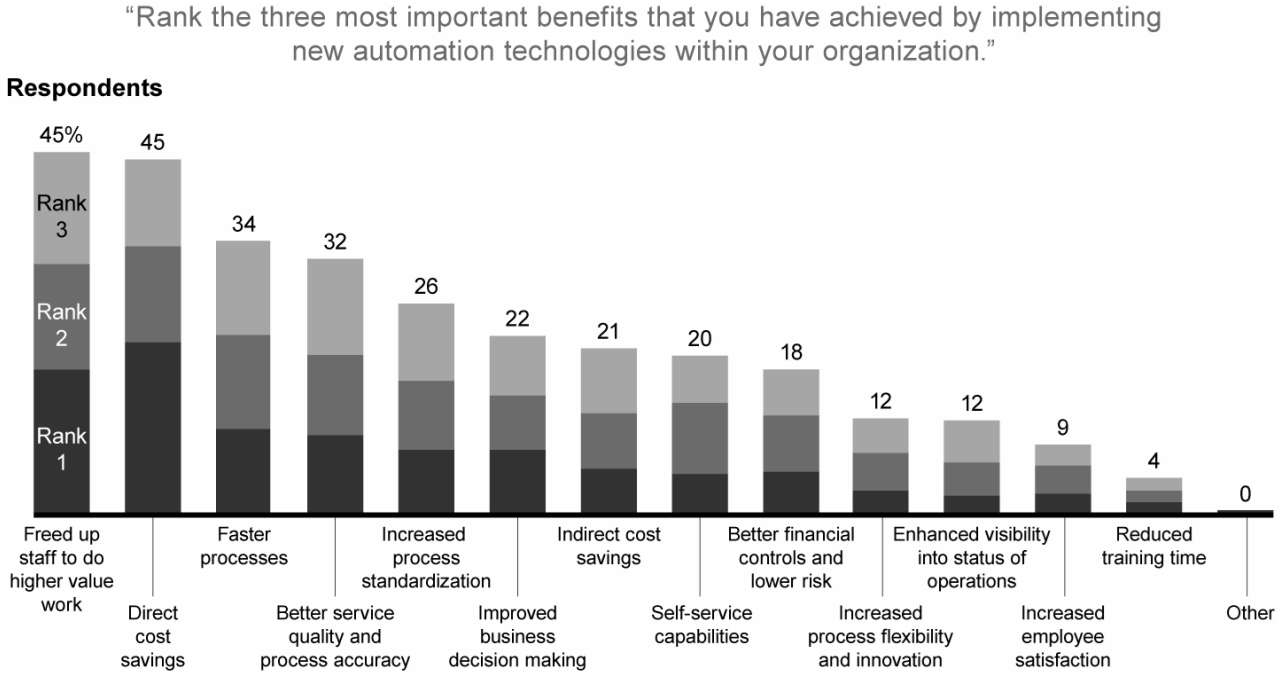

Рис. 7. Результаты опроса о преимуществе автоматизации [22, с. 261]

В нефтегазовой отрасли компаниям долгое время приходилось полагаться на ручную проверку трубопроводов на коррозию и утечки. Теперь компании могут отправлять фотографии трубопровода в механизм искусственного интеллекта, сравнивать их с существующей базой данных и предупреждать нужных сотрудников о возможных проблемах [16, с. 8]. Это увеличило время безотказной работы трубопровода, сократило количество ручных проверок, повысило безопасность и помогло трубопроводным бригадам определить приоритетность ремонта наиболее важных видов повреждений.

Тем не менее, значительные барьеры на пути реализации ценности от автоматизации сохраняются – и все основные барьеры связаны с исполнением:

конкурирующие бизнес-приоритеты, отсутствие необходимого финансирования и отсутствие навыков или централизованной координации (рис. 8). Устранение этих барьеров исполнения требует ясной самооценки организации. Анализ ответов на опросы в сочетании с опытом работы с компаниями по стратегическому применению автоматизации подсказывает три ключевых принципа, которые нужно иметь в виду для преодоления этих барьеров исполнения.

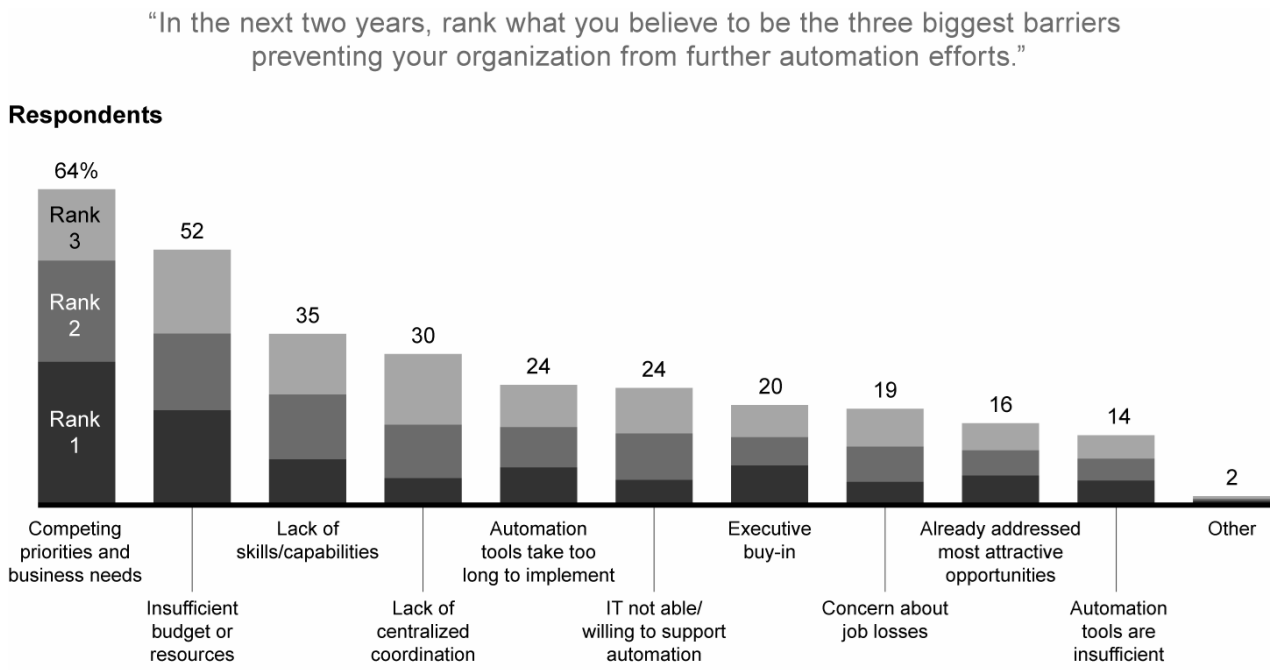

Рис. 8. Результаты опроса о барьерах на пути автоматизации [22, с. 262]

Во-первых, наземная автоматизация в корпоративной стратегии и клиентском опыте, а не создание отдельного упражнения.

Слишком многие компании попадают в ловушку «снизу вверх». Они могли бы создать центр автоматизации передового опыта, назначив руководителя проекта среднего уровня из организации общих служб, чтобы возглавить его. Затем они подписывают лицензионные соглашения с поставщиками программного обеспечения для автоматизации, в то время как проектные команды разлетаются веером, чтобы найти варианты использования для развертывания лицензий. В случае RPA компании часто строят бизнес-кейсы по одному боту за раз. Неудивительно, что респонденты чаще всего ссылаются на конкурирующие бизнес-приоритеты в качестве барьера.

Хотя центр передового опыта может быть полезен для стандартизации подхода к оценке процессов и привлечения людей с нужными навыками, он не может руководить работой в одиночку. Автоматизация должна быть частью повестки дня высшего руководства, включая спонсорство со стороны C-suite наряду с амбициозными целями для измерения прогресса (рис. 9).

Автоматизация также должна способствовать более широкому перепроектированию клиентского опыта, при котором кросс-функциональная команда определяет желаемое будущее состояние опыта, работая в обратном направлении над тем, как достичь его путем изменений в людях, политиках, процессах и системах.

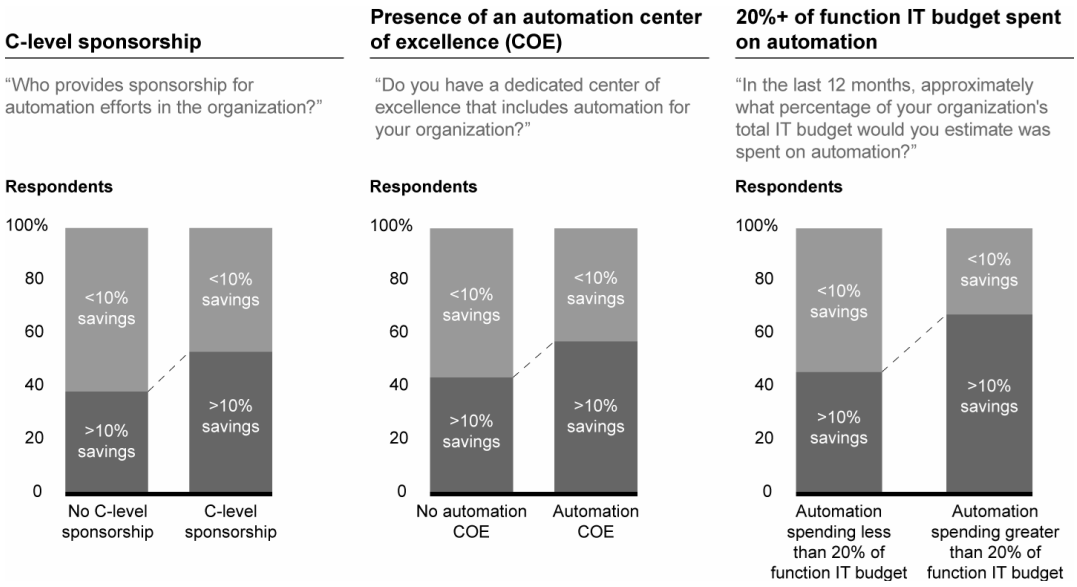

Рис. 9. Три фактора автоматизации [22, с. 263]

Возьмем, к примеру, выставление счетов клиентам. Клиенты могут не беспокоиться о том, что их поставщик сокращает расходы на выставление счетов за счет автоматизации; они хотят, чтобы счета были точными, быстрыми и легко проверяемыми. Автоматизация выставления счетов должна не только снизить затраты, но и обеспечить качество выставления счетов, которое ценят клиенты.

Обработка страховых претензий – еще одна область, которая была слишком сложной для клиентов. Некоторые страховщики, такие как Ameriprise, внедрили автоматизацию для оптимизации процесса, сократив количество точек, в которых сотрудники касаются этого процесса [19, с. 91]. Это сократило количество ошибок, ускорило время на их разрешение и повысило соответствие требованиям. С точки зрения клиента, весь процесс происходит быстрее и плавнее – то, что раньше занимало недели, теперь свелось к нескольким дням.

Поскольку автоматизация – всего лишь один инструмент, она часто лучше всего работает в тандеме с другими инструментами и как часть продуманной общей стратегии. Рассмотрим комплексный подход, принятый командой высшего руководства глобальной компании потребительских товаров для создания цифрового предприятия с тремя целями: создание персонализированного опыта для потребителей, укрепление отношений с деловыми партнерами и поставщиками и создание более привлекательного и продуктивного рабочего места, которое могло бы идти в ногу с изменениями на рынке.

Компания сопоставила сквозной опыт клиентов, партнеров и сотрудников, чтобы понять, где автоматизация будет играть лучшую роль. Вместо того чтобы полагаться только на величину экономии затрат при первоначальной автоматизации, компания сосредоточилась на эпизодах, наиболее важных для этих заинтересованных сторон. Исполнительная команда установила руководство, основанное на больших целях, которые могут обеспечить автоматизация и цифровые технологии. Компания даже объединила ИТ-отдел с глобальной организацией бизнес-услуг, чтобы ускорить внедрение автоматизации [6, с. 667].

Во-вторых, потратьте столько же, если не больше времени на то, что приходит после автоматизации.

Помимо разработки, тестирования, развертывания и поддержки технологии, что действительно важно, так это достижение ожидаемых бизнес-результатов от автоматизации. В этом отношении это похоже на аутсорсинг. Помимо выбора подходящего партнера, заключения конкурентного контракта и передачи работы поставщику, оставшаяся организация должна иметь правильный размер и соответствовать назначению, иначе экономия от аутсорсинга не материализуется.

Риск еще выше для автоматизации, потому что большая часть автоматизированной работы занимает лишь часть времени каждого сотрудника. Компании, которые не смогут перестроить рабочие места, не смогут достичь своих целей.

Sumitomo Mitsui Banking Corporation (SMBC), крупнейший банк Японии, широко использовал RPA для снижения затрат и повышения эффективности. Но сначала SMBC оценила все процессы в отделах штаб-квартиры, устранила ненужные процессы и интегрировала дублирующие операции. Для остальных задач он автоматизировал те, которые были пригодны для RPA, такие как уведомление о подозрительных операциях, внутренняя проверка убытков и рутинные процессы с большими объемами, связанные с депозитами, обменом валюты и кредитами. РПА работала не только через серверы, но и на настольных компьютерах, поэтому сотрудники могли автоматизировать свою работу в свободное время [22, с. 274].

К следующему году автоматизация сэкономила 1,6 млн рабочих часов, что составило 800 штатных сотрудников. Эти сотрудники смогли посвятить больше времени ценным задачам, и SMBC планирует получить еще большую экономию в ближайшие несколько лет.

Другой эффективный метод заключается в том, чтобы заранее определить конкретные позиции или задачи, которые будут устранены. Одна глобальная технологическая компания разработала программу по ликвидации 10 000 позиций путем автоматизации. Руководители сообщали о цели инвесторам, устанавливали цели для владельцев бизнеса, оценивали продукты с учетом цели автоматизации и уведомляли некоторых сотрудников, что они будут уволены. У предприятий не было другого выбора, кроме как автоматизировать работу, потому что без автоматизации маржа прибыли была бы сжата, а сотрудники должны были уйти.

В-третьих, относитесь к автоматизации как к серьезному изменению, которым необходимо активно управлять с самого начала.

Часть сильного спонсорства уровня «С» включает эффективное управление изменениями в бизнесе, так что автоматизация остается приоритетом. Старшая команда должна продемонстрировать, как автоматизация изменит опыт сотрудников и клиентов к лучшему, подробно расписав эту картину до того, как автоматизация начнет работать. Без конкретики о том, как улучшится опыт, многие сотрудники, естественно, будут сопротивляться.

Компания по производству потребительских товаров, упомянутая ранее, привлекала заинтересованные стороны через несколько потоков. Например, в области финансов первая дискуссия произошла между организацией финансовых общих

услуг, ведущей автоматизацию, и старшими руководителями коммерческих финансов. Затем она каскадом обрушилась на руководителей финансового сектора и оперативных руководителей и, наконец, на пострадавших сотрудников в бизнесе. Финансовые лидеры продемонстрировали на интерактивных семинарах и видео, как каждая часть работы останется прежней или изменится с автоматизацией. В нем подчеркивалось, как улучшится опыт работы внутренних финансовых клиентов за счет более быстрого оборота, большей точности и более доступной информации.

Наиболее эффективные программы изменений четко сообщают, какие группы сотрудников будут затронуты автоматизацией и как именно. Открытые, прямые и ранние сообщения о влиянии автоматизации вместе с программами рескиллинга помогают людям начать думать или действовать на новых карьерных путях. Кроме того, некоторые эффективные программы вовлекают сотрудников в определение того, какие моменты процесса нарушены или неэффективны [8, с. 642].

Центр передового опыта автоматизации может помочь объективно определить наиболее ценные возможности для автоматизации. Он привносит стандартизированный подход к оценке процессов, в отличие от того, что каждая бизнес-единица применяет свою собственную методологию.

Привлечение ЕГО с самого начала также имеет решающее значение, поэтому у группы есть кожа в игре. Наши исследования показывают, что компании, выделяющие не менее 20 % своих ИТ-бюджетов на автоматизацию, достигают большей экономии за счет автоматизации. Однако требования к ИТ и соблюдению требований программы автоматизации стали более сложными, что влечет за собой серьезные последствия для неправильного обращения с ними, такие как штрафы Общего регулирования защиты данных в Европе или ошибки в выставлении счетов клиентам. Таким образом, бизнес-лидеры должны понимать сложность своей ИТ-среды, прежде чем приступать к разработке ИТ-архитектуры автоматизации [22, с. 276].

Искусственный интеллект и роботизация влияют на российский рынок труда больше, чем другие технологии.

Роботизация бизнес-процессов (RPA) также является актуальной темой в деловых и научных кругах, наряду с технологиями искусственного интеллекта (AI) и машинного обучения (ML) [11, с. 27].

Важно отметить, что роботы для бизнес-процессов (RPA) – физические объекты, не похожие на людей или дроида-астромеха R2-D2 из фильма «Звездные войны». Они не связаны с опасными или специализированными областями, такими как медицина, и не заменяют человека. Они запрограммированы на выполнение определенных функций и навыков и могут применяться в профессиях, не требующих высокого статуса, например, в уборке мусора [11, с. 27].

Глобализация мировой экономики и всеобщая автоматизация бизнес-процессов привели к развитию электронной коммерции, чему способствовали три основных фактора:

– технологические инновации – технологический прогресс неумолим, смартфоны и планшеты становятся все более совершенными;

– проникновение на глобальный рынок – открывается все больше интернет-магазинов. Например, одежда продается через интернет-магазины, которые, по разным оценкам, занимают 15-30 % рынка;

– рост профессионализма – безопасность онлайн-оплаты через платежные системы, развитие логистики, возможность быстрой доставки и возврата товара, развитие конкуренции между онлайн-продавцами [13, с. 75].

Внедрение решений для цифровой трансформации процессов (в том числе роботизации) позволяет ритейлерам освободить персонал от многих трудоемких задач, таких как складирование товаров на полках и перемещение товаров.

Внедрение цифровых технологий также привело к значительным изменениям в сфере банковских услуг [21, с. 71]. В процессе оцифровки, как банки, так и компании используют цифровые технологии для изменения своих бизнес-моделей и получения новых возможностей для получения прибыли, тем самым меняя взаимодействие между поставщиками услуг и клиентами. В ближайшем будущем оцифровка банковских услуг будет происходить под влиянием синергии новых технологий 5G и 6G, Интернета вещей, искусственного интеллекта (ИИ) и блокчейна [23, с. 71]. Цифровые технологии и аналитика BigData позволят создавать новые банковские продукты [11, с. 29].

С развитием технологий и автоматизации многие рутинные и повторяющиеся задачи становятся пригодными для автоматического выполнения компьютерами и роботами. Это может привести к сокращению рабочих мест, особенно в тех отраслях, где одни и те же виды работ должны повторяться механически.

Автоматизация бизнес-процессов быстро расширяется, а последствия коронавируса, вероятно, ускорят внедрение. Опрос руководителей по всему миру, проведенный компанией Bain & Company, показал, что компании сообщают о сокращении затрат за счет автоматизации в среднем примерно на 20 % за последние 2 года.

Дискуссия об автоматизации с помощью ИИ, проблемах интеграции ИИ в сложные корпоративные среды и потенциале общего искусственного интеллекта (AGI) подчеркивает сложности технологического прогресса [17, с. 40].

Хотя ИИ может трансформировать отрасли, его ограничения и неопределенность вокруг AGI подчеркивают важность эмпирического анализа и детального подхода к развивающейся сфере автоматизации [5, с. 49].

В ходе исследования респондентам было предложено оценить влияние 11 наиболее важных технологий на рынок труда. По мнению российских респондентов, в пятерку технологий, оказывающих наибольшее влияние, вошли автоматизация бизнес-процессов с использованием передовой аналитики, роботизация, генеративный искусственный интеллект, большие данные и аддитивное производство. Зеленая энергетика и метаутилизация оказались в конце списка, причем менее половины респондентов считают, что эти технологии повлияют на занятость и производительность труда [18, с. 32].

Таким образом, передовая аналитика играет важную роль среди технологий, влияющих на рынок труда.

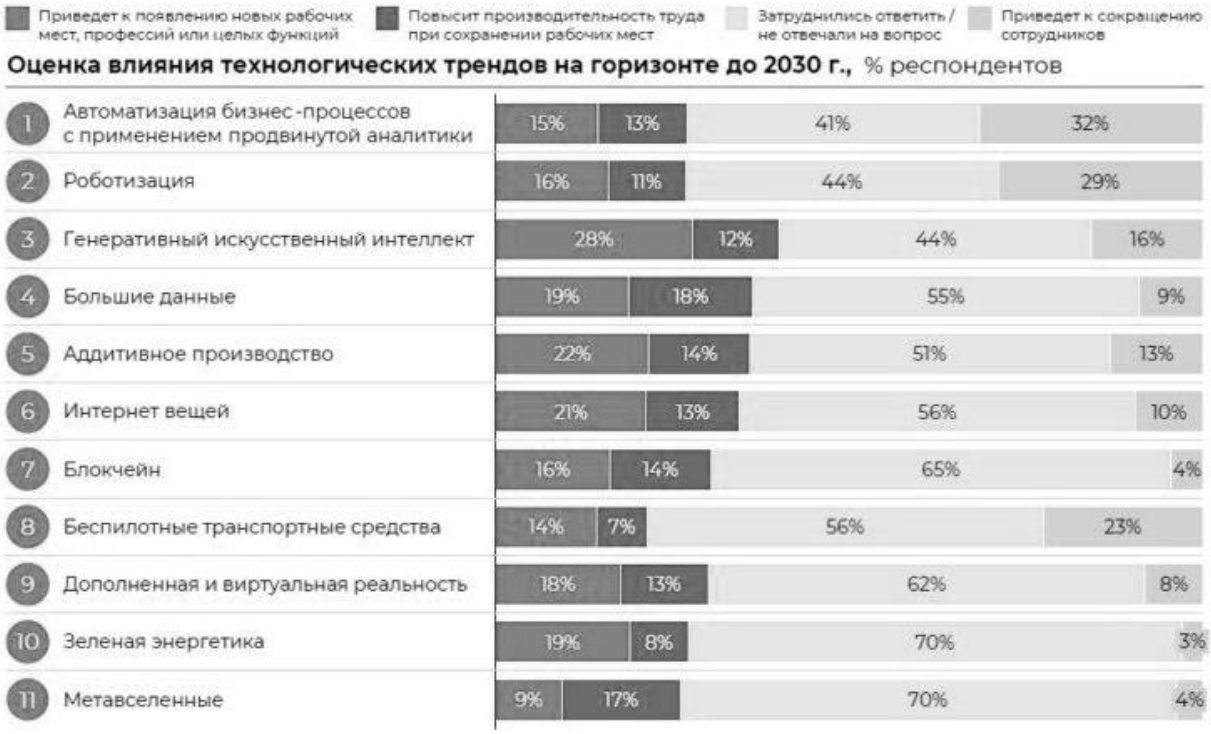

Рис. 10. Оценка влияния технологических трендов на горизонте до 2030 г., % [24]

Как отмечают авторы исследования, работники сферы ИТ меньше всех верят в значимость блокчейн-технологий для рынка труда, при этом они больше других уверены во влиянии интернета вещей. Работники обрабатывающей промышленности ставят аддитивное производство на первое место по созданию новых рабочих мест (21 %); генеративный ИИ стоит на втором месте (20 %) [1, с. 230].

Характерно, что сотрудники крупных компаний в полтора раза чаще заявляют, что их организации уже используют новые технологии. Особенно это видно в области больших данных, роботизации и продвинутой аналитики [2, с. 3].

Но именно эти технологии имеют самый значимый потенциал для повышения производительности труда, а значит, могут быть лучшим средством смягчения дефицита кадров на рынке. Вероятно, нужно и повышение осведомленности о возможностях, и улучшение доступности этих технологий, в том числе для среднего и малого бизнеса.

В целом респонденты больше всего ожидают, что технологии будут способствовать созданию новых и сохранению существующих рабочих мест, а также повышению производительности труда. Однако автоматизация бизнес-процессов, роботизация и беспилотные автомобили являются исключениями: треть респондентов ожидают, что эти технологии приведут к сокращению рабочих мест [15, с. 167]. Что касается генеративного искусственного интеллекта, то большинство респондентов ожидают, что он создаст новые рабочие места и повысит производительность труда без сокращения занятости (40 % всех опрошенных).

Работники обрабатывающей промышленности поставили аддитивное производство на первое место (21 %), а генеративный искусственный интеллект – на второе (20 %) по созданию новых рабочих мест [17, с. 40].

По мнению респондентов, низко- и среднеквалифицированные работники в большей степени подвержены риску увольнения в связи с развитием

технологий. Однако менее четверти респондентов считают, что развитие технологий приведет к сокращению числа высококвалифицированных работников. Эта статистика отражает ожидания общества, что новые технологии будут благоприятствовать только высококвалифицированным работникам, и подчеркивает необходимость приобретения ими новых навыков и обучения, необходимых в новой реальности.

Эксперты НИУ ВШЭ и Сбер проанализировали прогнозный спрос на профессии в 2023–2024 гг., тренды мирового научно-технологического развития, изменения международного и российского рынка труда и отобрали наиболее перспективные специальности.

По данным анализа, наиболее перспективны профессии в 12 сферах (табл. 1).

Таблица 1

Наиболее перспективные профессии в 12 сферах [24]

Сфера	Профессия
ИТ	менеджеры продукта, бизнес-аналитики и системные администраторы
кибербезопасность	администратор систем безопасности; аналитик ИТ-безопасности; архитектор ИБ; компьютерный криминалист, или форензик; пентестер
финансы	финансовый аналитик; менеджер по финансовому развитию; финансовый инженер; мультивалютный переводчик
дизайн	графический дизайнер; коммерческий иллюстратор; дизайнер шрифтов; motion-дизайнер; веб-дизайнер; UX/UI-дизайнер; Fullstack-дизайнер
логистика	логистический менеджер; логистический координатор; координатор международной логистики; менеджер в сфере цепочек поставок; менеджер в сфере транспортных перевозок; менеджер в сфере морских перевозок
юриспруденция	юрист в сфере ИТ; техноэтик; блокчейн-юрист; специалист по правовому регулированию в фармацевтике и биотехнологиях
здравоохранение	биоинформатик; биоэкономист; нейрореабилитолог; консультант по здоровому долголетию; менеджер индивидуальных медицинских программ
менеджмент в сфере досуга	менеджер по формированию впечатлений; менеджер по управлению доходом; спортивный менеджер; цифровой продюсер
урбанистика	экоурбанист; геоаналитик; специалист по транспортному развитию городов; менеджер сообществ
маркетинг	нейромаркетолог; форсайтер
agile	специалисты по гибкой разработке программного обеспечения
ESG – «зеленая экономика» (устойчивое развитие, которое опирается на повышенную экологическую, социальную и корпоративную ответственность в работе компаний)	городской садовод; специалист по качеству воды; инженер «зеленого» транспорта; специалисты по переработке; ученые-естественники; «зеленые» строители; специалисты по обслуживанию солнечных батарей; дизайнеры нового профиля; рабочие волновой энергетики; рабочие ветряных электростанций; рабочие биоэнергетики

Профессии, которые же скоро уйдут и будут вовсе роботизированы – почтальон, агент по страхованию, кассир, официант, курьер, корректор печатных текстов, операционист в банковском офисе, переводчик, специалист по маркетингу, фотограф.

Важно помнить, что в советском законодательстве использовались термины «рабочий» и «служащий» для обозначения различных профессий в промышленном секторе, которые представляли основной социальный класс – пролетариат. Чиновники в свою очередь были ответственны за обеспечение рабочих необходимыми условиями труда и жизни. Однако, в постиндустриальном обществе, где работники умственного труда обслуживают рабочих, а остатки рабочего класса занимаются производством материальных продуктов для множества работников умственного труда, возникает вопрос о справедливости распределения конечного продукта труда. Вероятно, такое разделение труда стало бы неравным бременем для «прошлой» системы промышленного производства, даже при максимальной автоматизации. Эфемерная продукция в сфере услуг не сможет полностью удовлетворить основные потребности общества. Иными словами, нематериальными активами невозможно обеспечить пропитание (построить дома, использовать оборудование и инженерные сооружения). Однако можно заменить часть работы, выполняемой значительной частью сферы услуг, бытовой техникой, а работу программистов – программами, усовершенствованными нейронными сетями.

Однако в работах идеологов постиндустриального общества недостаточно подчеркивается влияние информационного труда на общий труд, то есть на инустриальный труд, как отмечает М. Кастельс. Это вызывает сомнения относительно того, кто играет более важную роль в обществе. Нет четкого разделения. Иногда общий труд вытесняется автоматизацией с использованием компьютерных технологий, иногда производство переносится в другие регионы мира, а иногда разрабатываются новые продукты, к которым инфлексибельный общий труд не может адаптироваться. В «новом» мире информационный труд становится основным источником создания стоимости, в то время как рабочий класс сокращается, так как не может справиться с быстрыми изменениями. Современному рабочему классу не хватает гибкости [14, с. 82].

Такие изменения неизбежны и рассматриваются как положительные. Хотя, конечно, не стоит отрицать положительного влияния на процесс создания богатства, важно помнить и об историческом опыте. Как писал Ф. Энгельс два века назад, это был переход от стабильных условий жизни к нестабильным, меняющимся каждый день [10, с. 254]. Аналогичные изменения происходили и с переходом от крестьян к современным рабочим, которые, с внедрением новых технологий в сельское хозяйство, потеряли свои устоявшиеся социальные связи и конкурентоспособные навыки. Во многих современных развитых и

развивающихся странах мы также наблюдаем похожую ситуацию, когда фабрики поглощаются или закрываются из-за нерентабельности, что приводит к полному увольнению работников [14, с. 83].

Компьютеризация неизбежно влияет на занятость, но при этом открывает новые возможности. Развитие навыков, которые потребуются в будущем, и адаптация к изменениям – важные условия для успешного решения проблем, связанных с компьютеризацией.

В результате внедрения новых технологий в процессы производства, как в сельском хозяйстве, так и в промышленности, должно происходить пропорциональное сокращение рабочего времени и повышение заработной платы работников. Однако, интересно отметить, что в зарубежных странах рабочая неделя в IT-секторе составляет 48 часов, и ведущие представители информационной индустрии, такие как М. Цукерберг, М. Майер, И. Маск и Б. Гейтс, заявляют, что работают по 60-70 часов в неделю. При этом уровень безработицы в IT.

В результате автоматизация производства является освободительной не в смысле экономии средств производства, а в смысле перемещения человека и его труда на противоположную сторону необходимости [14, с. 86].

Таким образом, внедрение новых технологий и компьютерных программ в производственные процессы не обязательно приводит к массовым увольнениям. В некоторых случаях это может повысить эффективность, снизить затраты и, в свою очередь, способствовать росту компании и созданию новых рабочих мест. Но при полной замене труда реального человека на роботов и искусственный интеллект может привести к полной безработице.

Список литературы

1. Абдурахманов К.Х. Трансформация рынка труда в условиях внедрения искусственного интеллекта // Экономика труда. – 2023. – Т. – 10. – № 2. – С. 227–246. – DOI:10.18334/et.10.2.117364.

2. Банников С.А. Мировые тренды роботизации и перспективы ее развития в России // Beneficium. – 2023. – № 2(47). – С. 6–12. – DOI:10.34680/BENEFICIUM.2023.2(47). С. 6-12.

3. Буевич А.П. Роботизация производства и рынок труда // Самоуправление. – 2023. – № 4(137). – С. 79–82.

4. Бурманов С.А., Ерещенко Н.Д. Анализ влияния робототехники и автоматизации на современный рынок труда // Наука. Технологии. Инновации: XV Всероссийская научная конференция молодых ученых, посвященная Году науки и технологий в России. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2021. – С. 96–100.

5. Васина В.Н., Кельчевская Н.Р. Исследование структурной трансформации и поляризации российского рынка труда в условиях цифровой

экономики // Экономика труда. – 2023. – Т. 10. – № 1. – С. 47–70. – DOI:10.18334/et.10.1.117031.

6. Вешкурова А.Б., Терганов Я.К. Цифровая трансформация и безработица: пути совмещения технологического прогресса и обеспечения занятости населения // Экономика труда. – 2023. – Т. 10. – № 5. – С. 665–684. – DOI: 10.18334/et.10.5.117777.

7. Гимпельсон В.Е., Капелюшников Р.И. Рутинность и риски автоматизации на российском рынке труда // Вопросы экономики. – 2022. – № 8. – С. 68-94. – DOI:10.32609/0042-8736-2022-8-68-94.

8. Годоева З.А. Влияние цифровизации на рынок труда: методология анализа и оценка // Актуальные вопросы современной экономики. – 2023. – № 5. – С. 640–648.

9. Ковалевич Т.Ф., Немкович А.П. Маркетинговый подход к исследованию рынка труда // Региональная экономика: проблемы и перспективы развития в современных условиях: Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью фирма «Ставрополь-сервис-школа», 2023. – С. 86–93.

10. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения / Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. – 2-е. изд. – М.: Политиздат. 1986. – 457 с.

11. Науменко А.И., Ратковская М.А. Роботизация бизнес-процессов в банковском секторе // Сибирская финансовая школа. – 2019. – № 1(132). – С. 27–35.

12. Науменко А.И., Шаповалова А.В. Влияние коронакризиса и цифровизации экономики на рынок труда // Сибирская финансовая школа. – 2020. – № 3(139). – С. 8–22.

13. Науменко А.И., Шаповалова А.В. Мировые тренды цифровой трансформации розничной торговли в период коронакризиса // Сибирская финансовая школа. – 2021. – № 1(141). – С. 74–87.

14. Новиков Д.А. Критические замечания относительно либерального понимания в социологических и правовых исследованиях феномена труда в информационном обществе // Ежегодник трудового права. – 2023. – № 13. – С. 81–91. – DOI:10.21638/spbu32.2023.105.

15. Обухова А.С., Черных Я.В. Роботизированная автоматизация процессов в финансовом секторе // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2020. – Т. 10. – № 5. – С. 166–178.

16. Расулов З.Х. Влияние последних достижений в области технологий, таких как искусственный интеллект и автоматизация процессов, на рынок труда, распределение доходов и общую структуру экономики // Финансовый бизнес. – 2023. – № 5(239). – С. 7–9.

17. Симонин П.В., Анохин С.А. Перспективы использования искусственного интеллекта и потенциал цифровизации рынка труда // Труд и социальные отношения. – 2023. – Т. 34. – № 3. – С. 39–54. – DOI:10.20410/2073-7815-2023-34-3-39-53.

18. Терганов Я.К., Косихин А.С., Карташов С.А. Будущее рынка труда: к чему готовиться нынешним детям // Труд и социальные отношения. – 2021. – Т. 32. – № 5. – С. 30–41. – DOI:10.20410/2073-7815-2021-32-5-30-41.

19. Фельдман М.А. Регулирование рынка труда в контексте развития социального пространства территорий // Государство. Политика. Социум: Материалы всероссийского симпозиума по комплексному развитию территорий. – Екатеринбург: Уральский институт управления – филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 2023. – С. 89–95.

20. Царенкова В.Б., Чеботова Н.С. Развитие робототехники и информационных технологий как альтернатива исчезающим профессиям на рынке труда // Наука и Образование. – 2021. – Т. 4. – № 2. – С. 1–8.

21. Чирков М.А., Шаповалова А.В., Чистяков М.С. Современные тренды развития рынка банковских услуг // Финансы и бизнес. – 2022. – Т. 18. – № 4. – С. 70–81.

22. Frey C.B., Osborne M.A. «The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?» // Technological Forecasting and Social Change. – 2017. – Vol. 114. – P. 254–280. – DOI:10.1016/j.techfore.2016.08.019.

23. Lähteenmäkia L., Nättib S., Saraniemib S. Digitalization-enabled Evolution of Customer Value Creation: An Executive View in Financial Services // Journal of Business Research. – 2022. – Vol. 146. – P. 504–517.

24. Искусственный интеллект и роботизация больше других технологий окажут влияние на рынок труда в России (2023, 12 декабря). – URL: https://hr-media.ru/iskusstvennyy-intellekt-i-robotizatsiya-bolshe-drugih-tehnologiy-okazhut-vliyanie-na-rynok-truda-v-rossii (дата обращения: 30.12.2023).

1.5. Роль блогожурналистики в развитии современной системы СМИ[5]

Кризис среди традиционных медиа заставляет профессионалов в этой сфере искать или даже самим создавать площадки, где контроль и экономические затраты гораздо ниже, а рабочих мест – больше. Упрощение современных Интернет-технологий, а также расширение каналов информации привели к появлению новых СМИ. Так возникла гражданская журналистика, в том числе и различные блоги. Их специфика не до конца понятна людям. Хотя с момента своего появления в начале XXI века феномен блогосферы активно исследуется социологами, маркетологами, философами. Популярность этого нового явления обусловлена новыми техническими, коммуникативными и социальными характеристиками блогов, создавших почву для зарождения явления «массовой индивидуальной коммуникации» как особой формы общения [13].

Можно ли считать блоги настоящими СМИ, насколько можно верить материалам оттуда, и главный вопрос – чем же блоги так отличаются от традиционных средств массовой информации? Исследуется роль блогожурналистики, путь ее развития в системе СМИ, выявляются ее преимущества, а также она сравнивается с традиционными СМИ.

Информационные технологии быстро развиваются, меняется весь мир, и средства массовой информации также постепенно приобретают новую форму. С каждым годом популярность традиционных СМИ падает, но зато стремительно растет количество блогов в Интернете. В 2020 году блогосфера плотно входит в нашу социальную жизнь и становится привычным явлением. От односторонних медиа мы переходим к интерактивной, двунаправленной и более свободной модели СМИ. А значит блоги можно рассматривать как следующий эволюционный ступенью в журналистике после традиционных средств массовой информации, а именно печати, радио и телевидения [14].

Блоги – это не просто особая организация данных в хронологическом порядке. Это совершенно новый канал для публичной коммуникации с высокой скоростью распространения информации, обратной связью и уникальным характером материалов. Сами блоги можно разделять по трем критериям: способ его размещения в Интернете, характер содержания и авторство [12].

Способ размещения блога:

Размещать свой блог можно на общедоступных сайтах в виде дневника, для этого часто используют LiveJournal. Кроме того, блог может быть полностью автономным, то есть находиться на отдельно созданном сайте со своим доменом.

Характеристика контента:

Наиболее распространенное содержание блогов составляют тексты с изображениями и гиперссылками.

При наполнении блога голосовыми записями он становится аудиоблогом или подкастом, при наполнении видеозаписями – видеоблогом.

Авторство: если говорить про критерий «авторство», то блог может быть групповым (вестись сразу несколькими людьми) или индивидуальным.

Еще до появления интернет-технологий были заметны интерес и вовлеченность людей в события, к которым они напрямую не имеют никакого

[5] Автор раздела: Мурзина О.В.

отношения. И с каждым годом эта вовлеченность возрастает благодаря открытости мира и всеобщей тревоги. Всеобъемлющая тревога является одним из явлений глобализирующегося мира с его изменениями климата, пандемиями, террористическими актами и нарушениями прав человека. Об этих катастрофах мы узнаем благодаря журналистам, и имеются в виду не только официальные «газетчики» [7].

По результатам опроса Фонда «Общественное Мнение», мы можем отследить, как за последние 10 лет изменилась популярность различных источников информации с 2010 по 2019 год. В опросе приняли участие 1500 респондентов – жителей 104 городских и сельских населенных пунктов в 53 субъектах РФ. Интервью проходило в режиме face-to-face по месту проживания респондентов. Статистическая погрешность не превышает 3,6%.

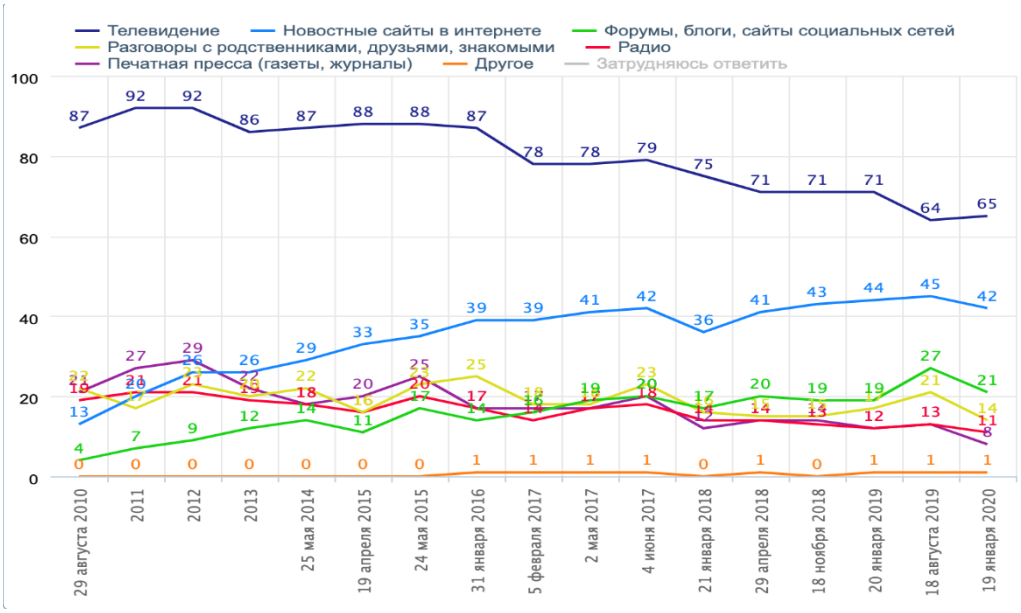

Рисунок 1. Опрос "ФОМ". "Из каких источников вы чаще всего узнаете информацию?"

Несмотря на то, что телевидение как главный источник информации остается на первом месте, мы все же может отметить спад его популярности, как и других традиционных СМИ. Но при этом растет популярность новостных сайтов в интернете, а также форумов, блогов и социальных сетей. Как сказал бывший Президент РФ Дмитрий Медведев, еще в марте 2011 года: «Средства массовой информации, которые не находят себя в сетях, рано или поздно исчезнут» [17].

Появление первых блогов, или онлайн-дневников, относят еще к началу 1990-х годов. Если говорить именно о появлении и семантике, то слово «блогосфера» было ради шутки выдумано и преподнесено публицистом Брэдом Грэхэмом в 1999 году: «Goodbye, cyberspace! Hello, blogiverse! Blogosphere? Blogmos?» В качестве официального термина он начал использоваться только в 2002 году. В 2004, согласно американскому толковому словарю Merriam-Webster, слово «блог» стало словом года. Какой путь проделал блогинг, чтобы стать таким, как мы видим его сейчас?

Начальная этап развития блогосферы:

Трудно назвать достоверную дату появления блогинга, но известно, что это явление зародилось в первой половине девяностых годов. Первый российским блог получил называние «Бред-Социум», люди начали им пользоваться в 1994 году. Это был полемический блог, где любой желающий мог обсудить разные материалы от каких-то заметок до сказок.

Одним из первых личных, индивидуальных блогеров считают Джастина Холла, который также начал вести свой блог в 1994 году. Там он рассматривал примеры HTML (язык гипертекстовой разметки). Тогда New York Times назвал Джастина Холла «основателем личного блога» [16].

Запуск площадок для ведения блогов и новые возможности:

В 1999 году начали работу первые интернет-сайты, площадки для блогов: LiveJournal и Blogger. Еще тогда платформа Blogger.com понравилась пользователям за новую идею и комфортный пользовательский интерфейс с интуитивно понятными вкладками. В 2003 году Google приобрел этот сервис и в последствии перенес его на свои сервера. На данный момент эта площадкой могут пользоваться и русскоязычные пользователи.

Адам Контрас считается первым видеоблогером. В 2000 году он был первым, кто опубликовал в своем блоге видеозапись. Там он выложил видео о начале своего путешествия через всю Америку. Через три года, в 2003 году, появилось понятие «влог», образованное от объединения слов «видео» и «блог». Считают, что влоги могут быть только в стиле лайф-стайл, но это далеко не так. Влогом считается разновидность блога, который ведется с помощью видеозаписей. Формат влогов остается популярным и по сей день [15].

В 2002 году Google запустил свой сервис Google AdSense. Это сервис контекстной рекламы, который позволяет привязать к определенному блогу подходящую к тематике его содержания рекламу (на выбор автора блога). После этого крупные популярные бренды стали присылать блогерам свои продукты на рекламные обзоры. Сервис AdSense дал блогофсере первую возможность для монетизации и заработка денег. Это был первый шаг к обращению блога в бизнес-проект. Для популярных блогеров с большой аудиторией, которые находятся в топе, их блог стал основным способом заработка [18].

Первые этические проблемы блогосферы возникли в 2002 году:

В 2002 году американского блогера Хизер Армстронг выгнали с работы дизайнером за слова в личном блоге. В нем она высказывала свое мнение о коллегах и писала сатирические отчеты о работе. Это считают первым случаем увольнения за содержимое личного блога, что вызвало большой резонанс в обществе. После этого на обсуждение подняли вопрос свободы слова в блогосфере.

В 2004 году потеряла работу из-за своего блога секретарь Конгресса США Джессика Катлер. Своими записями в блоге она вызвала большой скандал. Анонимно она писала об интимных связях с важными и известными политиками, не упоминая их имен. Но она указывала инициалы этих людей и различные точные подробности, именно эти данные дали возможность деанонимизировать ее. Личность Джессики Катлер, скрывающейся под никнейном Washingtonienne, раскрыл онлайн-журнал политические сплетен Wonkette[19].

Несмотря на скандалы, развитие блогосферы идет полным ходом. В 2003 году все больше людей примеряли на себя роль блогера. Появлялись новые платформы, такие как TypePad и WordPress. Начало нулевых годов было также ознаменовано увеличением заинтересованности в политических блогах, в то же время пишущих для онлайн-изданий и блогов авторов стали именовать «кибержурналистами».

В августе 2003 года начал работу веб-сайт Myspace, объединяющий в себе платформу для блогеров и социальную сеть. На этой площадке можно было слушать музыку, а также выкладывать и смотреть видеозаписи.

Версия сайта на русском языке появилась только в 2008 году, но она просуществовала всего год. В 2009 году компания объявила о закрытии сегмента на русском языке с сохранением интерфейса и профилей российских пользователей. Сейчас Myspace снова стал англоязычным [20].

Платформа Myspace долгое время была самой популярной социальной сетью в мире, пока в 2008 году ее не обогнал Facebook.

Постепенно начала размываться граница между блогосферой и средствами массовой информации, в последствии блогерам предстояло стать представителями прессы, так как их комментарии и обзоры текущих событий становились все популярнее и востребованнее у аудитории.

Антон Носик, российский журналист и один из основоположников рунета, высказал свое мнение о блогах еще в 2009 году в лекции журнала «Сноб». Он уже в то время говорил о том, что блоги изменят российское медиапространство и структуру средств массовой информации. В то же время публиковал статьи собственного написания на различных блог-платформах [3].

Видеоплатформы и интернет-пресса:

Несмотря на то, что до 2005 года видеоблоги уже существовали в малом количестве, все еще не существовало платформы, созданной специально для ведения такого типа блогов. На тот момент это было технически сложно сделать. В 2005 году заработал видеохостинг YouTube, однако в то время люди выкладывали туда короткие видео, не несущие какого-то глубого смысла. Постепенно сайт пришел к тому виду, к которому мы привыкли, начав привлекать создателей видеоконтента и дав им возможность свободно высказываться и монетизировать свои видео.

Большой шаг в развитии YouTube произошел в 2006 году, когда его купил Google за $1,65 млрд. После этого начался этап мировой экспансии, активное пользование видеохостингом по всему миру.

Русскоязычная версия YouTube появилась в 2007 году и сайт быстро стал набирать популярность.

На данный момент YouTube — это второй по посещаемости интернет-ресурс в мире после Google. Видеоплощадка давно уже перестала быть библиотекой смешных видео про котов. Авторам видео приносит доход реклама в видеороликах и собственный контент на YouTube. Многие компании используют эту площадку для рекламы своих товаров и популяризации своих компаний. Сейчас на платформе 2 миллиарда ежемесячной аудитории [5].

Грань между традиционными медиа и блогерами стала еще сильнее истончаться после запуска интернет-издания Huffington Post в мае 2005 года.

Первоначально это был дискуссионный форум с обсуждением политических новостей, и Washington Post назвала его «коллективным блогом», однако сейчас это один из популярнейших новостных порталов. Huffington Post – это новостной агрегатор, американское веб-издание, источник оригинального контента от штатных сотрудников, сторонних блогеров и колумнистов, ведущих собственную рубрику [6, С. 224-226].

Также в это время появлялись коллективные блоги развлекательного характера. Например, в 2005 году появился Reddit, он сочетает в себе черты социальной сети и форума. Там люди задают волнующие вопросы и обсуждают разные истории, комментируют и голосуют за понравившиеся сообщения. Адаптированный аналог этой платформы в России – Pikabu, созданный в 2009 году. Контент с Пикабу используют даже крупные СМИ: Первый канал (репортаж про Масштабный сбой в работе авиаперевозчика «ВИМ-авиа» от 23 сениября 2017 года), Lenta.ru (из истории жителя Краснодара про обман Aliexpress, который он опубликовал на Пикабу, переделали в полноценный материал) [8,С. 168-169].

Появление микроблогов:

В 2006 году запустили Twitter. В этой социальной сети есть возможность написания только небольших постов в 140 символов, что быстро стало очень популярным среди аудитории. Здесь было удобно постить какие-то мысли, наблюдения или «молнии» о важных событиях. Twitter можно назвать основоположником микроблогинга: мысли, истории и другие формы контента подаются в самом маленьком виде из возможных форматов. Версия платформы для русскоговорящих пользователей появилась в 2011 году. В 2014 году прибыль компании Twitter Inc. Составляла почти полтора миллиарда долларов. В 2007 году была запущена другая платформа для микроблогов, в которую входят также большое число картинок, и gif-анимаций – Tumblr [13].

Становление блогосферы на современном этапе:

Первый значимый успех блогосферы в массовой, поп-культуре пришел в 2010 году с фильмом «Джули и Джулия: готовим счастье по рецепту». Фильм основан на реально существующем кулинарной блоге писательницы Джули Пауэлл.

В рейтинг топ-10 самых посещаемых сайтов в 2021 году, на основании данных сервиса анализа и статистики Alexa, вошли две блогинг-платформы: YouTube (2 место), Facebook (7 место).

На сегодняшний день каждая компания, которая стремиться набрать аудиторию и привлечь к себе внимание, стремится к тому, чтобы завести свой блог и наполнить его качественным контентом. Бренды привлекают их к сотрудничеству для разработки новых продуктов и рекламных акций. Топовые блогеры современности сравнимы со звездами шоу-бизнеса или известными журналистами, у них есть толпы фанатов, которые хотят взять автограф и сделать совместную фотографию. Обилие площадок для блогов и разных видов их содержания позволяет создавать всевозможный контент. Блогеры с большим количеством подписчиков приравниваются к СМИ, потому что каждое их слово и мнение имеют вес. Блог теперь – это не просто сетевой-дневник [17].

Если раньше Интернет и блоги в первую очередь воспринимали как площадку для свободного высказывания мнений, то сейчас нельзя обойти стороной процесс монетизации онлайн-проектов. Так, например, социальные сети и другие популярные онлайн-ресурсы стали площадкой для размещения рекламы, продвижения и местом для заработка денег. Все эти доводы дают основание думать, что востребованность блогосферы будет только повышаться.

Социальные сети как блог-платформы:

Когда мы говорим о блогах сейчас, то стоит понимать, что это понятие отличается от того, каким оно было в 2000-х годах. Блогосфера сейчас существует не только на отдельных специальных платформах, на данный момент это скорее исключение. В основном блогеры существуют и развивают свою деятельность в социальных сетях. Но можно ли приравнять социальную сеть к блог-платформе?

Согласно общему определению, “социальные медиа — это совокупность всех интернет-площадок, которые на основе онлайн-технологий предоставляют пользователям возможность устанавливать коммуникацию друг с другом и производить пользовательский контент». Другими словами — это веб-ресурсы, созданные для общения пользователей в сети.

Социальные интернет-сети позволяют создавать общественные или полуобщественные профили в пределах ограничений, наложенных системой, определять список других пользователей, с которыми они могут общаться и делиться информацией. Многие социальные сети дают возможность прослушивания музыки, погружение в мини-игры и просмотр видео [19].

Блоги изначально функционировали по схожим признакам: они имеют профиль, в который пользователь может занести данные о себе, позволяют создавать список друзей, чьи посты (записи в блоге) пользователь может просматривать (так называемая френдлента), а также просматривать список контактов других пользователей и устанавливать связь с ними.

Блогеры уходят со своим изначальных платформ в социальные сети. Например, в 2020 году старожил и популяризатор LiveJournal Артемий Лебедев закрыл свой блог спустя 19 лет его ведения. По словам Артемия Лебедева, «ЖЖ был когда-то «лучшим местом для блогинга, но полностью все потерял». Еще в 2017 году Лебедев запустил канал в Телеграме, а в 2019 – канал на YouTube.

Хотя сейчас, конечно, есть и относительно молодая платформа для блогов – Яндекс.Дзен, созданная в 2015 году. Но ее не воспринимают как серьезную площадку. По большей части там кликбейтные новости или рекламные посты, создатели которых хотят набрать больше посещений и получить монетизацию. Обычно они совсем не заинтересованы в ведении блога и его содержании [19].

Почему блоги перешли в социальные сети?

Можно утверждать, что часть блогеров перешла на новый формат сайтов социальных сетей, по нескольким основным причинам:

1. Доступность использования, большой функционал.

Социальные сети предлагают удобный интерфейс, который позволяет быстрее осуществлять публикацию. Также они дают возможность без проблем размещать картинки, видео, музыку. Автору дается простор для творчества.

Социальные сети без проблем берут на себя размещение картинок и видео. Блоги же на ранних площадках никак не подразумевали под собой короткие записи, репосты или видеозаписей, они сильно отстают в функциональных возможностях.

2. Более широкий охват аудитории.

Социальные сети привлекательны не только для создателей медиаконтента, но и для его потребителей. Поэтому число пользователей социальных сетей (следовательно, и потенциальной аудитории блогера) значительно выше, чем у традиционных блог-платформ. По опросу ВЦИОМ от 2017 года «Социальные сети: кто туда ходит и зачем?», можно увидеть спад популярности блог-платформ и рост социальных сетей. Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ проведен 20-24 апреля 2017 г. в 130 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках 8 ФО России. Объем выборки 1600 человек.

На 2017 года каждый день в LiveJournal заходил только один человек из опрашиваемых, 93 человека не пользуются этой платформой или затрудняются ответить. В социальную сесть Вконтакте каждый день заходило 42 человека, не пользовались или затруднялись ответить 39 человек.

3. Выстроенная коммуникация с аудиторией.

В отличие от традиционной блогосферы, социальные сети гораздо более ориентированы на межпользовательское общение. И хотя ряд авторов отмечает взаимодействие блогеров с их аудиторией как одну из ключевых характеристик блогов, личное общение гораздо проще реализуется именно с помощью сайтов социальных сетей, а не с помощью блогов [17].

Такой резкий рост популярности социальных сетей объясняется их широким функционалом, направленным в первую очередь на творческую свободу, на общение пользователей между собой и с авторами.

Таким образом, можно утверждать, что с популяризацией интернет-коммуникации должны были неизбежно появиться новые виды средств массовой информации. На сегодняшний день социальные сети представляют для блогеров, среди которых профессиональные и гражданские журналисты, более широкие возможности для популяризации своего контента. Именно поэтому блогеры выбирают себе не специально созданные для блогов площадки, которые постепенно забываются, а социальные сети.

Обычно блоги относят к «любительской» или «гражданской» журналистике, если их ведут не профессионалы. Хотя гражданская журналистика неустанно растет и приобретает все больше веса, до сих пор нет одного эталонного определения и понимания гражданской журналистики, но я постараюсь объяснить, что под этом словосочетанием понимают. Гражданская журналистика – это одна из разновидностей видов журналистики, которая появилась вместе с развитием технологий и Интернета. При этом ее отличительная особенность кроется в том, что ее авторами являются не профессионалы. Высказывание американского медиакритика Джей Ройзена основывается на таком же понимании гражданской журналистики. Он считает, что «гражданские журналисты – это те люди, кого раньше называли просто аудиторией» [15].

Благодаря технической и экономической доступности технологии есть почти у каждого человека, они стали неотъемлемой части социальной жизни. Поэтому у любого человека, даже у не профессионального журналиста, есть возможность проявить свою принадлежность к обществу, или свою «гражданственность».

На сегодняшний день обычные люди играют важную роль в широком освещении событий. С помощью развития гражданской журналистики обычные любители стали действующими участниками процесса сбора и распространении общественно значимой информации. Гражданские журналисты помогают заполнить пробелы в однобоком освещении новостей традиционными СМИ.

Большая часть новостных порталов уже поняла, какие крупные возможности может дать им гражданская журналистика. Многие из традиционных средств массовой информации, например BBC News, в своих репортажах и статьях уже давно используют пользовательский контент, предоставляющий информацию от первого лица.

Одновременно с налаживанием канала взаимодействия между гражданской и профессиональной журналистикой, сегодня появляются площадки специального назначения, где обычные люди могут поделиться важной информацией, оперативными фотографиями и видеороликами с места событий.

Примером такой площадки можно назвать приложение Stringwire. Его можно установить бесплатно на мобильный телефон, оно разработано NBC (национальной телевещательной компанией). С помощью приложения Stringwire граждане могут делиться видеотрансляцией с мест событий, также они могут стать «citizen stringers», то есть начать сотрудничать с изданиями в роли гражданских корреспондентов [19].

Гражданская журналистика не только заполняет пробелы в информации и показывает более полную картину всего происходящего в окружающем мире, но и дает обычным людям возможность высказаться и быть услышанными, поднимать вопросы, которые они считают важными и первостепенными, но которые почему-то не затрагиваются традиционными средствами массовой информации.

Иногда официальные СМИ, придерживаясь своих политических или экономических соображений, искажают или утаивают информацию о происходящем. Также не всегда у традиционных СМИ есть доступ в места катастроф или боевых событий. Один из показательных случаев – освещение аварии на Саяно-Шушенской ГЭС в 2009 году. Тогда сильное внимание к аварии было привлечено гражданским журналистом Рустемом Адагамовым, который был известен на livejournal под ником drugoi. После его громких высказываний и привлечения внимания к аварии именно этого блогера пригласили для подготовки эксклюзивного репортажа на ГЭС, одновременно с этим лишили аккредитации журналиста информационного агентства «Интерфакс». Тогда многие СМИ назвали это эпохальным событием: "впервые в России самодеятельный журналист был поставлен на один уровень с профессионалами".

Гражданскую журналистику многие сейчас воспринимают как альтернативу огромному пласту традиционных СМИ. Вместо одностороннего

движения информации от новостных агентств к средствам массовой информации, возникли новые движения – многоголосье блогосферы.

И конечно, нужно отметить еще один аспект гражданской журналистики. «Гражданский» означает не только «любительский» в отношении массмедиа. Это понятие вытекает из исторически сложившегося понятия «гражданин». Граждане — это те, кому принадлежат политические права и свободы, поэтому они внимательно следят за их гарантиями [20].

В 2007 году произошли значимое признание гражданской журналистики со стороны традиционных СМИ: журнал Time называет NowPublic, новостной сайт, публикующий только гражданских журналистов, одним из 50 самых влиятельных. Гражданская журналистика становится все более мощным и, очевидно, гораздо более эффективным средством массовой информации, нежели традиционные СМИ. Ее признание как нового, но вполне равного иным по значимости вида современной журналистики происходит как в западном мире, так и на Востоке, в частности в Индии, Китае, Южной Корее. Крупнейшие американские новостные сети MSNBC и CNN специально занимаются поиском и размещением новостей, полученных исключительно от гражданских журналистов.

Часто для срочных сообщений гражданские журналисты используют твиттер, что обусловлено его функционалом. О смерти Уитни Хьюстон сначала написали в твиттере, а только через час эта новость появилась в традиционных СМИ. Так и об убийстве Усама бен Ладена писали в Твиттер за день до официального объявления Барака Обамы [20].

Блог – это уже не просто личные записки, не только способ журналистской коммуникации, он постепенно становится новым средство массовой информации. Хотя причислить его к традиционным СМИ мы определенно не можем. Как минимум, из-за любительского характера блогов и используемого языка. Часто блогеры используют в своих материалах сетевые неологизмы или жаргонизмы, что недопустимо в традиционных СМИ. Также блог не подчиняется законодательству, а значит никак не регулируется, не имеет прав и обязанностей, в отличие от традиционных изданий, за которыми пристально следят власти.

В целом традиционные СМИ тесно связаны с блогами, они оказывают друг на друга огромное влияние. Обычно в блогах обсуждают то, что находится на повестке дня, то есть новости, публикуемые первоначально в средствах массовой информации.

В то же время для многих СМИ блоги являются важным источником информации и отличным способом стимулирования читательской аудитории. В издательствах часто используют информацию, которая публикуется авторами в своих блогах. Например, издательство «Аргументы и Факты» пишет о том, как блогер и урбанист Илья Варламов предложил «проводить тренировки спецназа на улицах Твери». Возрастающая популярность блогов имеет ряд очевидных причин. Также влияние блогов на традиционные медиа можно отметить в особых колонках издательств. Сами журналисты издательств публикуют на сайтах на сайте СМИ, в котором работают, какую-либо информацию. Хорошим примером

являются блоги на сайте «Эхо Москвы». В них могут быть материалы из эфира, материал о вышедшей передаче в эфире или личные записи журналистов.

Хотя, конечно, гражданскую журналистику сильно критикуют. Если в блоге пишет не профессиональный, а гражданский журналист, то он не будет специально подготовленным для этого. Его непостоянные, хоть и, возможно, значимые материалы, не смогут на постоянной основе заменить собой публикации в традиционных средствах массовой информации [18].

Можно с уверенностью сказать, что внимание к блогосфере растет с каждым днем, а для традиционной журналистики она является дополнением: преимущество от одной перекрывают недостатки другой, и наоборот. И хоть гражданская журналистика помогает обществу получать гораздо больше информации из первых уст, не все думают о ней, как о положительном феномене.

В 2019 году журналист Дмитрий Косырев в журнале «Огонек» подвергнкл критике гражданскую журналистику:

«Журналист или учитель – это человек, что-то знающий и рассказывающий тем, кто этого не знает: абсолютно не демократическая штука, а только так – сверху вниз. Поэтому эти средства массовой информации и вызывали доверие, ведь в них работали люди особо ценные, знающие и подготовленные. А кризис произошел всего-то, когда обрушилась модель более позднего времени, предполагавшая, что СМИ могут еще и сами себя финансировать. Стало меньше денег – начали суетиться и подрывать доверие, роняя свое высокое звание людей, несущих знание…»

Гражданскую журналистику часто осуждают за дилетантство и за субъективность авторов. Гражданским журналистам не хватает специальной подготовки. Они не придерживаются принципов и этических правил журналистики.

Часто гражданская журналистика представляет собой представление событий от первого лица, это репортаж «глазами очевидца». Эта манера повествования гражданских журналистов наделяет их материал субъективным характером, в то время как в профессиональной журналистике одним из важнейших критериев качественного текста является объективность публикаций [14].

Несмотря на это, на сегодняшний день все больше средств массовой информации отдаляются от этого принципа объективности в публикациях и начинают более открыто выражать собственную точку зрения. Это происходит из-за того, что аудитории гораздо больше нравятся эмоциональные материалы, живой текст, где отражена хоть какая-то твердая позиция. Для привлечения новой аудитории некоторые журналисты подхватывают данную тенденцию субъективности. В гражданской журналистике есть сфера, которая вызывает много вопросов и противоречий. Это касается отражения военных событий в горячих точках, то есть имеется в виду военная блогожурналистика. Журналист, работающий в традиционном СМИ, в случае чего будет защищен определёнными нормами и авторитетом своего издания, чего не скажешь о гражданском журналисте. Он не связан с нормами права международных конвенций и остается беззащитным, что может привести к негативным последствиям.

К гражданским журналистам многие высказывают свое недоверие из-за отсутствия какого-либо законодательного регулирования. Хотя в России предпринимались попытки регулирования этой сферы. Социальные сети и блоги в последнее время становятся массовым явлением, которое сильно влияет на мировоззрение и сознание людей. Одновременно с этим блоги приобретают новые функции, они превращаются в индустрию новостей и комментариев, инфотренингов, курсов и развлечений. А такая огромная экосистема не может долго и правильно функционировать без специальных законов, обозначающих ее права и обязанности. Блогер с большой аудиторией, который монетизирует свое детище не может избежать проблем правого и этического характера.

Например, этот закон необходим, чтобы четко отделить рекламу у блогера от новостей или выражения его личного мнения. Часто упоминание какого-либо товара или услуги вводит аудиторию в недоумение – реклама это или просто информация [12].

Также закон бы помог определить, что все-таки является блогом, а что – средством массовой информации. Блог может быть отдельным сайтом, какой-то страницей сайта, аккаунтом в социальной сети или профилем на видеосервисе. Сейчас, следуя из закона о СМИ, только блог-сайт может быть зарегистрирован в роли средства массовой информации. То есть аккаунты средств массовой информации в Instagram или профиль журналиста на YouTube не может считаться официальными СМИ. Директор Международного научно-образовательного центра «Кафедра ЮНЕСКО по авторскому праву, смежным, культурным и информационным правам», доктор юридических наук, профессор НИУ ВШЭ Михаил Федотов считает , что в этом плане блогерам необходимо дать право выбора: «На мой взгляд, пора сделать аккуратные изменения в Законе о СМИ, чтобы открыть нашим блогерам дополнительное пространство свободы, дав им возможность регистрировать свои аккаунты в социальных сетях, мессенджерах и видеохостингах в качестве СМИ. Тем самым блоги станут зарегистрированными сетевыми изданиями, а их владельцы – учредителями, издателями и редакциями СМИ. При этом это должна быть исключительно добровольная опция.»

Если же это будет обязательным условием существования блога, то получится то же самое, что было с «Законом о блогерах». С 2014 по 2017 год даже существовал закон, приравнивавший блогеров с более чем 3000 читателями в сутки к СМИ. (Федеральный закон № 97-ФЗ от 5 мая 2014 года «О внесении изменений в Федеральный закон „Об информации, информационных технологиях и о защите информации“ и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей», также известный как «Закон о блогерах»). Тогда блогеров обязали регистрироваться как средства массовой информации, на них взвалили обязанности журналистов, но не предоставили соответствующих прав [11, С. 23-24].

Также закон смог бы определить налогообложение в блогосфере, потому что найти удобный механизм достаточно сложно. В России много блогеров-

миллионников, по не официальным данным в 2020 году их было около 780 человек. Разработкой такого блога не может заниматься один человек, обычно это работу ведет целая команда из людей разных профессий. Отсюда возникает много вопросов: как тогда платить налоги и оформлять свой статус в качестве налогоплательщика?

Хотя в 2019 приняли пакет законов, который оказывает влияние на блогеров – это «закон о фейковой информации». (Федеральный закон от 18.03.2019 N 31-ФЗ "О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и Федеральный закон от 18.03.2019 № 27-ФЗ "О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях") [3]. Считают, что их приняли после пожара в ТЦ «Зимняя вишня», когда интернет заполонили фейковые новости о количестве погибших. За распространение ложной информации может быть назначен штраф в размере от 30 тысяч до 1,5 миллиона рублей и блокировка источника с фейковой новостью. Но даже в этом законе есть свои минусы. В отсутствие в законе внятного определения фейковых новостей правоохранителям предстоит самостоятельно отделять правду от неправды, а правдивый источник от ложного.

Так в Архангельске составили протокол по статье о фейковых новостях на местную активистку Елену Калинину за пост о предстоящих несогласованных акциях. Акция состоялась, но не была одобрена властями. Поэтому местных правоохранительные органы посчитали ее пост «заведомо недостоверной информацией под видом достоверного сообщения». Критерием истинности для местных властей был принят не сам факт проведения акции, а наличие разрешения местных властей на его проведение: что не разрешено, того и не существует.

В ноябре 2020, года в Государственной Думе озвучили идею принять кодекс блогера. Принятие этических правил на законодательном официальном уровне – важный этап в развитии системы саморегулирования в любой профессиональной сфере, а в нашем случае – в блогосфере. Необходимо, чтобы подобный этический кодекс определяло само профессиональное сообщество, которое знает все тонкости и особенности своей сферы, чтобы не повторить ошибок прошлых законов.

Хотя сейчас существует и негласный кодекс блогеров. Написал его Тим О’Рейли, основатель издательского дома «O'Reilly Media» в 2007 году. Он предложил укреплять цивилизованность в сети путем модерации собственного поведения и своих комментариев в отношении других людей. Для этого он написал шесть правил:

1. Мы берем ответственность за слова, написанные в наших блогах и комментариях.

Мы приверженцы вежливости, поэтому не будем делать неприемлемые записи, к которым относятся оскорбления, угрозы, клевета, посягательство на авторские права, вмешательство в личную жизнь.

2. В сети мы можем написать только то, что смогли бы сказать человеку лично.

3. Перед там как вывести какой-то спор или конфликт в публичную сферу, мы постараемся связаться с нашим оппонентом и уладить все лично.

4. Если кто-то несправедливо критикует или оскорбляет другого человека, то необходимо принять меры.

Можно попросить публично принести извинения или даже обратиться в органы правопорядка, если комментарии истолкованы как угроза жизни и здоровью.

5. Мы против анонимных комментариев.

Комментирующий может выбрать любой никнейм вместо своего имени, но перед публикацией он обязан предоставить свою электронную почту.

6. Мы игнорируем провокаторов.

Если же мы получаем оскорбительный комментарий о нас, то не отвечаем на него, чтобы не поощрять провокатора [6, С. 225-226].

В 2007 году при появлении этот моральный кодекс блогера разлетелся по интернету, про него даже писал New York Times. При своем появлении кодекс Тима О'Рейли сразу обрел не только поддержку, но и противников, так как многие считали, что блогосфера тем и хороша, что предоставляет пользователям определенную свободу слова и самовыражения, и цензура тут совсем неуместна. Это кодекс мог бы стать хорошим подспорьем для будущих законодательных разработок и основой доверительных отношений к гражданским журналистам, использующих блоги.

Таким образом, прослежен путь развития блогов, исследовано значение гражданской журналистики в системе средств массовой информации. Можно с уверенностью сказать, что сегодня мы не можем представить мир без блогосферы. Они являются показателем статусности и клиентоориентированности компании, у молодых людей в настоящий момент это легкодоступный трамплин для успешной карьеры. Аудитория видит в блогера не человека, в котором сильна «тяга к сочинительству», а специалиста, стремящегося к пиару и монетизации процесса.

Блоги стремительно развиваются, за время своего существования они изжили специальные блог-платформы и перебрались в социальные сети. Блог теперь – это не просто онлайн-дневник, сейчас здесь может найти самовыражение любой человек и самостоятельно создавать контент. Теперь в блогах могут существовать профессиональные журналисты и любители, то есть гражданские журналисты. Блоги – отличное место для вхождения гражданских журналистов в мир СМИ. Несмотря на многие недостатки, основными из которых являются отсутствие доверия и профессиональной подготовки, гражданские журналисты становятся важной частью масс-медиа со своими преимуществами и недостатками. Сейчас блогосфера вызывает много вопросов, потому что практически никак не регулируется, хотя с каждым значимым событием необходимость обратить внимание на блоги и законодательно урегулировать эту сферу становится более явной.

Список литературы

1. Официальный интернет портал правовой информации. Федеральный закон от 18.03.2019 № 27-ФЗ "О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях". Режим доступа. – URL:http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201903180021?index=5&rangeSize=1 (дата обращения 13.01.24.)
2. Официальный интернет портал правовой информации. Федеральный закон от 18.03.2019 № 31-ФЗ "О внесении изменений в статью 15-3 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". Режим доступа. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201903180031?index=1&rangeSize=1 (дата обращения 13.01.24.)
3. Российская газета. ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей" от 7 мая 2014 года. Режим доступа. – URL: https://rg.ru/2014/05/07/informtech-dok.html (дата обращения 13.01.24.)
4. Справочная правовая система КонсультантПлюс. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 30.12.2020) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021) Статья 2. Средства массовой информации. Основные понятия. Режим доступа. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/f977773d5130bdc4b8aa5c541d1fa7ca381b18f4/ (дата обращения 13.01.24.)
5. Сетевое издание The New York Times. «A Call for Manners in the World of Nasty Blogs» от 09.04.2007. Режим доступа. – URL:https://www.nytimes.com/2007/04/09/technology/09blog.html(дата обращения 13.01.24.)
6. Воробьева Е.А. Блоги как перспективный канал трансляции гражданских инициатив. // Молодой ученый, №3.–2010. – стр.224-226.
7. Иванова Е.Н. «Универсальный журналист». Проблема подготовки специалистов для электронных СМИ. Образование и общество: Всерос. социологическая конф. к 20-летию Всерос. общества социологов. Москва, 20-22 окт. 2019. - М. : Ин-т социологии РАН, РОС, 2009. - Секция 9. Образование и формирование профессиональных групп.
8. Иванова Е.Н. Профессиональный очевидец: альтернативная медиа-среда в условиях кризиса// Социологический журнал. - 2010.- №2.– стр. 168-178.
9. Кожемякин Е.А., Попов А.А. Блоги как средство журналистской коммуникации // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2012. №6 (125).
10. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. — М.: Аспект Пресс, 2014.
11. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. 7-е изд., испр. и доп.: Учебник / Е.П. Прохоров, - М.: Аспект Пресс, 2017.
12. Бирюкова Т.А., «Возможности гипертекста для жанра журналистского расследования»: журнал №3 «Вестник московского университета», серия 10,

журналистика, издательство Московского университета, 2020 год, стр. 79-99. Режим доступа. – URL:https://vestnik.journ.msu.ru/upload/iblock/dca/vest-03-20.pdf (дата обращения 13.01.24.)

13. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», Давлетшина С.Р. Перспективы развития традиционных СМИ в условиях конкуренции с социальными медиа // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2017. №2 (25). URL:https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-traditsionnyh-smi-v-usloviyah-konkurentsii-s-sotsialnymi-media (дата обращения 13.01.24)

14. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», Красноярова Ольга Валентиновна Гражданская журналистика как стимул развития профессиональной журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. №1. URL:https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskaya-zhurnalistika-kak-stimul-razvitiya-professionalnoy-zhurnalistiki (дата обращения 13.01.24.)

15. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», Лебедев Павел Павлович Культурно-речевой аспект и блогосфера // Вестник ЧелГУ. 2015. №5 (360). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kulturno-rechevoy-aspekt-i-blogosfera (дата обращения 13.01.24.)

16. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», Силкин В.В., Акопян П.Р. Феномен и специфика блога как социокультурного явления // StudNet. 2020. №10. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-i-spetsifika-bloga-kak-sotsiokultornogo-yavleniya (дата обращения 13.01.24)

17. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», Соломатин Данила Дмитриевич, Соловьев Вадим Анатольевич Блогинг как катализатор журналистики в медиасистеме России // Вестник науки и образования. 2019. №14-1 (68). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bloging-kak-katalizator-zhurnalistiki-v-mediasisteme-rossii (дата обращения 13.01.24.).

18. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», Соловьев А.И. Массмедиа и блоги, традиционная и гражданская журналистика: взаимодействие и дополнение друг друга // Синергия. 2017. №5. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/massmedia-i-blogi-traditsionnaya-i-grazhdanskaya-zhurnalistika-vzaimodeystvie-i-dopolnenie-drug-druga (дата обращения 13.01.24.)

19. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», Филатова Ольга Георгиевна Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2015. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/blogi-i-smi-grazhdanskaya-i-traditsionnaya-zhurnalistika-sootnoshenie-ponyatiy (дата обращения 13.01.24.)

20. Савенков В.Д. — Социальные медиа как блог-платформы // Социодинамика. – 2018. – № 6. –. DOI: 10.25136/2409-7144.2018.6.26488 стр. 9-20. Режим доступа. – URL:https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=26488 (дата обращения 13.01.24.)

1.6. Особенности развития молодежных интернет-изданий[6]

Новые медиа включают в себя все интерактивные формы обмена информацией. К ним относятся сайты социальных сетей, блоги, подкасты, вики-сайты и виртуальные миры. Понятно, что список растет почти ежедневно. Однако нет никакой гарантии, что предоставленная информация является точной. Фактически, оперативность появления новых СМИ в сочетании с отсутствием надзора означает, что мы должны быть более осторожными, чем когда-либо, чтобы гарантировать, что наши новости поступают из достоверных источников.

Информационный век создал множество проблем для каждой профессии. В случае журналистики внедрение информационных технологий существенно изменило различные аспекты профессии. Революция высоких технологий существенно изменила способ получения обществом новостей и информации и лишила средства массовой информации их традиционной монополии. Журналистика вынужденно изменяет собственные характеристики под влиянием трансмедийности и демократизации, вследствие повышения уровня технической доступности системы распределения, а значит и потребления контента. Интернет как среда существования СМИ создает специфические условия для журналистской деятельности. Гипертекстуальная, интерактивная природа интернета стимулирует активность аудитории, превращающейся из пассивного потребителя информации в партнера журналиста, который требует не только потребления, но и участия, коммуникации. Форма подачи материала приобретает большое значение, так как в условиях интернета скорость передачи сообщений перестает являться преимуществом: любая информация может быть мгновенно скопирована и распространена в других источниках [1, С. 43].

В последние десять лет для масс-медийных теоретиков и практиков характерен активный поиск творческих и экономических моделей масс-медиа оптимального формата. По мнению экспертов, в обозримом будущем можно выделить несколько тенденций, которые в ближайшие 5-10 лет начнут использоваться в практике средств массовой информации. Среди них стоит выделить интеграцию социоэкономического дискурса, усиление внедрения актуальных технологий, активизацию участия аудитории путем самовыражения и творчества в коммуникации масс-медиа, формирование новых порталов и экранов для предоставления информации. Внедрение новых платформ влечет за собой укрепление ключевого значения трансмедийных стратегий последующего развития СМИ, в том числе и журналистики. Формат блогов и подкастов уже давно захватил медийную среду, и любимые интернет-издания можно не только читать, но и слушать, что указывает на совершенно новую форму аудиовизуальных СМИ [2, С. 134].

Итак, изучение свойственных современному журналистскому контенту характеристик, выступает в качестве стратегического направления исследований

[6] Автор раздела: Карпов Э.С.

журналистики и масс-медиа, которое определяет имеющийся потенциал роста профессии и индустрии и появление новых форматов и жанров журналистики.

За последние 30 лет журналистская сфера претерпела радикальные изменения и трансформации, постепенно адаптируясь к современным мировым тенденциям в области создания журналистского контента. Традиционное понимание журналистики как профессии значительно изменилось, в основном из-за того, что среда цифровых медиа принесла новые возможности, но также и проблемы, связанные с журналистской практикой. Однако средства массовой информации и журналистская практика медленно приспосабливаются к Интернету и глобальным последствиям, порождаемым новой информационной технологией [2, С.135].

Принято считать, что «традиционная» пресса и онлайн-журналистика сосуществуют более двух десятилетий. Этот период времени отмечен скептицизмом издателей по отношению к цифровым СМИ и значительным пессимистическим взглядом на будущее газет. Предсказания многих профессионалов СМИ о том, что «цифровой поворот» приведет к сокращению читательской аудитории прессы или даже к «полному исчезновению» печатных газет, появлялись неоднократно. Поэтому неудивительно, что издатели были вынуждены предпринять различные шаги, ведущие к сохранению их тогдашней читательской базы, а именно обратить внимание на Интернет-журналистику, которая к текстовому формату добавила и аудиовизуальные средства.

В середине 1980-х годов развитие информационных сетей привело к изменениям в средствах массовой информации и методах коммуникации, в результате чего появились новые средства массовой информации, что привело к обширным академическим исследованиям их природы, потенциала и воздействия, но термин «новые медиа» по-настоящему привлек к себе внимание еще в середине 1990-х годов. Возникновение новых медиа коренится в историческом контексте четырех аспектов:

1) Постмодернизм внес глубокие изменения в культуру, социальную структуру и мировую экономику. Это важный символ появления и развития новых медиа.

2) процесс глобализации ускорился. Новые средства массовой информации внесли свой вклад в глобализацию.

3) информация как ядро постмодернистской экономики стала доминирующей. Стандарты сферы услуг и информационной индустрии стали новым индикатором уровня развития экономик, в которых широко используются новые медиа и становятся воплощением новой экономической системы.

4) ускоряется децентрализация стабильного и централизованного геополитического порядка. Новые методы медиакоммуникации стали более предназначены для установления децентрализованной, трансграничной коммуникации различных медиасистем [5, С. 210-211].

Появление специализированных производственных практик и новых инструментов для распространения журналистской информации свидетельствует о том, что изначальное недоверие издательств и редакций к

Интернету, столь типичное для начала 2000-х годов, постепенно исчезло, в основном благодаря быстрому технологическому прогрессу и возможностям, предлагаемым онлайн-средой, снижением уровня информационного неравенства. Интернет стал хорошим партнером, но также и сильным конкурентом «традиционных» СМИ. В настоящее время он закрепляет свою позицию чрезвычайно популярного средства коммуникации, предназначенного для молодого и среднего поколений медиа-аудитории. Он также функционирует как особенно важный инструмент для улучшения образования, как пространство для проведения широкого спектра рабочих, деловых и маркетинговых мероприятий. Традиционные СМИ прекрасно понимают, что они не могут игнорировать эти аспекты.

Продолжающиеся трансформации журналистской профессии очевидны также в случае появления интернет-изданий, базирующихся на собственном авторском контенте блогосферы, такие блогеры позиционируют себя как журналистов, хотя зачастую им не хватает «стандартной» профессиональной подготовки и институциональной подготовки. «Новые» журналисты молодежных интернет-изданий они часто работают на переднем крае инновационной журналистики и в полной мере используют простор цифровых подходов для обмена новостями и информацией в Интернете [6, С. 33].

Отдельный журналист-блогер стал намного более заметным, а традиционный медиа-ландшафт фрагментирован, и именно поэтому голос человека становится более четким в социальных медиа. Интернет-издания - как те, кто работает в медиа-организациях, так и те, кто работает «вне» основной медиаиндустрии - могут устанавливать прямой контакт с аудиторией, а также у них есть больше возможностей относительно того, где искать (и публиковать) свои новостные статьи.

Несмотря на отсутствие общепринятого консенсуса, объясняющего, как именно Интернет изменил способы производства, распространения и доступа к новостям, ученые, занимающиеся журналистикой, и профессиональные журналисты согласны с тем, что мы являемся свидетелями многих изменений в области профессионального производства новостей и Информация. Однако скорость этих продолжающихся процессов трансформации является причиной того, что журналистская практика, наряду с теорией журналистики, с трудом справляется с ними. Независимо от того, доступны ли газеты в «традиционной» или онлайн-форме, фактор, определяющий эффективность их общественного воздействия и признания, должен привлекать и удерживать внимание получателей предлагаемой информации. Получатели могут получать доступ к постоянно увеличивающимся объемам информации посредством новых технологий на удобных им устройствах, что расширяет аудиторию молодежных интернет-изданий. Более того, Интернет, телевидение и даже радио распространяют новости намного быстрее, чем традиционная пресса [7, С. 56].

Использование новых информационных технологий (таких как смартфоны, планшеты или «интеллектуальные», подключенные к Интернету телевизоры) стало обычной частью повседневной реальности, особенно для

людей молодого возраста. Вполне разумно ожидать (по крайней мере, с точки зрения российского медиа-рынка и региона Центральной Европы) дальнейшего снижения продаж ежедневных газет и расширение аудиовизуальных СМИ. Как это ни парадоксально, тиражи некоторых печатных газет и журналов, издаваемых в США, странах Азии и Северной Африки, медленно, но неуклонно увеличиваются. Несмотря на это развитие, новостные онлайн-порталы, скорее всего, укрепят свои позиции на рынке высокодоходных источников информации. Несомненно, будет развиваться и дальше развитие журналистики в сфере социальных сетей и цифровых приложений [8, С. 78].

Из основных изученных платформ интернет-журналистики новостные блоги имеют наибольшее сходство с основной прессой. Блогеры почти всегда ссылаются на устаревшие источники информации для получения информации, а политические, правительственные и зарубежные события получили наибольший резонанс.

Однако есть и некоторые явные различия. Хотя основные тематические области пересекаются, наблюдались значительные расхождения в конкретных новостных событиях, привлекших внимание. Менее чем за треть недель блогосфера и традиционная пресса рассказали одну и ту же главную историю. Блогеры склонны тяготеть к событиям, которые затрагивают личные права и культурные нормы – таким вопросам, как однополые браки, нормирование медицинских услуг или настройки конфиденциальности в социальных сетях, в то время как программы традиционных СМИ в большей степени ориентированы на события и институциональные [9, С. 8].

В самом широком смысле повестка дня главных новостей в блогосфере совпадает с повесткой дня традиционной прессы: политика и зарубежные события – это темы, к которым чаще обращается Интернет-журналистика.

За последние десятилетия, помимо множества новых форм новостей (от 24-часовых новостных каналов до новостных веб-сайтов), многие интернет-издания больше не ограничиваются производством контента только на одной платформе. Например, чтобы удовлетворить растущую цифровую аудиторию, различные сетевые издания, также выпускают аудио подкасты, которые можно слушать на радиостанциях через умный динамик, и серии видео, который можно увидеть в сети цифрового телевидения. А новостные агентства и другие поставщики новостей активно присутствуют в социальных сетях, YouTube и других платформах, что еще больше стирает границу между особенностями гражданской журналистики и Интернет-СМИ [12, С. 93].

Медиа-ландшафт изменился более десяти лет назад, когда был запущен сайт для обмена видео YouTube. Объем и разнообразие контента, размещенного на сайте, позволяет выделить такое многообразие современных аудиовизуальных средств СМИ, которое невозможно представить в традиционной журналистике. Популярность сайта делает его стартовой площадкой для исполнителей, компаний и комментаторов по всем мыслимым темам. И, как и многие платформы в современной цифровой журналистике,

YouTube в последние годы стал основной точкой продолжающихся дебатов по наиболее актуальным вопросам общества.

Таким образом, рассматривая типологию и жанровую структуру интернет-журналистики необходимо выделить то, что она включает в качестве базиса традиционную гражданскую журналистику, при этом добавляет все современные аспекты технологического уклада, возможности интерактивности, доступность для пользователя, доступность для создания авторского контента, свобода выражения мысли, возможности коммерциализации собственного журналистского контента, расширения возможностей «обратной связи», гибкость представления контента, особенности изменения рамок представления информации, совокупность аудиовизуальных средств оформления интернет-изданий, использование мультимедийных характеристик кросс-журналистики [16, С. 334].

Итак, интернет-СМИ обладают как всей совокупностью классических признаков СМИ, так и оригинальными, только им присущими особенностями, выделяющими их в отдельную группу. За менее чем десятилетнюю историю своего существования они доказали свою состоятельность как составная часть российской медиасистемы, что указывает на то, что перспективность интернет-журналистики в общей медиасистеме настолько явная, что можно предположить в будущем значительное снижение объемов контента гражданской журналистики.

Термину «интернет-журналистика» многие исследователи предпочитают заменять термином «сетевая журналистика» или «онлайн-журналистика» и отмечают, что это нечто большее, чем просто журналисты, которые используют цифровую аудиторию как своего рода новый гипер-источник. Речь также идет о сдвиге в балансе сил между поставщиками новостей и потребителями новостей. Инструменты цифровой публикации и мощные мобильные устройства сочетаются с культурными изменениями, такими как растущий скептицизм по отношению к традиционным источникам журналистского авторитета.

Таким образом, электронная или, скорее, цифровая форма публикации и предложения журналистских продуктов через Интернет может рассматриваться как основной атрибут, позволяющий нам различать «традиционную» и «новую» журналистику. Однако мы не можем игнорировать тот факт, что творческие принципы журналистики, результатом которых являются определенные действия по обработке и формированию информации для создания журналистских продуктов, во многом, как и в случае «традиционной» журналистики, связаны с использованием строго определенные процедуры (для получения дополнительной информации). Однако общие рамки творческой деятельности, связанной с продуктами онлайн-журналистики, а также ее окончательные формы, часто в значительной степени отличаются от «традиционных» результатов журналистской работы [18, С. 69].

Блогосфера стремительно набирает вес, в том числе и как источник информации для традиционных СМИ, которые всё чаще ссылаются на блоги. У онлайн-журналистики много преимуществ, но есть и проблемы. Правила этики

различаются от редакции к редакции и от страны к стране, но большинство этических кодексов включают формулировки о проверке, справедливости, независимости и подотчетности. Блоги, даже «новостные», могут иметь или не иметь те же стандарты, что и традиционные средства массовой информации. Блогеры могут печатать домыслы или неподтвержденную информацию, которые не будут публиковаться или транслироваться в традиционных новостях. Однако некоторые журналисты / блогеры защищают эту практику, заявляя, что читатели понимают, что на сайте блога существует другой стандарт.

Некоторые традиционные новостные организации изменили свои этические принципы или установили новую политику для сотрудников, которые ведут блоги, официально или неофициально. Политика блога *Washington Post*, например, запрещает в блогах журналистов «личное мнение ... которое не было бы приемлемым в газете» [20, С. 131].

Веб-журналы (блоги) - часто изменяемые веб-страницы, на которых датированные записи перечислены в обратной хронологической последовательности - являются последним жанром интернет-коммуникации, получившим широкую популярность, однако их характеристики систематически не описаны.

В самом начале развития блогосферы, в ходе проведенного в 2005 г. опроса блогеров Живого журнала были выделены следующие функции блогов:

– функция развлечения;
– коммуникативная функция;
– функция мемуаров;
– функция сплочения социальных связей и их удержания;
– психотерапевтическая функция;
– функция рефлексии (саморазвития);
– функция самопрезентации;
– функция продвижения услуг и товаров [19, С. 52].

Представляется целесообразным более подробно остановиться на последних двух функциях, поскольку они являются наиболее близкими к продвижению современных интернет-изданий.

Функция самопрезентации. Ряд респондентов отметили, что первоначально задумывали создание персональной странички (сайта в Интернете), однако, узнав о легкости ведения блога, отдали предпочтение именно этой форме изложения информации о себе.

Функция продвижения услуг и товаров. Посредством блогов предоставляется возможность отслеживать мнение множества людей о творчестве журналистов; непосредственно участвовать в обсуждении посредством размещения комментариев в блогах других людей; сотрудничать с пишущими на схожие темы блогерами; напрямую влиять на обсуждения через собственный блог. Указанные функции свидетельствуют о возможности посредством блога презентовать свое интернет-издание в качестве личности или

профессионала, продвигать на информационный рынок свой авторский контент [13, С.33].

Веб-журналы (блоги) – это жанр Интернет-общения, который широко распространен, однако их характеристики не имеют четкого описания и формальной структуры. Примечательно, что авторы блогов, журналисты и ученые одинаково преувеличивают степень, в которой блоги взаимосвязаны, интерактивны, ориентированы на внешние события и недооценивают важность блогов как индивидуалистических, глубоких форм самовыражения. Поскольку блоги существенно облегчают возможности взаимодействия с пользователем, они являются весьма эффективной платформой для создания сообществ. Блоги легко обновляются и позволяют вносить немедленные исправления. А большее взаимодействие между онлайн-журналистами и читателями может означать, что ошибки или достоверность информации выявляются раньше. Блоги обычно менее формальны, чем новости, и часто пишутся от первого лица. Журналисты, которые раскрывают свою личность в блогах, могут получить лучший отклик от читателей, которые начинают видеть в них «настоящих людей». Но может быть трудно показать человеческую сторону, сохраняя при этом достаточную отстраненность, чтобы избежать обвинений в предвзятости, а слишком большое «отношение» к блогам может оттолкнуть некоторых читателей основного блога традиционных СМИ [14, С. 122].

До появления цифровых СМИ журналисты просто отвечали на вопросы или комментарии читателей. Теперь они должны взаимодействовать с читателями на сайтах социальных сетей, таких как Facebook, что может стать огромным ресурсом для взаимодействия между традиционными СМИ и онлайн-журналистики.

Благодаря различным приложениям пользовали Интернета между формами и технологиями и характеристиками этой технологии с точки зрения увеличения индивидуализации и настройки в результате интерактивной функции, уникальной для таких инструментов, будет полагаться на исследователя в текущем поиске по трем инструментам (блоги, YouTube, совместные инструменты Google). Ведение блогов - одна из услуг, предлагаемых Интернетом, чтобы позволить пользователям публиковать контент через Интернет. Исследователями отмечено, что блоги являются одним из приложений Интернета, работающих через систему управления контентом, которые представляют собой просто веб-страницу, посредством которой записи датируются и упорядочиваются в возрастающем порядке, сопровождаемые механизмом архивирования старых записей [5, С. 212].

Журналисты рассматривают блоги как альтернативные источники новостей и общественного мнения. Преподаватели и бизнесмены рассматривают их как среду для обмена знаниями; блоги, созданные для этой цели в организации или учреждении, иногда называют блог-журналами. И последнее, но не менее важное: частные лица создают блоги как средство самовыражения и самоутверждения. По мнению исследователей, блогинг делает людей более вдумчивыми и четкими наблюдателями окружающего мира. Эти эффекты якобы

вызваны технической способностью программного обеспечения для ведения блогов, позволяющей пользователям быстро и легко обновлять веб-страницы. Однако до сих пор мало эмпирических исследований было направлено на то, чтобы определить, что такое блоги на самом деле или какие виды использования блогов наиболее распространены. При этом, как продукт онлайн-журналистики, блог не является ни принципиально новым, ни уникальным, но он наряду с другими возникающими жанрами, выраженными через интерактивные веб-технологии, занимает новое положение в жанровой структуре журналистики Интернета. В частности, он фактически образует мост между мультимедийными HTML-документами и текстовыми компьютерными коммуникациями, размывая традиционное различие между этими двумя доминирующими интернет-парадигмами и потенциально способствуя их будущей трансформации [10, С.129].

Как основное различие между традиционными СМИ и онлайн-СМИ, особо хочется выделить главное отличие блогов от большинства традиционных печатных и некоторых электронных СМИ – это их бесплатность для потребителя информации. Уже сейчас можно уверенно сделать прогноз, что продукция журналистики будущего будет абсолютно бесплатной для её потребителя. При этом выживать издания будут исключительно за счёт предоставления места под рекламу.

Если одна из основных общих черт социальных и традиционных медиа возможность доступа к аудитории, то различия будут более значительными. Среди них можно обозначить: 1. Досягаемость. Технологии обычных СМИ обеспечивают масштабность, но с помощью социальных сетевых медиа возможность обратиться к глобальной аудитории получает каждый пользователь.

2. Доступность. Как было сказано выше, традиционные медиа требуют существенных финансовых вложений, и по этой причине обычно сосредоточены в руках государства или крупных корпораций. Новые медиа доступны практически каждому пользователю.

3. Простота. Работа в традиционных СМИ предусматривает определённый уровень профессионализма и специальные навыки, тогда как для пользователей социальных медиа никаких профессиональных ограничений нет.

4. Мобильность и гибкость. Сообщения в традиционных медиа и сетевых существенно отличаются по скорости доставки к потребителям, причём, не в пользу первых, тогда как сообщения в сетевых медиа транслируются практически мгновенно [9, С. 7].

Таким образом, СМИ сегодня выступают неотъемлемой частью нашей жизни, они являющиеся, пожалуй, наиболее приоритетным и базовым каналом политической коммуникации. СМИ выступают в качестве общности организаций, предприятий и учреждений, которые созданы в целях публичной и открытой передачи разнообразных данных посредством специального технического инструментария. Популяризация интернета, которую можно

наблюдать в последнее время, придала современному развитию журналистики сложность и масштаб.

Основная идея состоит в том, что журналистика традиционно была очень эффективна в освещении проблем и событий дня. Но традиционная журналистика по целому ряду причин часто не помещает всю эту информацию в достаточный контекст для их полного понимания. Одна из самых существенных причин различия традиционных СМИ от цифровых – это технологическая. Более того, традиционные аналоговые СМИ всегда были в основном односторонними в своем информационном потоке от журналиста к публике. Эта модель пассивной аудитории ограничивает участие или вовлеченность общественности в журналистику и общественные дела. Наступление цифровой революции – эволюция Интернета, появление новых форм медиа и рост онлайновых социальных сетей изменило медийный ландшафт журналистики.

Основными этапами, которые прошла журналистика данных в своем развитии являются следующие: развитие интернет-технологий, что стало толчком к усовершенствованию онлайн-изданий, как с технической точки зрения, так и в плане способов получения информации; совершенствование коммуникационных каналов, позволяющих самим пользователям осуществлять формирование определенного новостного контента, который включает в себя менее масштабные, но от этого не менее значимые локальные новости; совершенствование мобильных технологий для максимально быстрого и эффективного потребления контента. Конвергентная журналистика представляет собой редакцию, которая одновременно производит новости для всех видов средств массовой информации, которые входят в состав крупного медиа-холдинга: прессы, ТВ, Интернет и радио.

В интернет-журналистике нормы, системы ценностей, идеи и модные тенденции объединяются понятиями массовой культуры и по своей сути кристаллизуются и тиражируются в большинстве членов общества. В этом отношении средства массовой информации служат дополнением и расширением поведенческой практики. В то же время интернет-журналистика обеспечивает платформу для трансляции андеграундной и элитарной культуры высокого уровня. Как отмечает И.В. Кирия, «социальное неравенство и дифференциация трансформируются в виртуальное неравенство в сфере социальных сетей» [6, С. 34].

Интернет-журналистика – это процесс, который в последние годы использовался газетной отраслью, журналисты сообщают факты, созданные и распространяемые через Интернет. Было замечено, что люди больше не покупают распечатанные газеты, за исключением того, что они хотят сохранить их для справочных целей, но пользователи Интернета видят, что у них есть легкодоступная и менее дорогостоящая возможность получения информации.

Интернет делает новости более интересными из-за интерактивности и мультимедиа, таких как видео, аудио. Сетевые новостные организации все более пессимистичны в отношении своего финансового будущего, а онлайн-журналисты настроены оптимистично, сообщая о расширении редакции новостей.

Интернет бросил вызов традиционным новостным отраслям, говоря о том, что существует опасение, что его содержание может быть потеряно для веб-сайтов. Ученые как в России, так и за рубежом обсуждают, что представляет собой «онлайн-журналистика» в рамках формата «онлайн» и приходят к выводу о том, что основной продукт журналистики, который представляет собой новости и статьи о текущих событиях, представлен исключительно или в комбинации в виде текста, аудио, видео и некоторых интерактивных форм и распространяется через цифровые медиа-платформы [12, С. 92-93].

Меньшее количество барьеров для входа, снижение затрат на распространение и разнообразные компьютерные сетевые технологии привели к широкому распространению практики онлайн-журналистики, которая демократизировала поток информации, который ранее контролировался традиционными СМИ, включая газеты, журналы, радио и телевидение.

Выделяя жанровую составляющую интернет-журналистики, отметим существующие два основных подхода. Рассмотрим их более внимательно.

Интернет-журналистика по жанровым формам обладает теми же характеристиками, как и традиционные СМИ. В целом, согласно этому подходу, интернет-издания копируют или переносят в более новую форму онлайн-журналистики те же типы жанрового разнообразия – новостные, детские, женские или развлекательные, научно-публицистические. При этом, в виду доступности и возможности ускоренного предоставления информации, в данном случае, усиливается возможность периодического издания (интернет-издания обновляются чаще, по мере поступления новых информационных данных, тогда как традиционные СМИ издаются согласно обозначенному периоду). В целом, можно принять данный подход за правильный, так как развитие Интернета сопровождало развитие всех сфер жизнедеятельности общества, и, вполне объяснимо, что традиционные издания просто переводились в онлайновые версии. Данный процесс конвергенции происходил посредством эксперимента, но на изначальном этапе, как отмечают исследователи интернет-журналистики этого периода (Л. Коханова, А. Калыков), интернет-журналистика представляла те же жанры, что и традиционные СМИ. Текстовые форматы отражали заметки, репортажи, интервью, комментарии и пр. жанры. При этом, онлайн-СМИ с развитием технических возможностей Интернет, продолжали развивать и техническое оформление журналистских материалов, добавляя аудиальные записи к текстовым.

В дальнейшем, Интернет стал освоен большей категорией людей, не только профессионалами в сфере журналистики, но и любителями, с творческими идеями, собственным обывательским мнением на то или иное событие. Стали формироваться региональные и городские интернет-сообщества, которые стали ближе к людям, в связи с тем, что информация преподносилась более точечно и интересно для аудитории, а интерактивные средства обратной связи позволяли читателям дать комментарий, подискутировать, возможность аудиовизуальных средств интернет-изданий стала позволять фото и видео. Таким образом, традиционная жанровая структура СМИ стала трансформироваться и ориентироваться на аудиовизуальный характер

восприятия информации, при этом интернет-издания вырабатывали собственные специфические формы, широко используя Интернет-возможности [17, С. 23-24].

В своем исследовании, Н.Г. Лосева отмечает, что новые СМИ к жанрам и формам традиционной журналистики присовокупили и совершенно новые жанры сетевой коммуникации, в частности, реализованные уже непосредственно в Интернете, исключительно в электронном формате. Автором такие жанры определяются как мультимедийные и синтетические, и именно к ним относятся блоги, видеоблоги, подкасты, стоковые видео, аудиоверсии, инфографика и flash-статья. В целом, именно данный подход и позволяет расширить представление о жанровой структуре интернет-изданий.

М.М. Лукина с соавторами, по данным IPTK выделяют специфическую систему жанров интернет-журналистики.

Возможности Интернета представляют не только творческие, но и технические возможности новым журналистам (блогерам) представлять авторские формы подачи информации, которые после называются входят в систему «жанров» новых СМИ. При этом, как отмечает А.А. Тертычный, такие жанры не всегда адекватны теории журналистике, могут не соотносится друг с другом, а, скорее, наоборот, противоречат друг другу. По мнению данного исследователя, мультимедийная структура, гипертекстовые возможности, медиа-жанровые характеристики – все это в общем виде образует понятие «жанра». По сути, любой текст, опубликованный в Интернет-издании, может быть воспринят как журналистский, и определение его жанра будет зависеть от содержания данного текста.

Следуя концептуальным положениям теории жанра, такой материал должен определяться по родовидовой системе, а современные представления и недостаточная теоретическая обоснованность современных классификаций жанров интернет-журналистики размывают границы научной основы. Цифровые технологии быстро расширяются, интегрируя в общество новыми форматами и возможностями коммуникации. Гипертекст, мультимедиа, гипермедиа стали частью рутины подавляющего большинства журналистов, что требуют от традиционных журналистских школ изменить свои способы преподавания и обучения. Осваивая новые технологии, профессиональная журналистика и средства массовой информации могут сохранить свою роль жизненно важной информационной линии жизни и продолжать действовать как инструмент успешной свободы слова. Уникальные интернет-характеристики интерактивности и мультимедиа заставляют значительно эволюционировать журналистскую культуру, поскольку основная миссия журналиста эволюционировала для цифрового мира. Веб-технологии предоставили возможность источникам информации (ньюсмэйкерам) и аудитории участвовать в новостном производстве [15, С. 223-225].

С наступлением информационной эры (и электронной журналистики) функции журналистов сместились с передачи информации на ее обработку.

Увидеть особенности формирование жанров на каждом из названных уровней, на взгляд А.А. Тертычного, поможет учет основных жанрообразующих факторов, на «пересечении» которых возникают тексты, обладающие характеристиками, которые придают им определенную устойчивость как

жанровым формам. Посмотрим, как выглядит жанровая структура интернет - СМИ, выявленная по данному основанию в главных её чертах, на текстовом уровне (см. рис. 1).

Рис. 1. Структура жанров Интернет-СМИ по тексту (составлено автором)

Теперь обратимся к жанровой структуре интернет-СМИ, выявленной по второму основанию в основных её характеристиках, на гипертекстовом уровне (см. рис. 2).

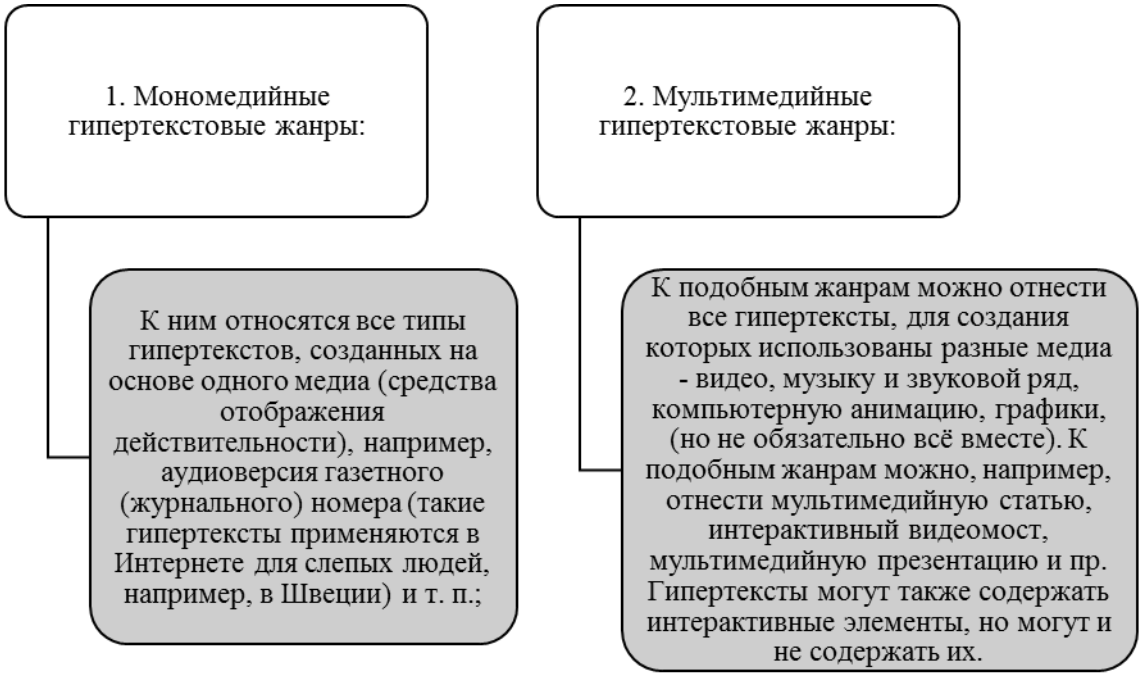

Рис. 2. Структура жанров Интернет-СМИ по характеристикам текста (составлено автором)

Таким образом, рассмотренные аспекты жанровых особенностей в интернет-журналистике позволяют выделить некоторые тенденции развития в целом новых форматов журналистики. В частности, применительно к текстовому формату Интернет-изданий, которые позаимствованы из основ традиционных жанров СМИ, мы можем видеть уменьшение текста, и увеличение добавленных новых возможностей Интернета. Издания стараются давать краткие статьи, консервативные и характерные для восприятия интернет-пользователями, чтобы читатель мог задержаться на интернет-сайте издания. Такая тенденция, с одной стороны, сохраняет формально традиционность жанровой структуры СМИ, а, с другой стороны, нивелирует ее содержательную сторону, уменьшение текста часто снижает качество материала, и служит лишь для привлечения внимания.

Также необходимо отметить, что под влиянием все новых и новых технических возможностей Интернет, текстовые жанры трансформируются в сторону мультимедийной и гипертекстуальной журналистики. В формате видеообзоров и видеоколонок традиционные жанры рецензии, очерка и пр. эволюционируют в практический аспект синтетических жанров в интерактивном отображении. Это усложняет, с одной стороны, характеристику жанра интернет-издания, но, и делает ее более популярной, с другой стороны, так как такая адаптация происходит одновременно во всех интернет-изданиях под воздействием расширяющихся возможностей мультимедийных жанров.

Распространение блогов обеспечило большинство ключевых моментов в развитии онлайн-журналистики в начале 2000-х, когда очевидцы, эксперты и группы увлеченных людей бросили вызов общепринятым нарративам и способам представления информации. Во второй половине 2000-х годов влияние блогов распространилось на социальные сети, и ключевые новостные события показали, какую роль социальные сети могут играть в репортажах и распространении информации. С запуском iPad и Kindle новостные организации обратили свое внимание на написание более длинных форм, в то время как росло понимание того, как цифровые технологии могут использоваться для отслеживания деятельности [11, С. 200-211].

Ведение блога предоставляет журналистам особые возможности, которые не обязательно доступны на других платформах. Например, независимо от того, являются ли они вымышленными или нет, повествования в блогах по-разному отличаются от традиционных печатных повествований. Даже если для этого должно быть много причин, взаимосвязанный характер Интернета, безусловно, является важным фактором. Ведение блогов дает гораздо больше возможностей для общения, что во многом объясняет, почему «журналисты и эксперты все чаще обращают внимание на то, «что важно» в мире сетевых журналов».

Далее среди таких тенденций жанрообразования новых СМИ можно выделить также увеличение гипертекстовых жанровых форм. Авторская журналистика настолько многообразно трансформирует любой жанр и подачу материала, что можно говорить о полном отсутствии жанровой структуры. К примеру, авторские текстовые блоги, авторские подкасты – с одной стороны, являются определенно новым жанром журналистики, так как содержат все выделенных характеристики мультимедийности, аудиовизуального ряда, интеграцию традиционного жанра журналистики. Однако, при добавлении видеоряда, авторский блог легко трансформируется в видеоблог, и уже может быть отмечен в другой жанровой классификации. В другое время под этим же жанровым именем будет бытовать содержание из множества текстов, обладающих самостоятельным жанровым статусом (например, печатной заметки, видеообзора, подкаста, слайд-шоу и пр.). С точки зрения журналистики, способность Интернета обеспечивать публикацию в режиме, близком к реальному времени, дает онлайн-изданиям некоторые качества вещательной функции [19, С. 53].

С одной стороны, участие государства в традиционных средствах массовой информации может способствовать распространению важной информации по всей стране. Государство может также использовать идею монополизации СМИ для ограничения свободы слова журналистов. Журналистов просят не сообщать о некоторых вопросах, потому что это повлияет на внутренние политические вопросы, и поэтому гражданам фактически не предоставляется доступ ко всей картине.

Интернет-журналистика может быть очень ценным инструментом социальной справедливости. Выступая за тех, кто не может, журналист может информировать остальной мир о важных проблемах. Анализ сильных и слабых сторон страны также может помочь определить способы, которыми можно помочь конкретному населению, выявить проблемный аспект на государственном уровне. Этот стиль онлайн-журналистики – инструмент расширения возможностей. Новая технологическая зависимость от информации действительно имеет свои преимущества - мгновенные уведомления о новостях и электронных письмах позволяют людям быть в курсе того, что происходит в мире всего за несколько секунд. Журналистский ландшафт постоянно меняется, а новые технологии и средства массовой информации переосмысливают отношения между традиционными СМИ и цифровой общественностью [21, С. 17].

Также отметим и то, что, несмотря на доступность интернет-журналистики для непрофессионалов, существует все-таки тенденция к некоторой стандартизации жанровой структуры Интернет-СМИ. Интернет-журналистика старается придерживаться определенного регламента и универсальной подачи информации, с целью создания общих характерных черт именно журналистики, а не просто обывательского творчества. Хотя будущее журналистики-цифровое, ключевые компетенции хорошего журналиста будут так же важны, как и прежде.

Список литературы

1. Аксенова О.Н. Журналистика данных: проблемы и перспективы О.Н. Аксенова // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Сер.: Социально-гуманитарные науки. – 2015. – № 3(7). – С. 41–44.

2. Амзин А.С. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / А.С. Амзин. – М.: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.

3. Бабыничева Д. В. Открытые данные в медиакоммуникации / Д.В. Бабыничева. – М.: НИУ ВШЭ, 2015. – 95 с.

4. Богданова А.А. Современная интернет-журналистика: взаимодействие средств массовой информации с социальными сетями / А.А. Богданова // Медиачтения СКФУ: сборник трудов научной конференции. – Ставрополь: Сервисшкола, 2017. – С. 262-267.

5. Богослова Е.А. Правовые основы деятельности средств массовой информации // Современная юриспруденция: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник трудов научной конференции. - Пенза: Наука и просвещение, 2017. - С. 210-213.

6. Выровцева Е. В. Диалектика развития журналистики XXI века: искусство слова и мультимедийные технологии / Е. В. Выровцева // Знак. Проблемное поле медиаобразования. – 2015. – № 3 (17). – С. 30-35.

7. Гильманова А.Н. Интернет-СМИ в международном информационном пространстве: монография / А.Н. Гильманова. – Казань: КФУ, 2017. – 113 с.

8. Дзялошинский И.М. Медиасфера России: пробуждение Соляриса / И.М. Дзялошинский // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2019. – С. 78–79.

9. Загидуллина М.В. Стремительное развитие технологий как вызов профессии журналиста / М.В. Загидуллина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5. – С. 7–8.

10. Иванов А.Д. Чат-бот в Telegram и ВКонтакте как новый канал распространения новостей / Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2016. – Т.1. №3. – С. 126–132.

11. Интернет-СМИ: теория и практика / под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 350 с.

12. Калугина Е.Г. О понимании интернет-СМИ в условиях развития гражданской журналистики / Е.Г. Калугина // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2017. - № 28. – С. 91-96.

13. Кастельс М., Киселева Э. Россия и сетевое общество: аналитическое исследование // Мир России. 2020. № 1. С.23–51.

14. Каторгина Д.Ю. Блогинг как форма коммуникации / Д.Ю. Каторгина // Современный дискурс-анализ. – 2018. – № 3 (20). – С. 120-123.

15. Кирия И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – М.: Издательский дом ВШЭ, 2017. – 424 с.

16. Кожемякин Е.А. Дискурс-анализ в цифровую эпоху: расширение возможностей (Рецензия на книгу Discourse and Digital Practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Era. L.; N.Y., 2015) / Е.А. Кожемякин // Новое литературное обозрение. – 2016. - № 1 (138). – С. 330-337.

17. Коломийцева Е.Ю. Инновационные процессы в развитии интернет-СМИ / Е.Ю. Коломийцева // Медийные стратегии современного мира: сборник трудов научной конференции. – Краснодар: КубГУ, 2017. – С. 23-24.

18. Кривоносов А.Д. Публичная среда и публичные коммуникации в эпоху интернета / А.Д. Кривоносов // Верхневолжский филологический вестник. – 2016. – №1. – С. 68–74.

19. Лагошина М.С. Роль блогов и блогеров в сети Интернет / М.С. Лагошина, Ю.А. Саева // Юный ученый. – 2018. – №1. – С. 52-53.

20. Ликанова А.С. Новостная интернет-журналистика: современная тенденция подачи информации / А.С. Ликанова // Студенческая наука и XXI век. – 2020. – Т. 17. - № 1 (19). – С. 130-132.

21. Лисенкова А.А. Цифровые медиа как зеркало современной культуры / А.А. Лисенкова, А Ю. Мельникова // Научное обозрение. – 2018. – № 1. – С. 17-20.

ГЛАВА 2. КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ, КРОСС-ИННОВАЦИИ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ НА МЕЗО-УРОВНЕ

2.1. Креативные индустрии регионов России: республика Саха (Якутия) [7]

Республика Саха (Якутия) – уникальный по размерам и природным условиям субъект Российской Федерации, не имеющий аналогов в мире. Большая часть территории Якутии представляет собой богатое природное достояние в пространстве вечной мерзлоты, где сохранились таежные леса, арктические пустыни и тундры. Особо охраняемые природные территории включают в себя заповедники, природные парки и заказники, озера и зоны покоя. Одним из удивительных мест являются «Ленские столбы» - скалистый парк с бесценной экосистемой, являющийся объектом всемирного наследия ЮНЕСКО [6].

Освоение богатых природных ресурсов является основой экономики Республики Саха, в которой ведущее место занимают алмазная и нефтяная промышленность. Корпорация АЛРОСА (ранее «Якуталмаз») – один из мировых лидеров по добыче и запасов алмазов, демонстрирующая высокие показатели выручки от продажи алмазов и устойчивое развитие. Добычей топливо-энергетического сырья в Якутии занимаются компании ПАО «Сургутнефтегаз», ООО «Саханефть», АО «АЛРОСА-Газ» и др. По итогам 2022 года добыча газа в Якутии достигла 17 миллиардов кубометров, что на 129% больше чем за период 2021 года, добыча нефти составила свыше 18 миллионов тонн [4] .

Высокие показатели ведущих экономических отраслей Якутии, увеличение вклада республики в экономику страны – результат срочных мер реагирования, сплоченности и плодотворной работы всех сфер в тяжелых условиях пандемии и санкций недружественных стран. Сложные исторические события последних лет не помешали республике в 2022 году завоевать высшую награду в области креативных индустрий России, став самым творческим регионом года. Креативные индустрии Якутии являются активными участниками экономических процессов всего Дальневосточного региона, несмотря на то, что креативный рынок республики еще находится на стадии становления.

На данный момент в Якутии сформирована лучшая в России практика по развитию креативных индустрий. Наиболее перспективными и бурно развивающимися секторами креативного производства республики являются: киноиндустрия, IT-технологии (в том числе компьютерные игры и мобильные приложения), архитектура и дизайн, сувенирное и ювелирное производство, туризм, реклама, медиа, творческие конкурсы и фестивали. Немаловажную роль в развитии новых и быстро меняющихся отраслей экономики республики играют программы поддержки и содействия творческих индустрий.

[7] Автор раздела: Гришина А.В.

Якутия является первым регионом страны, в котором на правительственном уровне в 2019 году был утвержден стратегический документ по развитию креативной экономики - Концепции развития креативной экономики Республики Саха (Якутия) до 2025 года. Основная цель концепции развития креативной экономики заключается в обеспечении высоких темпов роста несырьевых отраслей экономики Якутии, для чего необходимо:

- создание и развитие креативной экономики путем увеличения креативной интенсивности в сельском хозяйстве, обрабатывающей промышленности, в сфере строительства, транспорта, торговли;

- создание условий, включая инфраструктурные, для развития и коммерциализации творческого потенциала населения республики через обучение креативным и предпринимательским навыкам;

- создание условий для расширения рынков присутствия местных компаний на российском и международном уровне, активизация инновационной деятельности предприятий в области маркетинга и увеличение доли организаций, занимающихся маркетинговыми инновациями.

Реализация концепции и поставленных в ее рамках задач, по мнению авторов, обеспечит к 2025 году расширение рынков присутствия предприятий республики на российском и международном уровне, приведет к активизации инновационной активности предприятий республики за счет повышения их креативной деятельности, позволит создать необходимые условия для формирования и развития предпринимательских навыков [9]. Подобный курс в перспективе обеспечит решение некоторых проблем в сфере креативных индустрий, таких как нехватка креативных пространств, дефицит специалистов, замкнутость инфраструктуры и финансирование креативных направлений деятельности.

На общегосударственном уровне совершенствование перспективного сектора экономики регулируется утверждённой в 2021 году Правительством Российской Федерации «Концепцией развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года». В документе подробно излагаются цели, задачи, приоритеты, принципы, направления и механизмы государственной поддержки креативных индустрий в России, исходя из сформировавшихся за время пандемии глобальных тенденций:

- основная доля добавленной стоимости различных товаров и услуг во все большем количестве секторов экономики обеспечивается именно результатами интеллектуальной, творческой деятельности;

- во всех видах творческой деятельности активно распространяются дистанционные формы работы, а доступность результатов такой работы для создания новых товаров и услуг крайне высока вследствие масштабного внедрения информационно-телекоммуникационных технологий;

- распространение и воспроизводство многих товаров и услуг происходит исключительно в цифровой среде, а унификация материальных производств и развитая транспортная система сделали рынки глобальными [10].

Основная цель документа заключается в развитии национальной креативной экономики, основанной на человеческом капитале и историко-культурном наследии народов Российской Федерации, что позволит повысить качество жизни людей, актуализировать и внедрить таланты в национальную экономику, получать экономическую выгоду от инвестиций в человеческий капитал и творческий труд.

Абсолютным лидером в сфере креативных индустрий республики Саха является кинематограф. Это подтверждается долей регионального кинопроизводства России и Дальнего Востока в частности (более 95 фильмов было произведено в Якутии с 2011 года, что позволило республике занять третье место по объему кинопродукции после Москвы и Санкт-Петербурга), а также участием в крупных кинофестивалях и завоеванием более 80-ти российских и международных наград. В изучении данного феномена стоит обратиться к истории развития кинематографии в Якутии.

В последние годы существования Российской Империи и в период советской власти вплоть до конца 80-х годов собственного национального производства кинофильмов в Якутии не существовало. Тем не менее, съёмки в Якутии осуществлялись, обретали известность якутские операторы и актёры, а система кинопроката и организация кинопоказов считались одними их самых развитых во всём Советском Союзе.

Как отмечает С.Р. Саввина: «Истоки якутского национального кинематографа, как творческой лаборатории, следует искать также в продукции Якутского республиканского телевидения. Именно режиссеры, работавшие на телевидении, сняли первые жанровые фильмы, ориентированные на местный менталитет, а потому получившие признание и любовь якутского зрителя» [13, С. 18]. Первые якутские фильмы транслировались по телевидению, поскольку система кинопроката собственных фильмов не была в достаточной степени развита. Первой картиной на якутском языке принято считать киноленту «Мааппа» 1986 года Алексея Романова. Это был дипломный фильм начинающего режиссёра во Всероссийском институте кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). Картина посвящена судьбе путника, который холодной якутской зимой заблудился в дикой местности. Хотя фильм был снят на Свердловской киностудии, можно увидеть стилистические элементы фильмов саха, созданных позже, в Якутии, в 1990-х годах.

Именно Алексей Романов стал первым профессиональным кинорежиссером Якутии и выступил инициатором творческого объединения «Северфильм», на базе которого была создана государственная кинокомпания «Сахафильм» в 1992 году. Основные направления деятельности кинокомпании заключались в создании кино- и видеофильмов различных видов и жанров с

целью развития и сохранения традиционной культуры коренных жителей Якутии, в пропаганде национальной культуры посредством кино-, видеофильмов, в создании кино-, видеолетописи всестороннего развития республики и в создании рекламных видеороликов и фильмов, посвящённых деятельности организаций, желающих установить контакты с зарубежными партнерами, предназначенных для демонстрации за рубежом. Все это соответствовало необходимости пропаганды нравственных, эстетических ценностей и идеалов, повышения роли киноискусства в духовном возрождении народов республики Саха. Это стало стимулом для обучения будущих специалистов в области кино за счет бюджета республики, на учебу в центральные киновузы отправлялись абитуриенты из Якутии. Сложилась феноменальная ситуация для 90-х годов: в бывших союзных республиках и в самой России все чаще и чаще закрывались киностудии, а в Якутии начало активно развиваться национальное кино.

В начале нулевых появляются независимые киностудии, продюсерская система кинопроизводства набирает обороты. С целью получения прибыли и достижения коммерческого успеха развлекательные жанры и зрительское кино - основные инструменты в руках продюсеров. Обновляется актерский состав, молодые выпускники театральных ВУЗов обретают популярность. Комедийный фильм «Кэскил» 2006 года становится настоящей франшизой, где простодушный парень постоянно попадает в нелепые ситуации со своим непутевым другом на протяжении трёх частей («Кэскил», 2006; «Кэскил 2: Матч-реванш», 2009; «Кэскил 3»: Битва за наследство», 2013).

В 2009 году государственную поддержку получает фильм «Тайна Чингис Хаана» Андрея Борисова (министр культуры и духовного развития Республики Саха с 1990 по 2014 г.г.), в общей сумме бюджет которого составил беспрецедентные для Якутии 10 миллионов долларов. Важно учесть, что до сих пор бюджеты якутских фильмов варьируются в пределах от нескольких сотен тысяч до 1-2 миллионов рублей. Картина вызвала весьма противоречивые отзывы, но стоит признать, что это первый большой якутский блокбастер, технического качества по сей день не достиг ни один якутский фильм. Фильм обладал мощной рекламой на федеральном уровне, на российском кинорынке картину представляла компания «КАРОпрокат». Как отмечает Петр Чиряев, директор республиканской кинотеатральной сети: «…огромное влияние оказывал на всех Андрей Борисов, в том числе на развитие нашей кинопрокатной сети. Именно у него появилась идея показывать кино во всех населенных пунктах республики. Человек, который погрузился в производство фильмов и прокат, был заинтересован в том, чтобы каждый житель республики имел доступ к произведениям наших кинематографистов. Наши кинематографисты не умели пользоваться хлопушками, не было профессиональных звуковиков, операторов нормальных. Они все натаскались

на производстве этого масштабнейшего проекта (Чингис Хаан, прим. авт.)» [3, С. 17].

Возросшая доступность цифровых устройств и простота в их обращении позволила в 2011 году Сюзанне Ооржак снять на цифровой фотоаппарат фильм «Покидая благоухающую гавань», что вызвало большой всплеск независимого кинопроизводства. Именно в этот период появляются первые режиссеры-самоучки, абсолютно свободные в самовыражении, а республиканский прокат выходит большое количество игровых фильмов в самых разных жанрах: комедии, драмы, триллеры и хорроры.

Период с 2016 по 2020 год стал значимым этапом в истории якутского кино. Фильмы якутских режиссёров становятся триумфаторами крупных отечественных фестивалей: «Окно в Европу» («Его дочь», реж. Татьяна Эверстова; «Черный снег», реж. Степан Бурнашев), ММКФ («Царь-птица», реж. Эдуард Новиков), Кинотавр («Пугало», реж. Дмитрий Давыдов). В 2021 году фильм «Нуучча» режиссера-дебютанта Владимира Мункуева был удостоен «Хрустального глобуса» в Карловых Варах, а альманах «Ыт» Д. Давыдова и С. Бурнашева, — специального приза в Варшаве. Такие словосочетания как «новая якутская волна», «якутский кинобум» и даже ласковое «Сахавуд» всё чаще встречаются на страницах научных журналов, посвященных исследованиям в области искусствоведения, культурологии, языкознания и литературы, философии и этики.

Чем определяется данный феномен? На основе анализа имеющихся на данный момент исследовательских работ (Н. Аргылов, У. Охлопкова, С. Саввина, Г. Красильникова, Т. Ляпкина и др.), можно выделить три группы факторов, сыгравших решающую роль в становлении данного явления. К первой группе относятся политические и экономические факторы.

Отправной точкой в изучении данной группы факторов стоит считать Республиканский фестиваль «Кино Арктики», который впервые прошел в Якутске в 2011 году и показал, что якутский кинематограф является одним из динамично развивающихся региональных сегментов киноиндустрии Российской Федерации. С 2013 года это мероприятие получило статус «Якутского международного кинофестиваля» и реализуется при поддержке Министерства культуры Российской Федерации и Союза кинематографистов.

В том же году распоряжением правительства Республики Саха была утверждена Концепция развития киноиндустрии до 2020 года. Цель реализации Концепции заключалась в становлении национальной киноиндустрии Якутии как крупного регионального сегмента, конкурентоспособного на российском и международном рынках [11]. Однако до 2017 года экономическая поддержка киноиндустрии в Якутии была минимальной: ежегодно на эти цели из бюджета выделялось всего 5 миллионов рублей. Эти деньги делились между фильмами по несколько сотен тысяч рублей на каждый, а средний бюджет одного якутского

фильма - 2-3 млн рублей [1, С.111]. То есть зачастую, кино снималось на голом энтузиазме.

Тем не менее, в 2018 году Молодёжный центр Союза кинематографистов России представил «Карту регионального кино» с результатами лучших практик за 6 лет [5], среди которых был отмечен рост числа качественных региональных картин, в том числе и Якутских. Стратегические сессии, всероссийские форумы, рейтинги регионального кино, концепции развития регионального кино, Всероссийский питчинг дебютантов - все эти проекты оказали колоссальную творческую и экономическую поддержку в развитии культурной среды регионального кино по всей стране.

В феврале 2023 года было опубликовано распоряжение правительства Якутии «Об утверждении Концепции развития киноиндустрии, анимации и производства цифрового контента Республики Саха до 2027 года». Новый документ призван не только сохранить существующий уровень индустрии, но и вывести ее на качественно новый этап развития, отвечающий всем глобальным вызовам времени [12]. В частности, речь идёт об освоении стриминговых сервисов, увеличении объёмов производства анимации и цифрового контента, модернизации материально-технической базы кинопроизводства. Важно отметить, что в документе говорится о переходе национальной киноиндустрии из крупного регионального сегмента кинопроизводства России в полноценного индустриального участника российского и мирового кинорынков.

Каковы перспективы данного курса? Во-первых, будет происходить становление Якутии как центра кинопроизводства Дальнего Востока, а Дальнего Востока как центра регионального кинопроизводства России. Во-вторых, необходимость привлечения в развитие индустрии федеральных средств, требует внедрения новых форм финансовой поддержки отрасли. Возможный результат – создание единой дальневосточной кинокомиссии и введение программы дальневосточных кинорибейтов (налоговый возврат из бюджета региона через специально созданные кинокомиссии части понесенных затрат производителя кино или телесериала за съемки на своей территории).

Власти Якутии готовы заниматься развитием и продвижением якутского кино за пределы региона и страны, но феномен якутской волны – это не только результат региональной политики. Творческие объединения, киноклубы, независимые студии, фестивали и зрители формируют ещё одну группу факторов – личностных (творческих и мотивационных).

Независимые киностудии Якутии стали создаваться ещё в 2004 г., среди них «Алмазфильм», «Арктик-Синема», «Ургэл В», «Арт-лайн», «Аргыс-фильм», «ДетСат», «Туйма-фильм», «Магдис», АРТ Дойду» и другие [7]. Фильмы, созданные этими небольшими авторскими кинокомпаниями, были ориентированы на демонстрацию прежде всего местной аудитории, на внутреннем рынке, но возымели успех у российского и зарубежного зрителя. Ежегодно в республиканский прокат выпускается около 15 фильмов

независимых кинокомпаний. Большинство из них – малобюджетные (от 500 тыс. до 1 млн. рублей), которые, тем не менее, имеют хорошие кассовые сборы.

С 2012 года возникло сообщество независимых кинематографистов «Саха Киноклуб». Киноклуб сформировался усилиями Сарданы Саввиной и Любови Борисовой, кинорежиссера и сценариста, создателя фильма «Надо мною солнце не садится» (2019). Участники сообщества приходили в Киноклуб смотреть якутские фильмы и обсуждать их с приглашенными режиссерами и актерами, и в самом начале он больше напоминал клуб по интересам. В первые годы существования Киноклуб проводил показы каждую неделю по четвергам. Со временем периодичность встреч снизилась, и с 2017 года сборы сообщества приостановились. В 2022 году происходит возрождение Киноклуба, он открывает «второй сезон» и можно утверждать, что абсолютный, чистый интерес во многом движет якутским киносообществом. В республике успешно развивается собственное якутское кинофестивальное движение. Помимо «Якутского международного кинофестиваля» проводятся республиканский кинофестиваль короткометражных фильмов «Республика Кино» и национальная профессиональная премия в области кинематографии «Чыпчаал».

Не менее важный фактор становления феномена якутского кино внутри региона – это его аудитория. Кинокартины снимаются преимущественно для местного населения, режиссеры учитывают потребности аудитории, поэтому почти все фильмы выходят на национальном языке и с русскими субтитрами, некоторые фильмы – в двуязычном варианте. Якутский зритель весьма заинтересован в самоидентификации, находясь в диалоге с экраном, он осуществляет плодотворную работу по повышению уровня национального самосознания. Благодаря тому, что у местных режиссеров есть собственное видение, каждый фильм является уникальным, самобытным. А темы, раскрывающиеся в картинах, понятны и близки каждому, так как большинство якутских фильмов затрагивают общечеловеческие темы.

Якутское новое кино обладает особенной чертой – следованием культурным традициям. Режиссёры, делая акцент на самобытности, национальном колорите, мифах, обычаях раскрывают особенности культурного феномена региона. Следующая группа факторов, формирующих «новое якутское кино» можно обозначить как культурные и исторические.

Эстетические поиски авторов Якутии характеризуются нежеланием вливаться в глобальный мейнстрим массовой культуры, а также поиском собственных художественных решений. В связи с этим в современной якутской культуре происходит активное освоение этномодерна, благодаря чему по-новому раскрываются преимущества именно национальной культуры. Эпоха советского прошлого, эпоха модерна была сконцентрирована на рационализации идеи прогресса, которая для северных регионов включала в себя мощную, но подчас однобокую индустриализацию, и всё, что было наработано в XX веке якутским искусством и культурой, обрело ценность только в начале XXI

столетия. Новый культурный этап иллюстрируется в Якутском театре, живописи, хореографии и, конечно же, в кинематографе [8, С.119]. Многие местные режиссеры рассматривают кино как средство продвижения национальной идентичности, практически неизвестной за пределами России, и той части мира, которую довольно часто относят к расплывчатому, туманному представлению о Сибири — месте, редко ассоциирующимся в общественном воображении с чем-либо иным, кроме экстремального холода и бескрайнего пространства.

Религиозные и мифологические конструкты стали универсальными инструментами для передачи авторской идеи. А удачно сконструированная авторская позиция позволяет зрителю взглянуть по-новому на обыденность, подталкивая его к самопознанию. Мифологический дискурс, используемые атрибуты культуры, обрядов и ритуалов, экранизация национальной литературы отражает новое понимание смыслов Якутских сказок, эпоса, традиций – словом, всего, из чего складывается культурный код сахалар.

С начала 2000 гг. якутское кино проходило этап обретения самобытности. Локальный кинематограф стал осознаваться за пределами Якутии как культурный феномен, что повлияло на его распространение. Однако согласно новой региональной политике, производителям якутской индустрии необходимо создавать не только собственные проекты, вызывающие ассоциации с национальной культурой республики, но и нейтральные проекты для международного и российского кинорынка, необязательно ассоциирующиеся с регионом [12]. Соответственно, возникает угроза существования «концепции самобытности».

В июне 2022 года во ВГИКе проходил круглый стол «Феномен российского регионального кинематографа», где Дмитрием Михайловичем Якуниным были озвучены сформированные к этому времени модели развития регионального кино. Первой была озвучена Якутская модель, подразумевающая поддержку местных авторов и историй, основанных на национальной культуре республики, продвижение фильмов в кинотеатры и на российские и международные кинофестивали. Отработала ли себя полностью эта модель – пока не совсем понятно, но эффективность этой модели очевидна. Разумеется, дальнейшее развитие «нового якутского кино» в России будет зависеть от целого комплекса факторов, особенно связанных с общей политической и экономической обстановкой в стране.

Неотъемлемой частью любого кинопроцесса является система кинопроката. Стремительное увеличение кассовых сборов якутского кино, наблюдаемое в последние годы, стимулирует открытие новых кинозалов за пределами крупных городов. В 2022 году количество кинозалов в Якутии увеличилось на четверть, и в 2023 году в населенных пунктах региона начали работу более пятидесяти кинозалов.

Колоссальную работу в создании новых залов и поддержку проката региональных картин осуществляет «Якутская республиканская киносеть». В этом направлении у общественной организации конкурентов нет, поскольку крупный прокатный бизнес не проявляет интереса к регионам. Очевидно, что для бизнеса подобная деятельность не рентабельна и присутствуют очень большие издержки: дорогостоящее оборудование и стоимость содержания объекта в улусе составляет не менее полутора миллионов рублей. В связи с маленьким количеством населения, обороты денежных средств не покроют даже зарплаты работникам кинотеатра, не говоря уже о прибыли. Учитывая, что в среднем в Якутии в кино ходит около 25% населения, в населенном пункте с численностью 10 тысяч человек, за месяц кинотеатр посетит всего 2,5 тысяч человек. При средней стоимости билета 200 рублей, доход составит 500 тысяч рублей. Из этой суммы 50% отчисляется дистрибьюторам, которые предоставляют контент. На оставшиеся 250 тысяч содержать кинотеатр не представляется возможным. Республиканская киносеть находится в постоянном поиске поддержки от муниципалитетов, которые (к счастью) охотно идут навстречу и практически везде предоставляют помещение, содержание которого берут на себя. Такой вариант сотрудничества дает возможность выдавать заработную плату работникам и нести постоянные расходы по замене и обслуживанию оборудования.

Проблема открытия и функционирования кинотеатров в малых населённых пунктах кроется ещё и в том, что существующая модель кинопоказа основана на западных технологиях. Существующая DCI (Digital Cinema Initiatives) лицензия, которая выдается ограниченному кругу производителей проекционной техники, повышает стоимость оборудования для кинотеатров. Помимо этого, существуют очень жёсткие условия проката, в соответствии с которыми прокатчики должны показывать каждый фильм в четыре-пять сеансов в течение трёх-четырёх недель. Очевидно, что в селах эти требования просто невыполнимы.

Найти компромисс в решении проблем, связанных с прокатом в малонаселенных уголках республики, удалось благодаря кросс-инновационному проекту IT-инженеров технопарка «Якутия» и Якутской республиканской киносети. Речь идет об альтернативе импортной системе дистрибуции фильмов в кинотеатрах — отечественной разработке «Extra Cinema». В комплект для кинотеатра входит проектор со встроенным медиасервером, компьютер управления проектором и кинобилетной системой, программное обеспечение, коммутация. Проектор ECP-221 предоставляет доступ к специальной платформе, с которой скачивается нужная кинолента на жесткий диск внутреннего сервера. Демонстратору достаточно выбрать картину, определить сеанс, продать билеты, а проектор в назначенное время автоматически запустит кинопоказ [2].

Данное решение значительно упрощает логистику и обеспечивает безопасность авторских прав, так как любой правообладатель, желающий

показать свое кино, загружает фильм на платформу в зашифрованном виде. После каждого сеанса данные о результатах проката автоматически уходят в ЕАИС (единая автоматизированная информационная система, предназначенная для обеспечения защиты исключительных прав на аудиовизуальные произведения), а правообладателю фильма высылается отчет о его заработке и начислении гонорара. При этом контент полностью защищен, используется собственная система кодировки файлов, для которой якутскими программистами создан свой плеер [2]. У зрителей будет возможность участвовать в составлении репертуара – они смогут голосовать за фильмы по их трейлерам.

В тестовом варианте проект стартовал в десяти населенных пунктах республики Саха с численностью от 600 до 3,3 тыс. человек. Министерство культуры и духовного развития Республики Саха (Якутия) оказало финансовую поддержку производства первой партии из 10 проекторов. Проект реализуется при содействии главы республики Айсена Николаева и привлек внимание целого ряда федеральных органов власти. В якутской системе кинофикации заинтересованы уже в нескольких регионах страны.

Еще одним примером кросс-инновационного сотрудничества является креативный кластер «Квартал труда», позиционирующий себя как фундамент для развития креативных индустрий Якутии в области IT, кинематографа, анимации, моды, дизайна, музыки, компьютерной графики, изобразительных искусств, фото- и видеопродакшена. Кластер был открыт и запущен в конце 2022 года, его работа реализуется при поддержке министерства РФ по развитию Дальнего Востока и Арктики. «Квартал труда» объединил в себе продюсерские центры, творческие объединения, бренды, кино- и видеостудии и социальные стартапы. Резиденты могут рассчитывать на существенные налоговые льготы, льготы по страховым взносам и административную поддержку. К 2024 году число резидентов должно достичь 150, общее количество рабочих мест составит 1250. На данный момент кластер предоставляет в аренду звукозаписывающие студии, студии с хромакеем, рабочими станциями и услуги по записи и сведению звука.

Подводя итог, стоит сказать, что на сегодняшний день креативная сфера Якутии насчитывает более шести тысяч компаний, в креативных отраслях экономики заняты более сорока тысяч человек. Учитывая, что креативные индустрии в республике получают всю необходимую поддержку на законодательном уровне, власти Якутии рассчитывают, что к 2035 году количество творческих и интеллектуальных работников должно вырасти вдвое.

Список литературы

1. Аргылов Н.А. Охлопкова У.В. Факторы формирования и развития регионального кино в России: якутский феномен // Медиа альманах № 6. – 2022. – С. 107-117.

2. «В Якутии запускают систему кинопроката с проекторами местного производства» [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL

https://www.kinobusiness.com/news/v-yakutii-zapuskayut-sistemu-kinoprokata-s-proektorami-mestnogo-proizvodstva/ (дата обращения: 16.01.2024)

3. Круглый стол. Искусство кино ½ 2021, М.: Наука, 2021. – 296 с.

4. Министерство промышленности и геологии Республики Саха (Якутия) [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL https://minprom.sakha.gov.ru/ (дата обращения 12.01.24)

5. Молодежный центр Союза кинематографистов, брошюра «Карта регионального кино. Презентация лучшей практики», М.: 2018.

6. Официальный информационный портал Республики Саха (Якутия) [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL https://www.sakha.gov.ru/ (дата обращения 12.01.24)

7. Павлова-Борисова Т.В. Этапы развития якутского кинематографа: от «немого кино» до национальной киноиндустрии // Философия и культура. – 2023. – № 4. – С. 70 - 87. [Электронный ресурс] DOI: 10.7256/2454-0757.2023.4.38152 EDN: PGNWDL Режим доступа: URL https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=38152 (дата обращения: 16.01.2024)

8. Пудов А.Г. Этномодерн – новая художественная парадигма художественной культуры Якутии // Манускрипт Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 4. С. 117-121.

9. Распоряжение «Об утверждении Концепции развития креативной экономики Республики Саха (Якутия) до 2025 года» [Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов]. Режим доступа: URL https://docs.cntd.ru/document/561716583 (дата обращения 12.01.24)

10. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/ (дата обращения 11.01.24)

11. Распоряжение «Об утверждении Концепции развития киноиндустрии Республики Саха (Якутия) на 2014-2020 годы» [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL https://docs.cntd.ru/document/430613992 (дата обращения: 12.01.2024)

12. Распоряжение «Об утверждении Концепции развития киноиндустрии, анимации и производства цифрового контента Республики Саха до 2027 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL https://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW249&n=94099#sDAwMfTs5LkyeoIL (дата обращения: 14.01.2024)

13. Саввина С.Р. Магистерская диссертация «Феномен якутского кино: культурные предпосылки, причины взлета и перспективы развития». Якутск, 2021. – 103 с.

2.2. Роль кластеров в развитии креативных индустрий: ремесленный кластер Свердловской области[8]

Постановка проблемы

В определении UNCTAD (Конференция ООН по торговле и развитию) креативные индустрии – это синтез креативности, культуры, экономики и технологий. Они строятся на талантах и идеях людей и служат драйвером экономики [1]. В самом определении заложен конфликт: креативность плохо интегрируется с технологией, а культура в большинстве случаев имеет слабую экономику. Создание креативных кластеров – это один из способов снятия данного противоречия. Кластер, как объединение в одной производственной цепочке связанных между собой бизнесов, дает для его участников возможность стратегического и оперативного решения возникающих вопросов, усиления экономических показателей и эффективности.

"Креативный кластер" - взаимосвязанные организации и предприятия, размещенные на территории компактно расположенных объектов недвижимости. Креативные кластеры развиваются управляющей компанией под единым брендом и объединяют резидентов (арендаторов) из секторов творческих (креативных) индустрий, субъектов творческого (креативного) предпринимательства в целом, имеют необходимую инфраструктуру для творческой и (или) предпринимательской деятельности, являются центром для создателей и потребителей творческого продукта и позитивно воздействуют на территорию своего присутствия. [2]. В этом определении очевидны три характеристики креативного кластера: объект недвижимости с развитой инфраструктурой, арендаторы креативной направленности и управляющая компания.

Практика создания креативных кластеров в Свердловской области показывает возникающие проблемы, необходимые условия их разрешения и дальнейшего устойчивого развития объединений. На момент написания статьи можно выделить 5 креативных кластеров в области, привязанных к объектам недвижимости: «Лето на заводе» (г. Сысерть), креативный кластер в Черноисточинске, «Самородок» (г. Нижний Тагил), креативный кластер на Арамильской суконной фабрике (г. Арамиль), креативный кластер «Домна» (г. Екатеринбург) [3]. В данной статье не ставится задача сравнительного анализа креативных кластеров области, так как сейчас идет становление объединений, но в той или иной мере все они сталкиваются с похожими вопросами,

Вопросы, требующие решения

1. Первая задача, которая стоит перед любым объединением – это некое видение, модель работы, или концепция деятельности. Она отвечает на вопросы: что кластер может дать создателям творческого продукта, о каком творческом продукте идет речь, кто его создает, этим создателям интересно объединиться на постоянной основе, или возможны временные альянсы. Вторая группа вопросов: кто является потребителями этого творческого продукта, какова их платежеспособность, мобильны ли они во всех смыслах (готовы ли к инновационным продуктам, или отдают дань традициям, есть ли возможность

[8] Автор раздела: Кузнецова Л.А.

физического присутствия и т.д.), каков портрет будущего потребителя. Третья группа вопросов: как связать между собой создателей и потребителей творческого продукта в одном пространстве, какой социально-значимый вопрос решит кластер, обладает ли это объединение экономической и культурной ценностью. Проблема, с которой сталкиваются инициаторы создания креативных кластеров, – сложность занять мета-позицию, посмотреть на свою инициативу с «высоты птичьего полета», увидеть картинку целиком и облечь ее в слова. Творческий человек – чаще всего обладает интуитивным типом обработки информации, следует за своим порывом, полагаясь на благоприятный исход дела. При таком раскладе элементы мозаики могут сложиться в целостную картинку, а могут рассыпаться. Важный вопрос при создании – какой будет экономическая модель креативного кластера. Мало кому удается (особенно на старте) выдержать гибридную модель, соединяющую в себе привлечение средств из грантовых источников и коммерческое зарабатывание денег, чаще всего, выбирается один приоритет.

2. Вторая задача, которая требует решения при создании креативного кластера – институциализация его деятельности.

Сегодня креативные объединения возникают преимущественно как инициативы коммерческих и некоммерческих структур. Креативный кластер как самостоятельное юридическое лицо трудно встретить. В этом случае, особенно важно заключение соглашений с собственниками площадок, где прописаны взаимные обязательства и правила взаимодействия. И, если такие соглашения, с различной степенью детализации все же принимаются, то Положения о самих кластерах практически отсутствуют. Поэтому так трудно привлекать участников в объединения, им важно знать цели и задачи кластера, прописанные условия участия, кто является организатором и какие у него есть полномочия представлять интересы участников кластера, как в кластере принимаются решения, каковы права и обязанности его участников, какова модель финансирования и как кластер прекращает свою деятельность.

3. Третий краеугольный камень– это стратегия, она напрямую связана с концепцией, выбранной моделью и целями креативного кластера. Это ответ на вопрос, чего хочет достичь объединение к концу определенного периода и как этого добиться. Причем, одну и ту же задачу можно решить по-разному. Если задача года увеличение числа постоянных резидентов кластера, значит, могут быть выбраны стратегии от личных встречи и переговоров до продвижения ключевой идеи объединения в социальных сетях.

В данной статье хотелось бы описать практический опыт создания и развития Ремесленного Кластера Свердловской области. Создание Кластера является инициативой некоммерческой организации, учреждения дополнительного профессионального образования «Выгодный контракт» и является результатом проекта «Создание ремесленного Кластера 50+ в Свердловской области», поддержанного Фондом Президентских грантов в 2021 году. Особенность Ремесленного креативного кластера заключается в том, что данное объединение не было стационарно привязано к какому-то объекту недвижимости, а мероприятия внутри проекта проходили на разных площадках и территориях. Проект был направлен на формирование готовности рукодельниц

и ремесленников старшей возрастной группы к рыночным механизмам получения дополнительных доходов, на устранение самоизоляции и неравномерного развития ремесел на территориях и внутри различных направлений «хенд мейд», на преодоление разрыва в вопросах продвижения и реализации своих изделий между молодыми рукодельницами и ремесленниками и мастерами старшего возраста. По мере развития проекта организаторы пришли к выводу, что кластер интересен не только ремесленникам старшего возраста. Проблемы, с которыми сталкиваются мастера, одинаково актуальны для всех возрастов.

На первом этапе при формировании Ремесленного Кластера проводился опрос мастеров Свердловской области о готовности к объединению. Всего было опрошено 340 человек. Распределение по возрасту: 18% опрошенных – ремесленники до 40 лет, 40% – мастера в возрасте от 41 до 51 года; 33% – от 52 до 62 лет, 7% - от 63 до 73 лет и 2% - ремесленники старше 73 лет. Среди опрошенных 86% – это женщины, 14% – мужчины (чаще всего, это деревообработка, плетение из лозы, скульптура из металла и камня, кузнечное дело). Опросы проводились в Городских округах, участниках-проекта: 37% опрошенных из Сысертского Городского Округа, 25% – из Арамильского Городского Округа, 29% – из Городского Округа Первоуральск. Оставшиеся 9% – другие территории Свердловской области, ремесленники которых принимали участие в мероприятиях проекта, либо ответили на анкету онлайн.

Были использованы две формы опроса: онлайн через гугл-опросник и на реальных встречах с ремесленниками, мастера отвечали письменно на распечатанные анкеты. В онлайн-анкетировании приняли участие 113 мастеров, в офлайн-опросе участвовало 227 ремесленников. Анкета была разделена на две группы вопросов: первая часть – это более глубокое знакомство с мастерами и ремесленниками территории, вторая – выявление их готовности к объединению.

Портрет ремесленников трех округов Свердловской области

Результаты ответа на вопрос «Как давно вы занимаетесь любимым делом, создавая ремесленные изделия?» представлены в таблице 1.

Таблица 1

Продолжительность занятия ремеслом

Варианты ответов	Число ответивших офлайн в %	Число ответивших онлайн в %
Это мое хобби, занимаюсь этим, сколько себя помню и с удовольствием	42	20
Начал(а) заниматься ремеслом недавно, около года	7	9
Занимаюсь более 3-лет	30	42
Делаю это периодически, то часто, то с существенными перерывами	10	12
Сделал (а) несколько изделий, в самом начале пути	3	5
Другое	8	12

С чем связано неравное распределение и разные тренды при онлайн и офлайн опросе: в офлайн анкетировании картина отличается за счет Городского

Округа Первоуральск, где 60% опрошенных на мероприятиях выбрали первый вариант ответа. Первоуральск – это промышленный моногород, где поисковая работа с ремесленниками и их привлечение к общим встречам и мероприятиям находится на начальной стадии, целенаправленно до старта проекта в городе ими никто не занимался. Наиболее распространенный вариант выбора *«занимаюсь более 3 лет»,* а вариант другое, по сути, может быть отнесено к нему же, там отвечавшие дописывали - более 5 лет, 10 лет, всю жизнь и т.д.

Среди ремесел у опрошенных *наиболее популярны,* независимо от формы опроса:

1. Первое место (25%): шитье (одежда, изготовление корсетов, ковровых изделий, покрывал, шляп и т.д.).
2. На втором месте (22%): Вязаные изделия и/или изготовление кружев (пленение на коклюшках, вязание крючком, филейное кружево и т.д.).
3. На третьем (16%): изготовление кукол
4. На четвертом (14%): деревообработка, изготовление изделий и дерева, реставрационные работы по дереву.

Какие *площадки для продажи сами мастера оценивают, как наиболее популярные?* На первом месте выделяются продажи знакомым, 56% участников опроса отметили их как актуальные. На втором месте (40% ответов) – ярмарки (местные, региональные, в других регионах, общероссийские, международные), на третьем и четвертом месте (по 30% выборов) – праздники (день города, различные форумы, народные гуляния типа Масленицы и т.д.) и выставки (тематические, персональные). На пятом месте (25%) мастера отмечают интернет-продажи.

Лишь 4% участников опроса написали в анкете, что у них нет мастерской, и необходимости в ней тоже нет. У 20% порошенных есть своя мастерская, некоторые работают в мастерской у другого ремесленника, подавляющее большинство (76%) работают на дому.

В концепции Ремесленного кластера одним из направлений работы предусматривалось создание Школы Ремесленника, поэтому при анкетировании были поставлены вопросы, позволяющие формировать программу обучения - «Где вы учились мастерству?» и «По каким темам вам необходимы образовательные программы?»

Таблица 2

Место обучения ремеслу

Варианты ответов	(% от ответивших, можно было выбрать несколько вариантов ответа)
Мастер-классы в интернет	51
Я самоучка, до всего дошел сам	46
Мастер-классы вживую, офлайн	31
Меня учил признанный мастер, наставник	21
Специальные ремесленные школы, училища, колледжи, где учат профессии/специальности	15

Таблица 3

Актуальные для обучения темы

Выбранные темы	(% от ответивших, можно было выбрать несколько вариантов ответа)	Приоритеты
Организация продаж	37	III
Организация продвижения (в том числе, в социальных сетях)	36	VI
Изучение новых ремесленных техник	40	I
Правовое обеспечение деятельности ремесленника	20	VI
Эффективное участие в ярмарках	39	II
Профессиональное поведение в публичном пространстве	13	VII
Проведение мастер-классов (как учить других и зарабатывать на этом деньги)	25	V

При сравнении этих таблиц видно, что приоритетным для ремесленников является наращивание профессионального мастерства, 2-4 места практически с разрывом в 1% занимают – эффективное участие в ярмарках, организация продаж и продвижение своих изделий в социальных сетях.

Выявление готовности ремесленников к объединению

В ответе на вопрос «Что объединение может дать ремесленникам?» абсолютным лидером стал ответ «Профессиональное общение, обмен опытом», это выбор, наряду с другими, сделали 69% от общего массива опрошенных. На втором месте (49% выборов) – различные виды продвижения, на третьем (39%) – обучение, направленное на ремесленников, с учетом их насущных потребностей. Меньше остальных, только 12% выборов, набрал вариант, что объединение дает снижение репутационных рисков (в объединение вступают только мастера своего дела). Парадокс, характеризующий работу ремесленников, заключается в том, что мастерам не хватает профессионального общение с себе подобными, но индивидуальный характер самой деятельности накладывает отпечаток невысокого интереса к мастерству другого и завышенную оценку качества своей работы. Кстати, самыми сложными для опрошенных стали вопросы, характеризующие их изделия и сам процесс производства по шкалам, было трудно оценить, как они работают над изделием – под заказ, или, исходя из творческого порыва, их изделия, скорее, традиционные или современные, используется ручной или механизированный труд, *23% не смогли дать ответы на эти вопросы.*

Заключительным был вопрос «При каких условиях вы захотели бы войти в ремесленное объединение?». Таблица представляет полный расклад по ответам на этот вопрос.

Самый привлекательный фактор для объединения – это своя площадка с мастерскими и выставочным залом. Вторая приоритетная причина объединения – финасовые и правовые преимущества. На третьем месте - репутация объединения настоящих профессионалов. Возникает некоторое противоречие с ответами на предыдущий вопрос, где снижение репутационных рисков оказалось менее всего значимым для опрошенных.

Таблица 4

Условия вхождения в ремесленный кластер

Варианты ответов	(% от ответивших, можно было выбрать несколько вариантов ответа) Офлайн-опрос	(% от ответивших, можно было выбрать несколько вариантов ответа) Онлайн-опрос
Если бы объединение давало льготы, и я выигрывал (а) бы финансово.	48	41
Если бы у него была репутация объединения настоящих профессионалов и сила для неформальной поддержки ремесленников.	27	41
Если бы мне порекомендовали присоединиться к объединению значимые лица (авторитетные ремесленники, эксперты, организаторы ярмарок и т.д.).	14	9
Если бы у меня был голос в принятии решений по важным для ремесленников вопросам.	4	9
Если бы объединение присваивало звания и регалии мастеру.	16	26
Если бы у объединения была своя площадка с мастерскими и выставочным залом.	49	66
Нет ответа	7	5

Опрос подтверждает гипотезу о необходимости создания управленческой команды кластера, которая сможет взять на себя решение ключевых вопросов, которые не сразу понятны рядовым ремесленникам, а иногда вводят их в заблуждение.

Стоит отметить, что 10%, считают, что они уже входят в ремесленный кластера, потому что принимают активное участие во всех мероприятиях проекта.

Основные выводы по результатам опроса:

1. При создании ядра ремесленного кластера на первом этапе стоит обратить внимание на ремесленников, которые занимаются разнообразными видами шитья, вязания, изготавливают кукол, занимаются деревообработкой.

2. В структуре кластера следует предусмотреть Школу ремесленника, в рамках которой будут проходить мастер-классы по новым техникам в выбранных направлениях, а также освещаться темы различных видов продажи и продвижения, эффективного участия в ярмарках.

3. Следует продолжить просветительские вебинары, раскрывающие тему преимущества объединения для ремесленников и мастеров.

4. На территориях, в городских округах необходимо продвигать идею ремесленного коворкинга, на старте по тем направлениям, которые наиболее популярны на местах.

5. Ремесленный кластер может стать общей платформой для реализации значимых для ремесленников территорий проектов по продвижению изделий мастеров у потенциальных клиентов.

Устойчивость творческого объединения, в том числе, его экономическая отдача для участников невозможны без формирования доверия друг к другу и к управляющей команде. Для этого требуется 2-3 года непрерывной работы. Доверие к Ремесленному Кластеру формировалось всем комплексом мероприятий проекта, активные участники стали проявлять себя и интерес к объединению на протяжении всего проекта, многие мастера считали себя уже участниками объединения, хотя официально не заполняли заявки на вступление в Кластер. На заключительном этапе тщательно продумывалась и обсуждалась с лидерами территорий модель кластера, было принято решение пойти по пути Московского инновационного кластера, который объединил в себе как физических, так и юридических лиц. Неформальные объединения ремесленников также могли войти в состав Ремесленного Кластера. Проект был нацелен на создание такого объединения рукодельниц и ремесленников, которое интегрирует конкурентные преимущества каждого участника кластера, приведет к активному сотрудничеству и совместному решению организационных вопросов, усилит рыночные, предпринимательские компетенции мастеров.

Были определены основные задачи Ремесленного Кластера:

- Организовать работу по формированию ремесленных брендов территорий региона
- Создать среду для творческого профессионального общения мастеров Свердловской области
- Повысить статус ремесленника в глазах общественности через привлечение внимание к труду мастера в СМИ, на официальных встречах с потенциальными партнерами и представителями власти, в работе с общественными организациями
- Разрабатывать программы подготовки и проводить обучение ремесленников в соответствии с их насущными потребностями
- Оказывать содействие в реализации проектов развития Кластера, выполняемых совместно двумя и более участниками
- Поддержать информационно, методически и организационно выставочно-ярмарочные и коммуникативные мероприятия в сфере интересов участников, а также их участие в выставочно-ярмарочных и коммуникативных мероприятиях, проводимых в других регионах России.

Экономическая модель Ремесленного кластера была построена следующим образом. Финансовое обеспечение Кластера формируют: целевые поступления, предназначенные для реализации проектов Кластера (гранты, субсидии, корпоративная поддержка проектов), средства, поступившие от выполнения работ и оказания услуг, реализуемых некоммерческой организацией или иным участником Кластера на коммерческой основе; целевые поступления от партнеров в рамках выполнения совместных мероприятий, спонсорские взносы, добровольные корпоративные и частные пожертвования на развитие программ Кластера [4].

Первая территория, на которой началось развитие ремесленного бренда территории, в рамках Ремесленного кластера, стал Арамиль – город-спутник Екатеринбурга. Территория была позиционирована как текстильная провинция Урала. В рамках Кластера начался проект, получивший грантовую поддержку Президентского Фонда Культурных Инициатив «Солнце в нитях: креативное пространство для ремесленников Урала». Инновационным был сам подход – продемонстрировать возможность создания ремесленного бренда малого города, не связанного с народным художественным промыслом, но имеющего сильную историю и готового к творческому поиску своей уникальности.

Проект предусматривал создание постоянно действующей площадки регулярного летнего праздника, Фестиваля для продвижения ремесленников, их изделий и личных брендов мастеров в месте, которое отличается силой текстильных традиций, может стать привлекательным для посетителей из всех городов региона, сформирует новые формы проведения досуга жителей Среднего Урала, станет привлекательным для развития событийного туризма. То есть были определены создатели творческого продукта – мастера, работающие с текстилем, и потребители праздничного ивента и изделий мастеров – горожане и туристы выходного дня. Фестиваль включал в себя ярмарку, но не ограничивался ею, проводились конкурсы среди ремесленников, на которые шла предварительная подготовка экспонатов, гостей ждали яркие события – от дефиле дизайнеров-модельеров до специально разработанного события внутри Фестиваля – ситцевая свадьба по-арамильски.

Социальный эффект проекта мы оценивали по числу желающих участвовать в Фестивале, в различных его формах: конкурсах, ярмарке, подиумных показах. Вторым критерием оценки востребованности – была готовность экспертов федерального уровня приехать на Фестиваль и дать оценку его организации и потенциалу, перспективам проекта на будущее. Также подтверждением актуальности стало большое количество гостей разного возраста на всех мероприятиях проекта. Сам факт, что на проект откликнулось 9 муниципалитетов, подтверждает его важность для региона, это интерес не только органов власти, но и учреждений культуры, и самих мастеров. Показательно, что со вниманием к проекту отнеслись не только те партнеры, которые поддержали его на этапе формирования заявки, но и дополнительные компании и отдельные

люди присоединились в процессе его реализации. Большой вклад добровольцев pro bono, а также событийных волонтеров – еще одно подтверждение активного отклика на тему создания места силы для жителей региона.

Важным проект был и для студентов-дизайнеров, которые приняли участие в разработке фирменного стиля фестиваля. Победители Конкурса, у который был проведен в самом начале проекта, объединились в рабочую группу, которая под руководством заведующего отделением дизайна на безвозмездных началах подготовила все рекламные макеты Фестиваля, группа студентов также работала в качестве волонтеров на самом празднике. Фирменный стиль и оформление были высоко оценены экспертами Фестиваля. Этот опыт говорит о становлении новой формы сотрудничества проекта с будущими профессионалами-дизайнерами, у рабочей группы нового партнера – Свердловского художественного училища им. Шадра – приобретен опыт не просто участия в конкурсе, но полевой работы с конкретным заказчиком на бывшей заводской площадке Арамильской суконной фабрики, опыт реальной разработки ремесленного бренда территории.

Проект «Солнце в нитях: креативное пространство для ремесленников Урала» показал заинтересованность малого города в развитии ремесленного бренда. Для формирования устойчивого сообщества, вовлеченного в продолжении проекта, и укрепления команды проекта предполагается внедрение дополнительных форм работы с ремесленниками региона, а именно, – предусмотрено создание межфестивального пространства, объединяющего ремесленников, работающих с текстилем, на Урале. Принято решение (это рекомендация одного из экспертов Фестиваля) проводить подобный Фестиваль один раз в два года. В текущем году на территории Арамильской суконной фабрике состоится выставка «Красный платок в ремесленной истории Урала», которая будет иметь передвижной характер и после открытия на базовой площадке, предполагается экспозиция выставки еще в 5 городских округах Свердловской области.

Опыт практика, выступившего инициатором создания креативного кластера, подсказывает простые решения для тех, кто только собирается объединять творческие индустрии:

1. Идея (концепция) кластера должна быть описана, чтобы сделать ее одинаково понятной всем потенциальным участникам. Оформленная в тексте концепция, модель объединения и Положение о кластере – залог одинакового понимания будущей деятельности

2. Идею необходимо протестировать (провести опросы, встречи) среди потенциальных участников. Это поможет внести необходимые коррективы и в саму модель, и в Положение о кластере.

3. Лучше выбирать смешанную модель кластера и приглашать в объединение как юридические, так и физические лица (в нашем случае – в

ситуации с ремесленниками – это еще и неформальные объединения без образования юридического лица).

4. Оптимальной является смешанная модель финансирования творческих объединений, но начинать лучше с чего-то одного, что вам понятнее на старте и лучше получается.

5. При опоре на внешний объект недвижимости обязательно соглашение с собственником площадки, в котором будут прописаны все аспекты взаимодействия. Особенно важна судьба объединения, когда владелец – частное лицо и принимается решение о продаже площадки.

Список литературы

1. Пирогова Е. Как креативные индустрии влияют на развитие российских регионов // https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/64d4cfee9a79470ed4fa36ea (дата обращения 15.12.2023)

2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 г. № 2613-р. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года // http://government.ru/docs/all/136723/ (Дата обращения: 15.12.2023)

3. Креативные кластеры: что это такое, чем они занимаются и при чем тут бизнес // https://www.dk.ru/news/237178281 (дата обращения 02.01.2024)

4. Положение о Ремесленном кластере // https://startup50.ru/news/polozhenie-o-remeslennom-klastere.html (дата обращения 02.01.2024)

2.3. Устойчивое развитие и инновации в индустрии гостеприимства: преимущества и вызовы[9]

Предмет. В последние годы индустрия гостеприимства стала одной из самых важных и наиболее быстро развивающихся секторов мировой экономики. В то же время в современном мире стремительно внедряются новые технологии, такие как робототехника и искусственный интеллект. В эпоху цифровизации и автоматизации, гостиничные блага и услуги также претерпевают изменения. В данной работе рассматривается влияние робототехники и искусственного интеллекта на сферу гостеприимства и возможности устойчивого развития этой отрасли.

Цель. В рамках диссертационного исследования были проведены и опубликованы в монографиях, научных журналах, рекомендованных ВАК, а также апробированы на международных научных конференциях следующие исследования:

- межстрановое сравнительное исследование отношения гостей из России, Казахстана, Беларуси и Узбекистана к использованию роботов в индустрии гостеприимства;
- формулирование возможностей адаптации бизнес-менеджеров к внедрению искусственного интеллекта через развитие новых компетенций;
- проанализированы и предложены концепции интеграции искусственного интеллекта в маркетинговый ландшафт ресторанного бизнеса с целью повышения эффективности бизнес-процессов.

Методология. В процессе научного исследования использовались аналитический, описательный и сравнительный методы; был проведен онлайн-опрос более 5 тыс. гостей и представителей бизнес-сообщества.

Эти методы позволили рассмотреть новые подходы, основанные на возможной адаптации менеджеров организаций к внедрению искусственного интеллекта через совершенствование компетенций.

Современная индустрия гостеприимства все больше ориентируется на устойчивое развитие и достижение оптимальной эффективности с помощью инноваций. За последнее десятилетие робототехника и искусственный интеллект (ИИ) стали ключевыми факторами в решении многих проблем в этой области. В данной статье рассматривается, как эти технологии повлияли на индустрию гостеприимства и как они могут способствовать устойчивому развитию.

Искусственный интеллект в стратегиях устойчивого развития

26 октября 2023 года Максим Колесников, заместитель министра экономического развития РФ, выступил с докладом о национальной стратегии развития искусственного интеллекта. В стратегии выделены три основные задачи: развитие вычислительных мощностей, научных школ и темпов внедрения ИИ в отраслях экономики. Согласно стратегии, к 2030 году суммарная вычислительная мощность России должна достичь 6,2 экзафлопса.

[9] Автор раздела: Гавчук Д.В.

Стратегия определяет задачи развития искусственного интеллекта в России следующим образом:

- Поддержка научных исследований для обеспечения опережающего развития искусственного интеллекта;
- Проектирование и разработка программного обеспечения с использованием технологий искусственного интеллекта;
- Повышение доступности и качества данных, необходимых для развития технологий искусственного интеллекта;
- Повышение доступности аппаратного обеспечения, необходимого для решения задач в области искусственного интеллекта;
- Повышение уровня квалифицированных кадров в области технологий искусственного интеллекта на российском рынке и повышение информированности населения о доступных областях использования технологий искусственного интеллекта;
- Создание комплексной системы регулирования общественных отношений, возникающих в связи с разработкой и использованием технологий искусственного интеллекта.

Необходимо активно повышать уровень внедрения ИИ в отраслях экономики и системе государственного управления. Россия сейчас занимает 12 место среди стран G20 по уровню внедрения ИИ, мы понимаем, куда расти, у нас амбициозная цель к 2030 году – чтобы уровень внедрения по основным отраслям приближался к 95%, сказал Колесников [9].

Рисунок 1. Ситуация со внедрением ИИ в отраслях и госуправлении

Источник: https://d-russia.ru/doklad-minjekonomrazvitija-o-novoj-nacionalnoj-strategii-razvitija-ii-osnovnoe.html

В рамках этого направления мы провели исследование «Применение

искусственного интеллекта в ресторанном бизнесе: оптимизация маркетинговых практик», с целью изучения возможностей применения искусственного интеллекта в маркетинге региональной ресторанной индустрии. Искусственный интеллект – это новая концепция и бизнес-возможность для повышения эффективности работы компаний. Анализируя данные пользователей, искусственный интеллект может определять профиль целевой аудитории, выявлять предпочтения гостей заведения и изучать их поведение. Полученные данные могут помочь рестораторам и отельерам внедрить новые эффективные стратегии и технологии. Внедрение ИИ персонализирует запросы гостей и создает качественный контент для бизнеса. Анализ данных о потребителях может повысить качество предлагаемых услуг и помочь в формировании рыночных тенденций. В данном исследовании проанализирована и предложена схема интеграции искусственного интеллекта в маркетинговый ландшафт ресторанного бизнеса для повышения эффективности бизнес-процессов.

Искусственный интеллект предоставляет ресторанному бизнесу инструменты для более эффективного и инновационного маркетинга. Персонализированные подходы, анализ данных и автоматизация процессов могут помочь улучшить качество обслуживания гостей и увеличить прибыль; ресторанный бизнес с использованием искусственного интеллекта остается актуальным направлением исследований в области маркетинга. [5]

Рисунок 2. Потребность в кадрах для массового внедрения

Источник: https://d-russia.ru/doklad-minjekonomrazvitija-o-novoj-nacionalnoj-strategii-razvitija-ii-osnovnoe.html

Учитывая возрастающую роль малых и средних предприятий (МСП) в мировой и российской региональной экономике, а также усиливающуюся конкуренцию на рынках, на которых работают эти компании, способность МСП внедрять технологии искусственного интеллекта (ИИ) приобретает

первостепенное значение. В связи с постоянно меняющимися социальными, экологическими и технологическими условиями руководство этих компаний должно уделять все больше внимание внедрению новых инструментов, таких как искусственный интеллект, в деятельность МСП, чтобы пользоваться их преимуществами. Однако субъективный и сложный характер этого процесса адаптации затрудняет всесторонний анализ ключевых факторов.

В нашем исследовании «Адаптация менеджеров к искусственному интеллекту: изменение компетенций» была предпринята попытка изучить возможности корпоративных менеджеров по адаптации к внедрению искусственного интеллекта через развитие новых компетенций. Были рассмотрены ключевые вопросы адаптации менеджеров к искусственному интеллекту, а также то, какие компетенции становятся более важными в этом контексте; предложен ряд мер и рекомендаций по изменению компетенций менеджеров в условиях внедрения технологий искусственного интеллекта.

Внедрение технологий искусственного интеллекта ставит перед менеджерами не только сложные задачи, но и открывает новые возможности для оптимизации бизнес-процессов и достижения успеха. Менеджеры, обладающие пониманием и навыками работы с ИИ, способные адаптироваться к быстро меняющейся среде и принимать этически обоснованные решения, могут стать ключом к успешной интеграции ИИ в организации [4].

Роботы – неотъемлемая часть стратегий устойчивого развития

Отрасль сервисной робототехники - молодая и активно развивающаяся отрасль, более разнообразная и менее заметная, чем отрасль промышленной робототехники.

В своем отчете за 2022 год статистический департамент IFR сообщает о 975 производителях сервисных роботов. Мировые продажи профессиональных сервисных роботов в 2022 году выросли на 48%; в 2022 году было продано почти 158 000 роботов.

Все большую популярность приобретают роботы гостиничного бизнеса (AP8) продажи, которых в 2022 году выросли на 125 %. Спрос на профессиональных роботов-уборщиков (AP2) вырос на 8%.

Международная организация по стандартизации определяет «сервисного робота» как «робота личного или профессионального назначения, который выполняет полезные задачи для людей или оборудования» (ISO 8373) [24].

Применение мобильных сервисных роботов особенно актуально для России: большая территория, малочисленность населения, суровый климат, производственные и добывающие предприятия, расположенные далеко от мест проживания населения. По этим причинам существует реальная потребность во внедрении автономных мобильных роботов.

Внедрение роботов в жизнь потребителей привело к тому, что они все чаще обсуждаются не только в научной литературе, но и в широких кругах общественности. В нашем исследовании «Отношение россиян к внедрению роботов в индустрии гостеприимства» рассматриваются данные, полученные в

ходе онлайн-опроса 1564 потребителей в России, Казахстане, Узбекистане и Беларуси. Целью исследования было выяснить, как респонденты относятся к использованию роботов в индустрии гостеприимства, какие задачи они готовы поручить роботам, а какие хотели бы, чтобы по-прежнему выполняли люди. Результаты сравнительного межстранового исследования показывают, что потребители положительно относятся к использованию робототехники в повседневной жизни и в индустрии гостеприимства, но не готовы к внедрению роботов-помощников во все сферы своей жизни.

Результаты опроса показывают, что сервисные роботы находят признание у гостей российских отелей и ресторанов. Руководителям сферы гостеприимства, стремящимся внедрить услуги, предоставляемые роботами, следует начать с тех услуг и видов деятельности, которые с наименьшей вероятностью вызовут сопротивление туристов, а именно: уборка, предоставление информации, доставка еды, блюд, напитков в номера и на столы, а также обработка платежей. Роботы должны иметь больше машинный, чем человеческий внешний вид. С другой стороны, полученные результаты показывают, что существуют две разные группы гостей по их отношению к роботам — те, кто достаточно восприимчив к этой новой технологии, и те, кто предпочитает взаимодействовать с людьми. Поэтому руководителям целесообразно не заменять человеческий персонал роботами, а повышать качество работы своих сотрудников, предоставляя им роботов, способных повысить производительность труда. Так внедрение роботов не вызовет сопротивления со стороны сотрудников.

Баланс между человеческим и роботизированным трудом необходим предприятиям размещения, чтобы обслуживать обе группы клиентов. Кроме того, использование человеческого труда, а не только роботов, позволяет снизить операционные риски компании. Человеческий персонал может потенциально вмешаться в работу компании, если робот неисправен, неправильно понял запрос гостя или процесс обслуживания слишком сложен для робота [6].

За последние годы в робототехнике произошел значительный технологический прогресс, позволивший роботам заменить и дополнить человеческий труд. Например, автоматизация процессов позволяет гостиницам и ресторанам оптимизировать работу персонала и повысить качество обслуживания. Роботы-официанты, администраторы, бармены, экскурсоводы, консультанты, промоутеры, консьержи и дезинфекторы, оснащенные ИИ, помогают выполнять задачи, которые раньше решались только сотрудниками. Это позволяет снизить затраты на оплату труда персонала и вероятность ошибок при обслуживании гостей.

Японская сеть семейных ресторанов Skylark в настоящее время устанавливает роботов-официантов BellaBot в 2100 ресторанах по всей Японии. Skylark Group, управляющая сетью ресторанов, реализует проект по использованию роботов в сфере общественного питания с 2021 года. Из примерно 3 тыс. заведений компании 70% расположены в Японии. [23].

Рисунок 3. Робот-официант BellaBot

Источник: https://trends.rbc.ru/trends/industry/617137f09a7947b35a24aa98

В России. Promobot – это сервисные роботы для бизнеса. Они работают в местах большого скопления людей и выполняют функции «живых» сотрудников. Компания Promobot была основана в Перми в 2015 г. С того же года является резидентом «Сколково». Промоботы трудятся в 43 странах мира в качестве администраторов, промоутеров, консультантов, гидов и консьержей, заменяя или дополняя «живых» сотрудников. Роботов Promobot можно увидеть в Сбербанке, Музее современной истории России, МФЦ, аэропорту Балтимор-Вашингтон, Дубай-Молле. Вся продукция компании производится и разрабатывается в России. Всего за время своего существования Promobot выпустил более 700 роботов [10].

Кейсы показывают, что в ритейле рост продаж товаров, стоящих на полке робота-промоутера, составляет от 20 до 80%, в ресторане робот-раннер приносит заказ и убирает грязную посуду, освобождая официанта для общения с гостями, робот-уборщик не только эффективно моет площади, но и в десять раз снижает расход воды и моющих средств. Робот обходится как самый низкооплачиваемый сотрудник, и при этом положительно влияет на имидж и создает желанный wow-эффект.

Компания «Промобот» при поддержке МСП Банка и Корпорации МСП (КМСП) разработала интеллектуальную платформу для создания чат-ботов. Promobot Nested Chat – платформа разговорного искусственного интеллекта (ИИ) с использованием технологий машинного обучения создана специально для улучшения пользовательского взаимодействия и ответов на вопросы пользователей на различных сайтах. ИИ общается с пользователем на естественном языке и может автоматизировать любую сложную коммуникацию.

С помощью этой платформы, пользователи могут создавать чат-боты для HR-департаментов, чтобы сэкономить время HR-специалистов, чат-боты для секретарей, чтобы сэкономить время менеджеров, чат-боты для отделов продаж, чтобы увеличить количество продаж, умные голосовые помощники и т.д.

Кроме того, использование роботов и ИИ может также способствовать более эффективному и точному управлению запасами и ресурсами. Благодаря анализу данных и прогнозированию спроса, системы искусственного интеллекта могут определять оптимальные уровни запасов продуктов и материалов, минимизировать затраты и избегать перепроизводства и дефицита товаров [3].

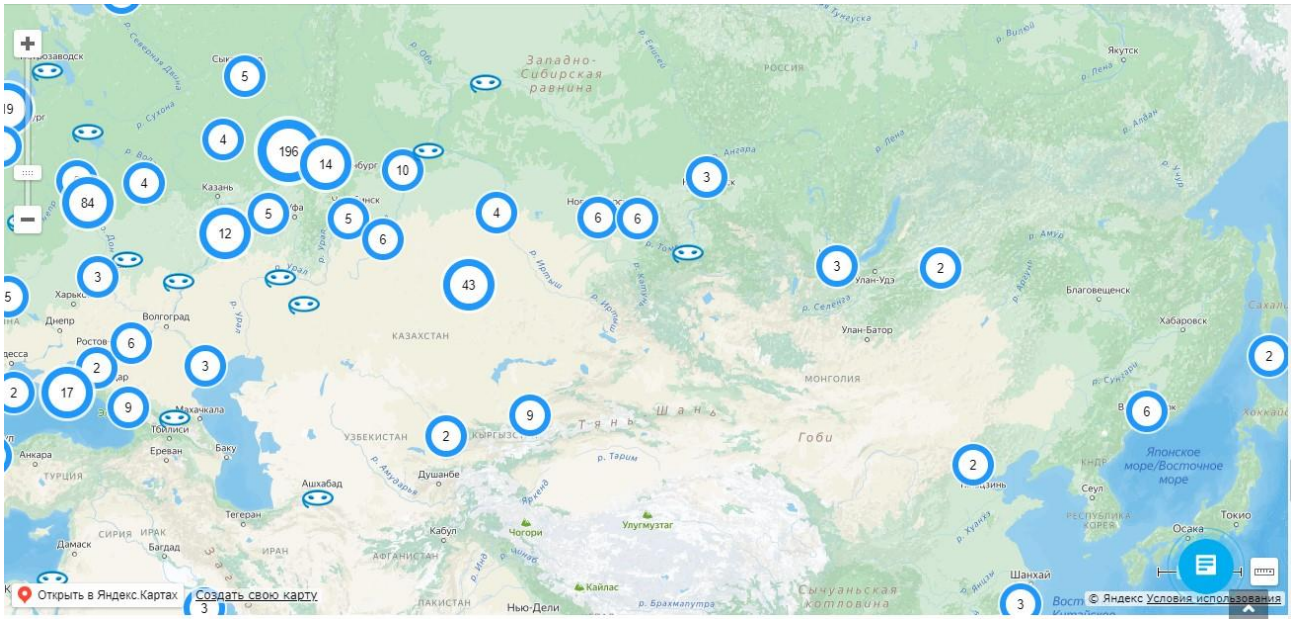

Рисунок 4. Распространение сервисных роботов в России

Источник: Promobot https://promo-bot.ru/

Международная группа ученых под руководством Университета Лидса провела оценку того, как робототехника и автономные системы могут способствовать или препятствовать достижению Целей устойчивого развития ООН (ЦУР). Полученные результаты определяют основные возможности и ключевые угрозы, которые необходимо учитывать при разработке, внедрении и управлении робототехническими и автономными системами.

Основные возможности, открываемые робототехникой и автономными системами, заключаются в выполнении автономных задач, поддержке человеческой деятельности, развитии инноваций, расширении удаленного доступа и улучшении мониторинга.

Для оценки влияния этих передовых технологий на достижение ЦУР международные специалисты провели исследование. Более 102 экспертов в области робототехники, автономных систем и ЦУР из разных стран мира были приглашены к участию в онлайн-опросе, групповых дискуссиях и семинарах для определения положительного и отрицательного влияния робототехники на достижение ЦУР. Затем группа экспертов оценила и обобщила ответы экспертов, чтобы определить основные возможности и угрозы.

Основные возможности:

- Замена человеческой деятельности: робототехника и автономные

системы заменят ручные работы, которые считаются слишком опасными, повторяющимися или для которых невозможно найти рабочую силу.

- Поддержка человеческой деятельности: вспомогательная автономная робототехника работает рука об руку с человеком, чтобы облегчить его деятельность на работе, в частной и общественной среде.
- Содействие инновациям: технологические достижения в области робототехники и автономных систем ускоряют исследования и разработки, улучшая совместную работу.
- Расширение доступа: автономные транспортные системы, включая беспилотники, облегчают доступ к удаленным и опасным зонам, упрощают телекоммуникации, улучшают цепочки поставок и трансформируют существующие виды транспорта.
- Мониторинг для принятия решений: автоматизированный сбор данных станет быстрым, точным и широкодоступным, что позволит влиять на принятие решений.

Основные угрозы:

- Усиление неравенства: автономные системы станут недоступными для большинства стран и правительств, а некоторые будут избегать их из-за негативного восприятия.
- Негативное воздействие на окружающую среду: робототехника и автономные системы оказывают значительное воздействие на окружающую среду за счет использования ресурсов, необходимых для их производства, загрязнения окружающей среды в результате их использования и утилизации, упрощения ландшафта, которого они требуют, и экологических разрушений, которые они вызывают.
- Отвлечение ресурсов от проверенных решений: широкое внедрение робототехники и автономных систем требует значительных финансовых ресурсов, и конкуренция за эти ресурсы ставит под угрозу другие проверенные меры, особенно если их цели связаны с социально-политическими проблемами.
- Неадекватное управление: не будет своевременно создана прочная нормативная база для использования робототехники и автономных систем и права собственности на собираемые ими данные, что вызовет этические проблемы и увеличит риск роста неравенства и негативного воздействия на окружающую среду.

Несмотря на выявленные новые угрозы, участники отметили, что влияние робототехники и автономных систем на прогресс в достижении ЦУР, скорее всего, будет в подавляющем большинстве случаев положительным. Ни на одну из ЦУР робототехника и автономные системы не окажут чрезмерного негативного влияния [22].

Рисунок 5. Производители сервисных роботов по странам, 2022 год

Источник: https://bytemag.ru/wp-content/uploads/2023/09/sber-robototehnika-2023.pdf

Инновации в области робототехнике также способствуют созданию более устойчивых и экологичных гостиничных и ресторанных объектов. Например, роботизированные системы управления отоплением, кондиционированием воздуха и освещением позволяют снизить энергопотребление и затраты на электроэнергию. Автоматизированная уборка и сортировка отходов также позволяют повысить эффективность переработки и утилизации мусора.

Однако при использовании робототехники и искусственного интеллекта в индустрии гостеприимства, необходимо учитывать множество проблем. Возникают этические и социальные проблемы, такие как безработица и угроза замены человеческого труда роботами. Также необходимо регулировать использование роботов и ИИ в сфере гостеприимства и создавать соответствующую правовую и законодательную базу, гарантирующую защиту данных о гостях.

Однако, в целом сервисные роботы и ИИ предоставляют больше возможностей, чем несут в себе ограничений и минусов. Правильное использование этих технологий может способствовать устойчивому развитию и дальнейшей инновационной трансформации индустрии гостеприимства. Современные отели и рестораны активно внедряют в свою работу роботов-официантов, персонализированные системы искусственного интеллекта, предоставляющие рекомендации и повышающие качество обслуживания гостей.

Заключение. Устойчивое развитие и инновации на основе робототехники и искусственного интеллекта могут принести значительные преимущества индустрии гостеприимства. Они снижают затраты, повышают эффективность, улучшают качество обслуживания и способствуют более экологичной работе. Однако при внедрении этих технологий необходимо учитывать их социальные и этические последствия, а также регулировать их применение. Все это позволит индустрии гостеприимства и в дальнейшем продолжить свое устойчивое развитие и выводить инновации на новый уровень.

Список литературы

1. 2023 Робототехника. Технологический обзор. Возможности для России // СБЕР, 2023. https://bytemag.ru/wp-content/uploads/2023/09/sber-robototehnika-2023.pdf (04.11.2023)
2. Влияние пандемии COVID-19 на мировой туризм: трансформационный потенциал и последствия для устойчивого восстановления / М. В. Кобяк, Е. Л. Ильина, А. Н. Латкин [и др.] // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Т. 12, № 2. – С. 679-696. – DOI 10.18334/epp.12.2.114208. – EDN UTPTIW.
3. В России создали искусственный интеллект, который заменит гидов в музеях // Cnews, 2023. https://corp.cnews.ru/news/line/2023-05-25_v_rossii_sozdali_iskusstvennyj (04.11.2023)
4. Гавчук Д.В. Адаптация менеджеров к искусственному интеллекту: изменение компетенций // Тенденции развития научного сообщества в эпоху глобальных перемен: монография. Выпуск 80 (под ред. А.А. Сакиасян). – Уфа: АЭТЕРНА, 2023 – 23-33 с.
5. Гавчук Д.В. Применение искусственного интеллекта в ресторанном бизнесе: оптимизация маркетинговых практик // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 8А. С. 212-221. DOI: 10.34670/AR.2023.40.99.064
6. Гавчук Д.В. Отношение россиян к роботам в индустрии гостеприимства // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2023.
7. Государственно-частное партнерство как инструмент устойчивого развития индустрии гостеприимства и туризма: российский кейс / С. Г. Пьянкова, И. В. Митрофанова, О. Т. Ергунова, И. А. Рябова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Т. 12, № 3-1. – С. 434-447. – DOI 10.34670/AR.2022.35.53.050. – EDN UQVEOC.
8. Григорьева, В. В. Анализ лучших практик устойчивого развития индустрии туризма: опыт зарубежных стран / В. В. Григорьева, Ю. О. Иванова, Н. В. Андреев // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2021. – № 6. – С. 119-130. – DOI 10.24412/2071-6435-2021-6-119-130. – EDN QFRDSC.
9. Доклад Минэкономразвития о новой национальной стратегии развития ИИ – основное // D-russia, 2023. https://d-russia.ru/doklad-minjekonomrazvitija-o-novoj-nacionalnoj-strategii-razvitija-ii-osnovnoe.html (04.11.2023)
10. Интеллектуальную платформу для чат-ботов создали при поддержке МСП Банка // РИА новости, 2022. https://ria.ru/20221026/podderzhka-1826956956.html (04.11.2023)
11. Конягина М.Н., Хашаев А.А., Яблонский А.С. Инновации и устойчивое развитие: осталась ли повестка актуальной? // Креативная экономика. – 2023. – Том 17. – № 1. – С. 11-20. – doi: 10.18334/ce.17.1.117059
12. Мельникова, И. В. Оптимизация функционирования гостиничных предприятий на принципах устойчивого развития / И. В. Мельникова, Т. В. Рассохина, В. С. Валуева // Russian Economic Bulletin. – 2023. – Т. 6, № 2. – С. 261-266. – EDN XXQZST.
13. Модель оценки влияния туризма и индустрии гостеприимства на экономику России / А. Н. Алексеев, А. В. Аверин, К. К. Поздняков [и др.] : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. – 196 с. – (Научная мысль). –

ISBN 978-5-16-017728-1. – DOI 10.12737/1870591. – EDN ZYGNTY.

14. Морозов, М. А. ESG-трансформация предприятий туристской и гостиничной индустрии / М. А. Морозов, Н. С. Морозова // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16, № 2(99). – С. 86-93. – DOI 10.24412/1995-042X-2022-2-86-93. – EDN AQYRJS.

15. Овчаренко, Л. А. Цифровизация как новая парадигма управления развитием туризма / Л. А. Овчаренко, Э. М. Лебезова // Век качества. – 2021. – № 4. – С. 106-126. – EDN PWKZKB.

16. Пермский разработчик роботов не может выбраться из убытков // Коммерсант, 2023. https://www.kommersant.ru/doc/6012970 (04.11.2023)

17. Пьянкова, С. Г. Индустрия туризма в условиях «новой нормальности»: вызовы и перспективы / С. Г. Пьянкова, И. В. Митрофанова, О. Т. Ергунова // Экономика. Информатика. – 2023. – Т. 50, № 2. – С. 300-312. – DOI 10.52575/2687-0932-2023-50-2-300-312. – EDN ZBOBHP.

18. Радыгина, Е. Г. Показатели устойчивого развития предприятий индустрии гостеприимства / Е. Г. Радыгина, А. А. Ошкордина // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Т. 13, № 2. – С. 513-522. – DOI 10.18334/epp.13.2.117087. – EDN SHNCSN.

19. Современные подходы к исследованию проблем устойчивого развития в индустрии туризма и гостеприимства (обзор литературы) / Т. Н. Третьякова, Ю. А. Сыромятникова, И. А. Фрейнкина [и др.] // Человек. Спорт. Медицина. – 2023. – Т. 23, № S1. – С. 161-174. – DOI 10.14529/hsm23s123. – EDN QHBFIZ.

20. Современные тренды развития рынка услуг в сфере туризма и гостеприимства / И. Г. Генералов, М. В. Ефремова, О. В. Чкалова [и др.]. – Княгинино : Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, 2022. – 202 с. – ISBN 978-5-91592-113-8. – EDN NGNJRD.

21. Управление устойчивым развитием индустрии туризма и гостеприимства в цифровой среде : Монография / А. И. Карлова, Е. В. Плугарь, Е. А. Полищук [и др.] ; Под общей редакцией С.Ю. Цёхла, Е.А. Полищук. – Симферополь : Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2023. – 248 с. – ISBN 978-5-907656-52-9. – EDN PPUAFY.

22. Can robotics help us achieve sustainable development? // Science News, 2022 https://www.sciencedaily.com/releases/2022/06/220622113145.htm (04.11.2023)

23. Skylark завершает внедрение роботов-официантов в 2100 ресторанах Японии // https://kiosksoft.ru/news/2022/12/27/skylark-zavershaet-vnedrenie-robotov-oficiantov-v-2100-restoranah-yaponii-01860 (04.11.2023)

24. World Robotics 2023 – Service Robots // International Federation of Robotics (IFR) Statistical Department, 2023 https://ifr.org/img/worldrobotics/Executive_Summary_WR_Service_Robots_2023.pdf (04.11.2023)

2.4. Некоторые аспекты интеграционной деятельности в сфере внешнеэкономических отношений (на примере таможенной отрасли) [10]

Состояние внешнеэкономической деятельности характеризуется сегодня достаточно сильным императивом политизации и санкционирования, что в корне подрывает изначально заложенные в её основу принципы о равноправном и взаимовыгодном партнёрстве. Для нахождения экономического баланса наша страна вынуждена перестраивать логистические цепочки с западноевропейского на азиатско-восточные направления. Активизации ре-инжиниринговых процессов в данном плане во многом способствуют институциональные образования в лице всевозможных международных союзов, содружеств и сообществ. Именно изучению их потенциала, раскрытию новых возможностей, и посвящена данная статья. За базовый модуль исследования берётся таможенное направление деятельности, как сектор, достаточно давно и успешно применяющих различные интеграционные союзы в своей деятельности. Проводится исследование гносеологических корней динамики развития отрасли и системы преходящих проблем объективного плана. Представляется достаточно широкий теоретический обзор понятийного аппарата таможенного союза и его роли в экономической интеграции государств. Изучаются текущие процессы технико-экономического плана, происходящих в системе таможенных союзов за последние годы, с использованием конкретных статистических данных и цифровых показателей. Делается «расшивка» ряда проблем, связанных с таможенными союзами, на основе проведенного анализа. В заключении представлены краткие выводы, а также обобщённые результаты исследования в целом.

В настоящее время экономическая интеграция является достаточно актуальным элементом развития для многих стран мира, которые стремятся улучшить свою экономическую политику и повысить конкурентоспособность на международной арене. В современном мире именно экономическая интеграция во внешнеэкономической деятельности стала одним из главных факторов, определяющих развитие государств и регионов. Однако данный императив развития нуждается в методическом и инструментальном обеспечении, которое постоянно обновляется и дополняется.

Исходя из подхода адаптационного сглаживания в применении совершенствующихся разработок, авторы на институциональном уровне обобщают и анализируют как отечественный, так и зарубежный опыт создания совместных интеграционных международных систем в рамках внешнеэкономической деятельности. Ибо сама суть международного разделения труда с последующими элементами кооперации подразумевает прежде всего программно-целевое обеспечение всех имеющихся процессов организационно-структурного уровня. Поиск новых векторов активизации в данном направлении помогает как наметить реперные точки очевидных барьеров на пути развития,

[10] Авторы раздела: Круглов В.Н., Тютин Д.В.

так и спрогнозировать пути более целесообразных путей интенсификации на долгосрочную перспективу.

Цель данной статьи – рассмотреть особенности систем таможенных союзов, оценить их роль в экономической интеграции государств, дать практические рекомендации по совершенствованию алгоритмов в процессах внешнеэкономической деятельности. Для достижения цели в материале изучены основные понятия, связанные с таможенными союзами; проведён анализ принципов и методов функционирования таможенных союзов; уточнена и дополнена роль таможенных союзов в экономической интеграции государств, намечены перспективы комплексных преобразований внутри существующей системы.

В теоретический блок фундамента статьи вошли: анализ научных источников (в виде монографической, учебной и периодической печати), контент статистических данных, а также экономические и правовые документы, характеризующие аспекты функционирования таможенных союзов в различных регионах мира. В качестве методов исследования за основу брались системный, комплексный, процессный и ситуационный подходы, методы индукции и дедукции, многофакторный анализ.

Научная значимость материала заключается в раскрытии роли таможенных союзов в экономической интеграции государств и их влиянии на мировую экономику. Проведённый анализ помогает понять роль таможенных союзов в современной системе экономической интеграции государств, а также выявить преимущества и недостатки данной формы интеграции. Практическая значимость заключается в том, что наработки научного исследования можно использовать для практических действий, исходя из понимания принципов функционирования таможенных союзов и их роли в экономической интеграции государств. Результаты и выводы могут быть использованы в разработке системы стратегий и тактик сотрудничества между государствами в рамках таможенных союзов.

Таможенная система представляет собой институциональную систему, которая была создана для контроля импорта и экспорта товаров, чтобы защитить национальную экономику от иностранных конкурентов и стимулировать развитие отечественных производственных секторов, а также для взимания таможенных пошлин и сборов. Эта система имеет гносеологические корни, которые связаны с различными философскими и теоретическими направлениями.

В процессе развития экономической науки стало ясно, что рынок не может решить все экономические задачи самостоятельно и требует некоторого регулирования. В результате возникли идеи о необходимости государственного регулирования экономических процессов (Джон Кейнс и др.). Гносеологические корни институционального построения таможенной системы могут быть связаны с несколькими аспектами, включая [1с.113]:

1) Философские основы: в философии существует теория социального контракта, которая предполагает, что люди соглашаются на установление правил

и законов, чтобы обеспечить себе безопасность и благополучие в обществе. Таможенная система также основывается на таком контракте между государством и его гражданами.

2) Экономические основы: таможенная система является частью национальной экономики и направлена на обеспечение защиты национальных интересов. В этом контексте теория экономического национализма предполагает, что государство должно контролировать экономическую деятельность внутри своих границ для защиты национальных интересов.

3) Юридические основы: таможенная система также является частью правовой системы государства и регулируется законодательством. В этом контексте важным является понимание институциональных корней права, таких, как теория правового позитивизма, которая утверждает, что законы создаются государством и имеют обязательную силу.

Примеры гносеологических корней институционального построения таможенной системы [2, с.149]:

- согласно теории социального контракта, таможенная система является договором между государством и его гражданами о том, что правила и законы будут соблюдаться;
- теория экономического национализма подразумевает, что таможенная система является важной частью национальной экономики и необходима для защиты национальных интересов;
- теория правового позитивизма подчеркивает, что таможенная система является частью законодательства и должна регулироваться правовыми нормами.

Гносеологические корни институционального построения таможенной системы могут быть связаны с такими понятиями и концепциями, как [3, с.109]:

1. Государственность: таможенная система представляет собой один из инструментов государства для управления внешней торговлей и контроля за перемещением товаров через границу.

2. Контроль: таможенная система предназначена для контроля за перемещением товаров через границу и обеспечения соблюдения правил внешнеторговых отношений.

3. Законность: таможенная система должна действовать в соответствии с законодательством страны и международными договорами, регулирующими внешнеторговые отношения.

4. Эффективность: таможенная система должна быть эффективной в своей работе, обеспечивая максимальный контроль за перемещением товаров через границу при минимальных затратах.

5. Конкуренция: таможенная система может также регулировать конкуренцию на внешнем рынке, например, путем введения тарифов и квот на импортируемые товары.

6. Безопасность: таможенная система играет важную роль в обеспечении безопасности государства и его граждан, контролируя перемещение опасных или запрещенных товаров через границу.

В целом, гносеологические корни институционального построения таможенной системы связаны с такими понятиями, как государственность, контроль, законность, эффективность, конкуренция и безопасность, и могут различаться в зависимости от конкретной страны и ее внешнеторговых отношений. Один из основных гносеологических корней таможенной системы – это классический либерализм, который признавал свободу торговли и рынка [4, с.133].

Другим гносеологическим корнем таможенной системы является социальный конструктивизм, который признает роль институтов в создании и формировании социальной реальности. Таможенная система формирует структуру и функционирование международной торговли, а также взаимодействие государств в рамках мировой экономики. Также важную роль в формировании таможенной системы играет экономический либерализм, который признает роль свободного рынка и открытости в экономическом развитии.

Таможенная система является поэтому одним из инструментов экономического либерализма, который признает свободу торговли и минимизацию торговых барьеров для стимулирования международной торговли. Наконец, социологический конструктивизм также имеет гносеологические корни в таможенной системе, который подчеркивает роль социальных и культурных факторов в формировании институтов. Таможенная система создается и функционирует в социокультурном контексте и может быть изменена и приспособлена к социальным и культурным потребностям и изменениям.

Все эти гносеологические корни определяют основные принципы и цели таможенной системы и формируют ее институциональное построение. Таким образом, даже достаточно поверхностное изучение гносеологических корней институционального построения таможенной системы позволяет понять, что эта система является результатом долгой эволюции правовых, экономических и социальных факторов. Она строится на основе установленных государством норм и правил, которые направлены на обеспечение экономической безопасности государства и защиту прав и интересов его граждан. Но таможенная система одной отдельно взятой страны не обладает теми особенностями и возможностями, которыми обладают укрупнённые институциональные образования в лице таможенных союзов.

Динамика экономических показателей таможенных союзов на современном этапе отражает тенденции развития экономической интеграции государств. Реперными точками развития являются периоды, когда происходили значительные изменения в структуре экономики таможенных союзов и в их международных экономических отношениях. Одной из реперных точек развития таможенных союзов является 2010 год, когда был создан Таможенный союз России, Беларуси и Казахстана. Это событие привело к укреплению экономической интеграции между этими странами и повысило их экономическую значимость на мировой арене [5, с.15].

Кроме того, в этом периоде были приняты важные решения по гармонизации законодательства и таможенной политики между государствами-участниками. Другой реперной точкой развития таможенных союзов стал 2015 год, когда вступил в силу Евразийский экономический союз (ЕАЭС), включающий Россию, Беларусь, Казахстан, Армению и Киргизию. Это событие усилило экономическую интеграцию между странами и способствовало развитию их внешнеэкономических связей. За последние три-пять лет Евразийский экономический союз (ЕАЭС) активно работал над улучшением технико-экономических показателей своей деятельности и расширением сотрудничества между государствами-участниками.

Некоторые из ключевых процессов, которые происходили в системе ЕАЭС за последние несколько лет, включают в себя [6, с.172]:

- совершенствование таможенного и торгового регулирования: в рамках ЕАЭС работают над упрощением и стандартизацией таможенных процедур и торгового регулирования между государствами-членами. Например, в 2018 году было введено единое информационное окно для экспорта товаров, которое позволяет представить все необходимые документы в электронном виде и ускоряет процесс таможенного оформления. В рамках этой инициативы была создана также единая база данных по тарифам и нормам таможенного регулирования в государствах-членах союза;

- одним из главных достижений последних лет является подписание в 2019 году Договора о создании Единого рынка товаров, работ и услуг ЕАЭС. Этот документ предусматривает устранение оставшихся технических барьеров для товаров, услуг и работ между государствами-членами союза. Также в рамках этого договора было создано единое правовое пространство в области товарных знаков, промышленных образцов и наименований мест происхождения товаров;

- в 2020 году была разработана программа по привлечению иностранных инвестиций, а также создана Евразийская инвестиционная платформа, которая предоставляет инвесторам информацию о проектах в регионе;

- в 2020 году был подписан Договор об установлении Единого цифрового рынка ЕАЭС, который направлен на развитие современных информационных технологий и содействие цифровой экономике в государствах-членах союза. В рамках этого договора были утверждены общие правила использования цифровых технологий и защиты персональных данных; - развитие единого рынка: ЕАЭС работает над созданием единого рынка товаров, услуг, капитала и труда.

В 2021 году было подписано соглашение об унификации правил профессиональной деятельности, что позволило упростить и ускорить процедуры пересечения границы и работы в других государствах-членах; произошло усиление сотрудничества в области науки и технологий: в рамках системы ЕАЭС весьма многие работают над сотрудничеством в области науки и технологий. Именно в 2021 году была подписана декларация о сотрудничестве в области искусственного интеллекта, которая направлена на развитие этой отрасли в экономическом пространстве государств. В целом, технико-

экономический план ЕАЭС в последние годы направлен на развитие единого рынка, цифровизацию экономики и упрощение таможенных процедур. Это позволяет улучшать условия бизнеса и ускорять процесс экономической интеграции государств-членов. Таким образом, динамика экономических показателей таможенных союзов на современном этапе отражает постепенное укрепление экономической интеграции между государствами-участниками и развитие их международных экономических отношений [7, с.137].

Существуют несколько слабых сторон в технико-экономической системе таможенного союза, которые оказывают негативное влияние на его развитие, и, прежде всего – это неравномерное экономическое развитие между странами-членами. Неравномерное экономическое развитие между странами-членами является одной из основных проблем в системе таможенных союзов. Некоторые страны имеют более развитую экономику, высокий уровень инвестиций и технологий, в то время как другие находятся на более низком уровне развития и имеют более слабую инфраструктуру и гораздо меньший доступ к финансовым ресурсам.

Примером неравномерного экономического развития между странами-членами таможенных союзов может служить ситуация в ЕАЭС. Россия, Беларусь и Казахстан являются более крупными и развитыми экономиками, чем Армения и Киргизия. В то же время, экономические различия между этими странами приводят к различным торговым барьерам и неодинаковой степени доступа к инвестициям, ресурсам и технологиям. Неравномерное экономическое развитие между странами-членами таможенных союзов может замедлить процесс интеграции и снизить эффективность таможенных союзов в целом. Некоторые секторы экономики стран при этом остаются закрытыми для иностранных инвесторов и продуктов, что уменьшает конкуренцию и инновационность.

Одной из слабых сторон технико-экономической системы таможенного союза является также недостаточная конкуренция на внутреннем рынке между странами- членами. Это может приводить к высоким ценам на товары и услуги для потребителей, а также к снижению качества продукции. Один из примеров недостаточной конкуренции в системе таможенных союзов – это высокие цены на автомобили [8, с.556].

В связи с техническими барьерами и трудностями в организации производства автомобилей, производители в России имеют высокие налоги и пошлины на импорт легковых машин. Это создает препятствия для конкуренции и высокие цены для потребителей. Еще один пример – это рынок молочной продукции в Беларуси, который долгое время был защищен от импорта молочных продуктов. Это привело к формированию монопольных позиций у отечественных производителей молочной продукции, что снижает конкуренцию и ограничивает выбор потребителей, создаёт сложности с транспортировкой и логистикой.

Существует необходимость в развитии транспортной инфраструктуры и оптимизации логистических процессов для ускорения перемещения товаров и снижения издержек. Одной из проблем, связанных с транспортировкой и

логистикой в системе таможенных союзов, является недостаточно развитая транспортная инфраструктура и слабая координация транспортных потоков между странами-членами. Например, в России существует проблема перегрузки грузовых поездов на железнодорожных переездах, что приводит к задержкам в доставке грузов.

В Беларуси также наблюдаются задержки на границах из- за несовершенной транспортной системы и слабой координации с Россией и Казахстаном. Кроме того, неразвитость портовой инфраструктуры также является одной из сложностей в транспортировке грузов в системе таможенных союзов. Например, порты Балтийского моря не имеют достаточной глубины для приема больших судов, что приводит к задержкам в перевозке грузов.

Также важную роль играют таможенные процедуры и правила перевозки грузов между странами-членами. Например, в России и Казахстане существует правило обязательного таможенного оформления товаров, перевозимых через территорию страны, что может приводить к задержкам в доставке грузов, возникают проблемы с адаптацией национальных законодательств к общим правилам таможенного союза.

Существуют различия в законодательстве между странами-членами, что создает трудности в единообразном применении правил внутри таможенного союза. Одной из сложностей при наращивании темпов экономического роста в системе таможенных союзов является адаптация национальных законодательств к общим правилам и нормам таможенного союза. Эта проблема может приводить к снижению эффективности торговли и инвестиций, а также затруднять достижение целей интеграции. Примером такой проблемы является вопрос о технических регламентах и стандартах в различных странах-членах таможенного союза. Некоторые страны могут иметь свои собственные стандарты и требования, которые отличаются от тех, что установлены на уровне таможенного союза. Это может приводить к трудностям в торговле, а также замедлять процесс гармонизации стандартов между странами [9, с.691].

Кроме того, различия в законодательстве могут приводить к неоднозначности в толковании правил и норм, что может привести к юридическим конфликтам и задержкам в процессе торговли и инвестиций. Например, в 2019 году Беларусь ввела новые правила о таможенном оформлении товаров, которые вызвали недовольство у предпринимателей, особенно в России, так как эти правила не соответствуют требованиям таможенного союза. Это привело к задержкам и сложностям в торговле между двумя странами. В целом, проблема адаптации национальных законодательств к общим правилам таможенного союза требует дальнейших усилий для достижения более глубокой интеграции между странами-членами.

Для решения проблемы неравномерного экономического развития между странами-членами в системе таможенных союзов могут быть использованы различные методы. Рассмотрим некоторые из них [10, с.31].

1) Инвестиции в развитие более слабых экономик. Для того, чтобы снизить разрыв в развитии между странами-членами, можно использовать инвестиции в

развитие более слабых экономик. Например, в рамках Евразийского экономического союза создана Стратегия экономического развития до 2025 года, которая предусматривает усиление инвестиций в регионы с наименьшим уровнем экономического развития.

2) Установление переходных периодов при вступлении новых стран в таможенный союз. При вступлении новых стран в таможенный союз можно установить переходные периоды для тех отраслей, которые требуют дополнительного времени для адаптации к общим правилам и стандартам. Например, при вступлении Армении в ЕАЭС были установлены переходные периоды для некоторых отраслей, таких как транспорт и таможенная политика.

3) Создание специальных экономических зон. Создание специальных экономических зон может стимулировать экономическое развитие регионов с низким уровнем развития, привлекать инвестиции и создавать новые рабочие места. Например, в рамках ЕАЭС созданы свободные экономические зоны в Казахстане и Беларуси.

4) Разработка совместных программ поддержки развития экономики. Для того чтобы уравнять развитие экономик между странами-членами, можно разработать совместные программы поддержки развития экономики. Например, в рамках ЕАЭС была создана программа "Развитие конкурентоспособности" на период до 2025 года, целью которой является поддержка экономического роста и укрепление конкурентоспособности стран-членов.

5) Развитие транзитных коридоров. Развитие транзитных коридоров может быть одним из методов решения проблемы неравномерного экономического развития между странами-членами в системе таможенных союзов. Транзитные коридоры позволяют связывать различные регионы, улучшая доступность и конкурентоспособность экспорта и импорта товаров и услуг между странами-членами. Это может способствовать развитию малых и средних предприятий, созданию новых рабочих мест и увеличению объемов торговли.

Примером такого транзитного коридора может служить Евро-Азиатский транспортный коридор, который проходит через территории России, Казахстана и Беларуси и связывает Центральную Азию с Европой. Развитие этого коридора позволило увеличить транзитный поток товаров и улучшить доступность для малых и средних предприятий в регионе. Однако развитие транзитных коридоров может столкнуться с некоторыми проблемами, например, с высокими таможенными пошлинами и ограничениями на движение товаров, что затрудняет их свободную торговлю и перевозку.

Кроме того, различия в инфраструктуре и правовой системе между странами-членами могут создавать технические препятствия для развития транзитных коридоров. Для прогнозирования эффективности решения проблемы недостаточной конкуренции на внутреннем рынке в системе таможенных союзов можно использовать следующие показатели:

- увеличение количества участников рынка: планируемое количество новых игроков на рынке, которые могут увеличить конкуренцию и снизить цены;

- рост объема производства: предполагаемый рост производства товаров и услуг на внутреннем рынке за счет более эффективного использования имеющихся ресурсов и увеличения производительности;

- снижение цен: ожидаемое снижение цен на товары и услуги вследствие усиления конкуренции;

- увеличение объема экспорта: планируемый рост экспорта продукции и услуг за счет увеличения конкурентоспособности товаров на мировых рынках;

- улучшение качества товаров и услуг: ожидаемое улучшение качества предоставляемых на рынке товаров и услуг за счет более жесткой конкуренции;

- улучшение инвестиционного климата: ожидаемое улучшение инвестиционного климата в стране благодаря усилению конкуренции и снижению барьеров для входа на рынок.

Например, если принятое решение о недостаточной конкуренции ведет к увеличению количества участников рынка на 20%, росту объема производства на 15%, снижению цен на 10%, увеличению экспорта на 5%, улучшению качества товаров и услуг на 8% и улучшению инвестиционного климата на 12%, то можно сделать вывод, что решение было эффективным. Важно также учитывать, что результаты могут быть разными в зависимости от конкретной ситуации в каждой стране-члене таможенного союза.

Какие меры представляются наиболее эффективными на этом пути?

1) Снижение тарифных барьеров и упрощение процедур таможенного контроля. Это может привести к снижению стоимости импорта и увеличению конкуренции на внутреннем рынке.

2) Развитие малого и среднего бизнеса. Малые и средние предприятия часто являются более гибкими и адаптивными, что позволяет им эффективнее конкурировать на внутреннем рынке. Для развития малого и среднего бизнеса можно использовать государственные программы поддержки, такие как субсидирование кредитов или налоговые льготы.

3) Продвижение свободной конкуренции. Это может быть достигнуто путем поддержки антимонопольной политики и предотвращения создания монополий на внутреннем рынке.

4) Усиление защиты прав потребителей. Повышение качества товаров и услуг на внутреннем рынке может привести к увеличению конкуренции между поставщиками.

Существует несколько методов решения проблем с транспортировкой и логистикой при наращивании темпов экономического роста в системе таможенных союзов.

1) Модернизация транспортной инфраструктуры, что может включать в себя реконструкцию, расширение или строительство новых транспортных магистралей, аэропортов, железных дорог, портов и т.д. Это увеличит пропускную способность и повысит эффективность транспортировки товаров внутри таможенного союза. Например, Евразийский экономический союз (ЕАЭС) уже работает над улучшением транспортной инфраструктуры в рамках проектов, таких как «Великий шелковый путь».

2) Применение новых технологий: внедрение новых технологий, таких как автоматизированные системы управления транспортом и логистикой, что может существенно улучшить эффективность и скорость доставки товаров. Например, внедрение технологий блокчейн в логистических системах может повысить прозрачность и безопасность процесса доставки товаров.

3) Разработка новых маршрутов доставки: это может включать в себя поиск альтернативных маршрутов и способов транспортировки, например, использование морских и речных путей, чтобы избежать перегруженности дорог и снизить затраты на доставку. Кроме того, создание множества различных маршрутов и вариантов транспортировки помогает разнообразить предложение, повысить конкуренцию и снизить цены.

4) Совершенствование системы управления логистическими процессами: оптимизация логистических процессов, таких как складирование, упаковка, погрузка и выгрузка, может уменьшить время и затраты на транспортировку товаров. Организация более эффективной системы управления логистическими процессами поможет улучшить качество и скорость доставки товаров внутри таможенного союза. Проблемы с адаптацией национальных законодательств к общим правилам таможенного союза могут возникать из-за различий в правовых системах и культуре стран-членов.

Решение проблем программно-целевого процесса можно представить себе следующим образом.

1) Согласование законодательства: страны-члены могут проводить совместные заседания и консультации для согласования своего законодательства с общими правилами таможенного союза. Это может помочь избежать конфликтов и неоднозначности в интерпретации правил таможенного союза.

2) Обучение и просвещение: для облегчения адаптации национальных законодательств к общим правилам таможенного союза, страны-члены могут проводить обучающие программы и семинары для представителей правительственных и бизнес-структур. Это может улучшить понимание общих правил и способствовать более быстрой и эффективной адаптации.

3) Гармонизация стандартов: гармонизация национальных стандартов может помочь снизить различия в законодательстве между странами-членами и упростить процесс адаптации к общим правилам таможенного союза. Например, Евразийский экономический союз работает над гармонизацией стандартов в различных отраслях, таких как сельское хозяйство, медицина, энергетика и транспорт.

4) Усиление координации: улучшение координации междунациональными правительствами и органами таможенного союза может помочь в решении проблем с адаптацией законодательства. Например, в Евразийском экономическом союзе создана Комиссия, которая занимается координацией работы органов таможенного союза и национальных правительств.

При применении различных методов решения проблемы неравномерного экономического развития в системе таможенных союзов можно рассчитывать на планово-прогнозные значения. Например, если использовать методы развития

транзитных коридоров для улучшения транспортной инфраструктуры, то можно ожидать роста транспортных потоков и увеличения экспорта товаров, что, в свою очередь, может повысить экономический рост слабых экономик. Если использовать методы устранения недостаточной конкуренции на внутреннем рынке, например, путем сокращения бюрократических препятствий для малых и средних предприятий, то можно ожидать увеличения конкуренции на рынке, что может привести к повышению качества товаров и услуг, а также снижению цен.

Кроме того, при решении проблемы адаптации национальных законодательств к общим правилам таможенного союза, можно ожидать упрощения торговых операций и снижения затрат на соблюдение правил, что, в свою очередь, может привести к увеличению объемов торговли между странами-членами. Однако, необходимо учитывать, что каждый метод решения проблемы неравномерного экономического развития имеет свои ограничения и может привести к нежелательным последствиям.

Поэтому, перед принятием решений, необходимо проводить тщательный анализ и оценивать планово- прогнозные значения на основе конкретных данных и условий каждой страны-члена. Для того, чтобы определить планово-прогнозные значения применения транспортировки и логистики в системе таможенных союзов, необходимо рассмотреть некоторые факторы, которые могут повлиять на их применение.

Во-первых, важным фактором является развитие инфраструктуры транспортировки и логистики в странах-членах таможенного союза. Улучшение инфраструктуры может существенно повысить эффективность транспортировки товаров между странами-членами таможенного союза и снизить затраты на логистику.

Во-вторых, необходимо учитывать уровень таможенных пошлин и тарифов на перевозку товаров. Низкие таможенные пошлины и тарифы могут стимулировать торговлю между странами-членами таможенного союза и повысить спрос на транспортировку и логистику.

В-третьих, необходимо учитывать политическую стабильность и экономическую ситуацию в каждой из стран-членов таможенного союза. Неопределенность и нестабильность в экономике могут отрицательно повлиять на использование транспортировки и логистики.

С учетом этих факторов, можно прогнозировать, что применение транспортировки и логистики в системе таможенных союзов будет увеличиваться по мере улучшения инфраструктуры, снижения таможенных пошлин и тарифов, а также повышения стабильности в экономиках стран-членов. Ожидается, что это приведет к увеличению объемов торговли и повышению уровня экономического развития в целом. Применение на практике методов адаптации национальных законодательств к общим правилам таможенного союза может иметь следующие планово-прогнозные значения: Сокращение времени и затрат на внедрение общих правил:

Адаптация национальных законодательств к общим правилам может значительно упростить процесс вступления в силу новых правил в странах-

членах. Это может сэкономить значительное количество времени и средств, которые могут быть использованы для других задач. Уменьшение препятствий для внешней торговли: Адаптация национальных законодательств к общим правилам может уменьшить барьеры для внешней торговли, что может привести к увеличению объемов экспорта и импорта в рамках таможенного союза. Повышение прозрачности: Адаптация национальных законодательств к общим правилам может упростить процесс регулирования внутреннего рынка и повысить прозрачность процессов. Это может привести к уменьшению коррупции и улучшению инвестиционного климата. Ускорение интеграционных процессов:

Адаптация национальных законодательств к общим правилам может ускорить процесс интеграции в рамках таможенного союза, что может привести к улучшению координации между странами-членами и повышению эффективности взаимодействия. Улучшение конкуренции: Адаптация национальных законодательств к общим правилам может улучшить конкуренцию на внутреннем рынке и привести к уменьшению искажений конкуренции между компаниями в рамках таможенного союза. Это может повысить качество товаров и услуг и улучшить условия для потребителей.

В заключении, исходя из динамики экономических показателей таможенных союзов на современном этапе и их реперных точек развития, а также моделей совершенствования системы управления таможенными союзами на среднесрочную перспективу, можно отметить следующее. В современном мире таможенные союзы играют важную роль в экономической интеграции государств и в достижении общих экономических целей. В ходе их функционирования возникают множественные проблемы, связанные с недобросовестной конкуренцией, неравномерным экономическим развитием, сложностями с транспортировкой и логистикой, адаптацией национальных законодательств к общим требованиям и правилам.

Для решения этих проблем необходимо постоянно улучшать и совершенствовать систему управления таможенными союзами, разрабатывать и внедрять новые механизмы и инструменты. Важным аспектом является планово-прогнозное планирование и анализ, которые позволяют оценить эффективность решений, принятых в прошлом, и определить перспективы развития. При этом одним из основных гносеологических корней институционального построения системы внешнеэкономической деятельности является сегодня понимание важности сотрудничества и интеграции в современном мире.

Необходимость объединения усилий всех государств для достижения общих целей развития становится все более очевидной, и таможенные союзы являются одним из механизмов для претворения данного целеполагания в жизнь. Таможенные союзы продолжают развиваться и улучшаться, их роль в экономической интеграции и достижении общих целей остается весьма значительной. Поэтому важно не останавливаться на достигнутом и продолжать работу по совершенствованию системы управления и решению проблем,

связанных с функционированием таможенных союзов, чтобы достичь максимальной эффективности и пользы для всех участников.

Список литературы

1. Богданов А.В. Эволюция таможенных союзов на современном этапе // Экономические науки. - 2022. - № 3 (237). - С. 110-118.
2. Бородачева Е.А. Таможенные союзы в современном мире: сущность и проблемы формирования // Научный вестник Новосибирского государственного технического университета. 2021. Т. 21, № 2. С. 141-153.
3. Глушков С.А., И.В. Шестакова. Таможенный союз: роль в интеграционном процессе // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2022. - № 1 (86). - С. 108-114.
4. Долгопятова, Т.И. Таможенный союз как инструмент экономической интеграции стран / Т.И. Долгопятова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2021. – № 1. – С. 127-135.
5. Карпенко Е.Н. Таможенные союзы: опыт и перспективы // Экономика и управление. 2021. № 2 (191). С. 12-16.
6. Круглов В.Н., Алексеева Е.В., Ушакова Н.А., Чичерова В.Н. Деятельность ФТС России в области контроля за обеспечением соблюдения торговых ограничений. Вестник академии знаний, № 52 (5), 2022, стр. 171-176. – ISSN 2304-6139 (print); ISSN 2687-0983 (online).
7. Круглов В.Н., Алексеева Е.В., Тютин Д.В., Ушакова Н.А. Совершенствование индикативного контроля таможенных органов: ретроспективный анализ. Вестник академии знаний, № 3 (56), 2023, стр. 135-140. – ISSN 2304-6139 (print); ISSN 2687-0983 (online).
8. Круглов В.Н., Шаурина О.С. Интеграционные аспекты совершенствования экономической эффективности таможенной отрасли. "Управленческий учет", № 3 – 2022, стр. 550-557. – ISSN 1814-8476.
9. Круглов В.Н., Шаурина О.С. "Индикативная составляющая как резерв экономического роста (на примере таможенной отрасли)". "Управленческий учет", выпуск № 4 2022, стр. 686-692. – ISSN 1814-8476.
10. Юрченко В.В. Экономическая интеграция и таможенные союзы: проблемы и перспективы // Вестник экономической науки Юга России. 2021. Т. 7, № 2 (80). С. 25-34.

ГЛАВА 3. ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ)[11]

Современные реалии, существующие в Российской Федерации, требуют новых подходов к рассмотрению социально-экономического развития территорий, которые не представляется возможным рассматривать вне национальных и мировых социально-экономических процессов. В последние десятилетия мировое сообщество стоит перед необходимостью перехода к устойчивому развитию государства в связи с углубляющимися социально-экономическими проблемами мирового масштаба.

В данном контексте, устойчивое социально-экономическое развитие Донецкой Народной Республики, как субъекта РФ, а также обеспечение динамичного и сбалансированного функционирования ее хозяйственных звеньев, как единого механизма народного хозяйства, невозможно рассматривать без разработки стратегии совершенствования государственной политики и оптимизации пропорций всего воспроизводственного процесса. Кроме того, особое внимание необходимо уделить проблемам социально-экономического развития жизнеобеспечивающих предприятий с целью увеличения их вклада в прирост национального богатства, улучшение условий и повышение качества жизни граждан Республики, что актуализирует тему научного исследования.

Теоретико-методологические аспекты устойчивости социально-экономического развития рассмотрены и изучены многими зарубежными и отечественными исследователями. Значительный вклад внесли такие авторы как А. Арманд, М. Афанасьев, Б. Большаков, Л. Вальрас, В. Вернадский, И. Греков, Дж. Гэлбрейт, Н. Калашникова, Дж. Кейнс, К. Маркс, А. Маршалл, Д. Медоуз, Б. Мильнер, Н. Моисеев, Д. Рикардо, Дж. Сакс, П. Самуэльсон, А. Смит, Ж. Сэй, А. Тойнби, М. Фридман, Ф. Энгельс и др. Среди отечественных разработок следует выделить работы А. Половяна, В. Заусаева, В. Михалева, И. Минервина, Г. Бурдаковой, Л. Шабалиной, Г. Шавкуна, М. Тимко и др.

Обобщение и применение зарубежного опыта в данном направлении имеет огромное значение для Донецкой Народной Республики, как нового субъекта Российской Федерации, при обосновании путей устойчивого развития и выборе наиболее эффективных методов управления. Необходимость разработки теоретического и прикладного аспектов названных проблем обусловил выбор темы, определил логику и структуру исследования.

3.1. Сущностное наполнение устойчивого развития региона

Особенность Российской Федерации с ее масштабностью, региональным многообразием, состоянием экономики требует активной деятельности государства (устранение диспропорций, сложившихся в экономическом пространстве, решение сложных региональных проблем, создание необходимых условий для устойчивого развития регионов).

[11] Авторы главы: Беганская И.Ю., Науменко С.Н., Черная Л.В., Гончарова М.В.

В данном аспекте, изменчивая и непредсказуемая современная внешняя среда требует от российского государства поиска совершенно новых точек роста, что связано с рядом факторов.

Во-первых, нынешнее состояние экономики России не соответствует ее исторической роли и реальному потенциалу, поскольку сырьевая модель, на которую опиралась российская экономика, давно себя исчерпала.

Во-вторых, серьезным вызовом стала пандемия COVID-19 и последовавший за ней экономический кризис, что привело к радикальному изменению формата деятельности (различные ограничения, закрытие национальных границ большинства стран мира, нарушение глобальных цепочек поставок, сворачивание многих отраслей промышленности и других видов деятельности, падение цен и спроса на углеводородное сырье, долгосрочные изменения в структуре и форматах потребления).

В-третьих, после подписания Президентом Владимиром Путиным договоров о вхождении ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областей в состав Российской Федерации, западные страны заявили о непризнании результатов голосования на референдумах и ввели очередной пакет антироссийских санкций.

В-четвертых, начавшаяся 24 февраля 2022 года специальная военная операция (СВО) изменила ход истории и крушение однополярного мира в силу быстрого разрастания откровенного противостояния Запада и России.

В сложившихся обстоятельствах, поиск инновационных направлений в обеспечении устойчивого социально-экономического развития государства и его регионов является крайне важной и наиболее актуальной задачей.

Основная цель устойчивого развития государства, региона, территории – повышение качества жизни населения (увеличение доходов, доступность образования, питания, здравоохранения, уменьшение нищеты, оздоровление окружающей среды, равенство возможностей, расширение личной свободы, обогащение культурной жизни и т.д.) [1, С. 3].

Идея концепции устойчивого развития была предложена советским ученым-естествоиспытателем Владимиром Вернадским.

Автор предложил решать экологические проблемы при помощи ноосферного мышления (смена мировоззрения и идеологических принципов), поскольку человек очень сильно воздействует на окружающую среду и преобразование современной биосферы.

Он считал, что человечество, как элемент биосферы, неизбежно придет к пониманию необходимости сохранения всего живого на Земле и охватит разумным управлением живую оболочку планеты, превратив ее в единую сферу – ноосферу (сферу разума) [2, С. 25]. Однако, идеи ученого не получили поддержки со стороны общества.

Предпосылки концепции устойчивого развития исследовались в научных работах Огюста Конта, Карла Маркса, Герберта Спенсера, которые рассматривали переход общества от хаотического состояния к гармоническому и управляемому развитию [3, 4].

К середине XX столетия в трудах Р. Арона, Д. Белла, П. Друкера, Дж. Гэлбрейта и др. начинают появляться различные концепции

индустриального общества, которое идет по пути развития техносферы, основная их идея – повышение уровня жизни населения [5-8].

Развивая данные идеи, американский экономист Уолт Ростоу сформировал теорию стадий экономического роста, которая сложилась под влиянием теории формационного развития общества, выделил четыре основных этапа (рис. 1) [9].

Рисунок 1 – Этапы теории стадиального развития

Так, для доиндустриального этапа характерно наличие ряда специфических периодов с отличительными основами хозяйствования

На первом этапе общество занималось преимущественно охотой и собирательством, вело кочевой образ жизни в поисках пищи.

На втором – общество перешло к полуоседлому и оседлому земледелию и скотоводству (взамен старых истощенных земель идет поиск более плодородных земель и пастбищ с обильной растительностью).

Оба этих периода относятся к первобытнообщинному укладу.

На третьем – в период продолжительных периодов рабовладения и феодализма используется мускульная сила человека и животных, в силу чего развивается ремесленничество, крестьянство выступает основной опорой производства. Данный период относится к феодальному строю.

Для индустриального этапа основной мотивацией является стремление уйти от тяжелого ручного труда и увеличение объемов производства, что приводит к буржуазной революции. В этот период:

изобретения ограничиваются уровнем нравственного развития общества, поскольку человечество переживает кризис вследствие разрыва между уровнем технического и нравственного развития, а инновации являются пересмотром (переоценкой) прошлого опыта;

внедрения ограничиваются энерговооруженностью, количеством разведанных запасов ресурсов, труднодоступностью их добычи и переработки, трудоемкостью изготовления конечного продукта, его транспортировкой конечному потребителю.

Мотивацией постиндустриального (оптимизационного) этапа является комплексная экономия на ресурсах (временные – человеко-часы, материальные – энергозатраты, износ оборудования, сопутствующие выплаты – заработная плата, сверхурочное время, выплата за вредные условия работы, инвалидность и т.п.)

В теории постиндустриального общества У. Ростоу выделяет пять основных стадий экономического роста (рис. 2) [9].

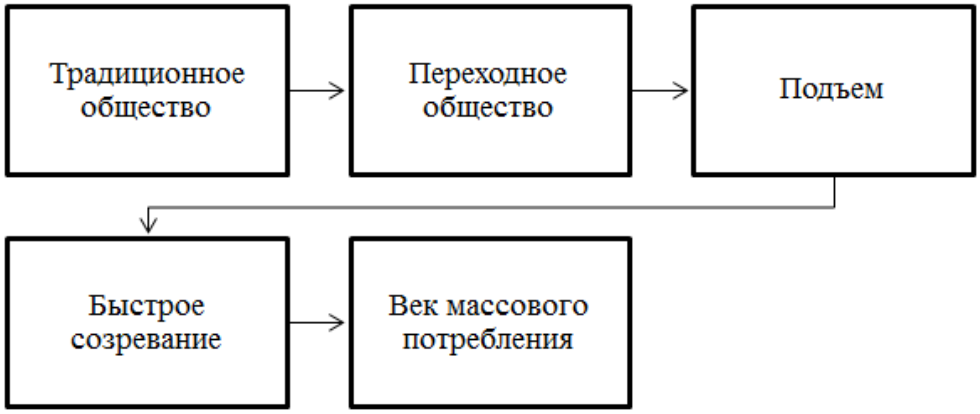

Рисунок 2 – Основные стадии экономического роста (У. Ростоу)

В отличие от Д. Белла, Уолт Ростоу считает, что именно будущее постпостиндустриальное общество будет являться технотронным.

Постпостиндустриальный этап автор концепции характеризует тем, что общество планеты сталкивается не только с финансово-экономическими, глобальными социальными и экологическими кризисами, но и с большим кругом проблем.

Данный факт заставляет задумываться о правильности выбранного пути развития техносферы.

Поскольку критический порог устойчивого роста мирового сообщества пройден в силу того, что человечество потребляет намного больше ресурсов, чем позволяют законы стабильного функционирования глобальных экосистем, то природных ресурсов Земли и возможностей биосферы недостаточно для поддержания нормального существования такого количества людей.

В этом контексте доводится мысль о том, что на планете будет происходить массовое вымирание людей от голода, распространятся болезни, эпидемии, а из-за нехватки пресной воды и недостатка природных ресурсов – вспыхивать войны.

Следовательно, биосфера законами развития и функционирования причастна к процессу устойчивого развития.

Эволюция основных подходов к формированию и реализации идеи устойчивого развития представлена на рис. 3 [10-13].

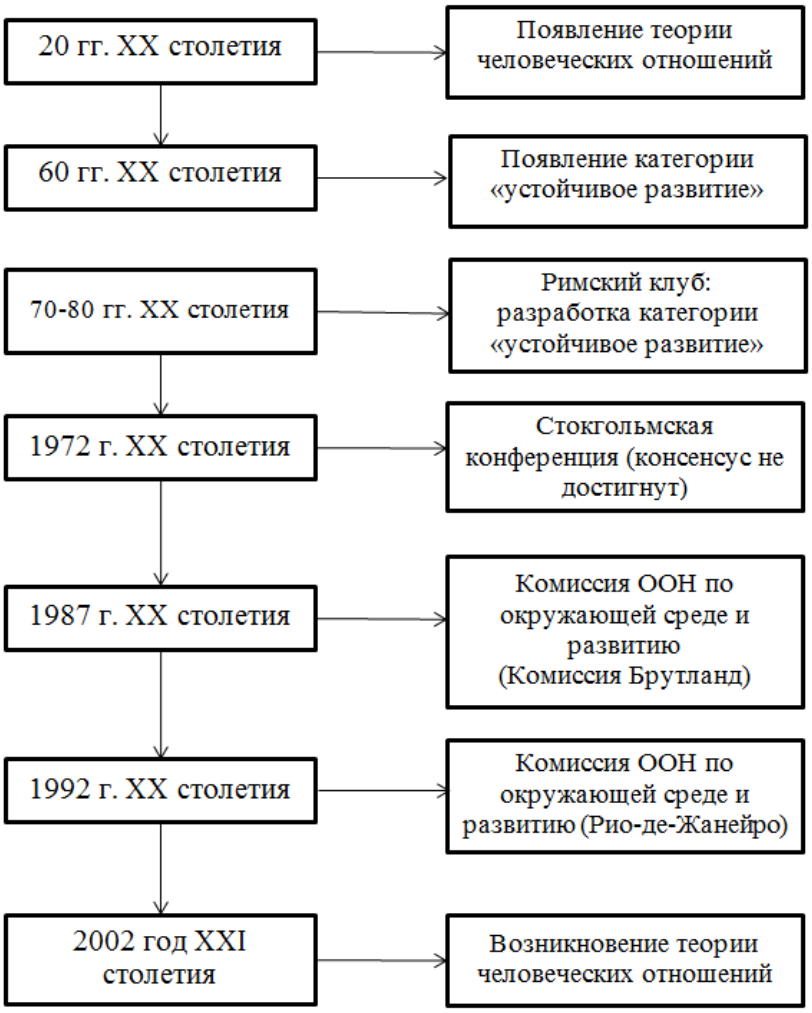

Рисунок 3 – Основные этапы становления теории устойчивого развития

Признавая вывод о существовании планетарных пределов экономического роста, представители данных подходов вынесли вердикт о неэффективности и недоразвитости традиционного человеческого общества как причины и следствия чрезмерного демографического роста.

Кроме обобщенных подходов к этапам становления теории устойчивого развития, существуют и другие подходы. Так, К. Белоусов выделяет три этапа устойчивого развития (рис. 4) [14].

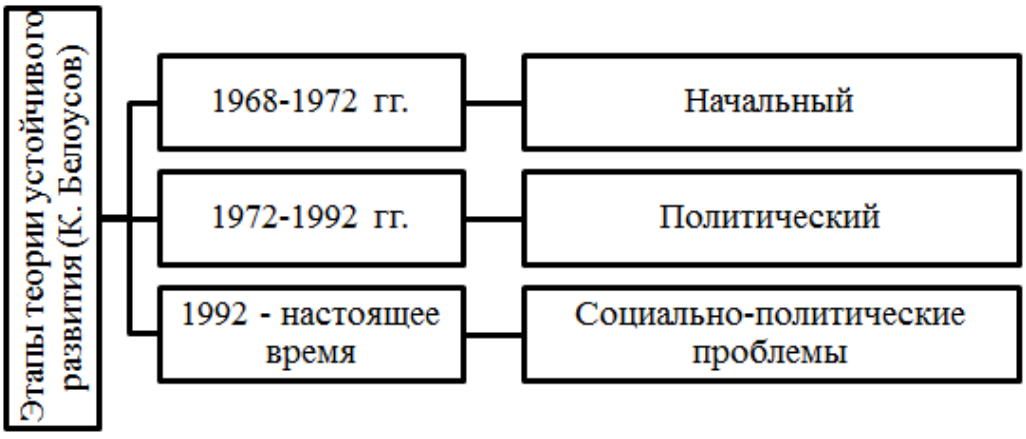

Рисунок 4 – Этапы развития теории устойчивого развития (К. Белоусов)

В свою очередь, Г. Краснощеков, Г. Розенберг выделяют четыре этапа развития теории устойчивого развития (рис. 5) [15].

Рисунок 5 – Этапы развития теории устойчивого развития (Г. Краснощеков, Г. Розенберг)

Коллектив авторов (М. Пашкевич, В. Шаповал) в своих исследованиях выделяют три этапа становления концепции устойчивого развития (рис. 6) [16].

Рисунок 6 – Этапы становления концепции устойчивого развития

При этом, авторы подчеркивают, что одна из характерных черт третьего этапа – разработка методических основ обеспечения устойчивого развития.

Однако, в XXI веке содержание термина «устойчивое развитие» было существенно расширено, поскольку помимо экологических проблем, к вопросам устойчивого развития стали относить и такие проблемы, как:

- социальное развитие (охрана здоровья населения);

- удовлетворение потребностей населения (в основном в странах с низким уровнем доходов);
- обеспечение политических прав и свобод граждан.

Благодаря расширению понятия «устойчивое развитие», одним из базовых был провозглашен принцип удовлетворения потребностей человека.

На основании рассмотренных выше подходов, можно выделить три этапа к подходам концепции устойчивого развития (табл. 1).

Таблица 1

Этапы к подходам концепции устойчивого развития

Этапы	Временной промежуток	Подходы
Первый этап	20-е гг. – середина XX ст.	Зарождение концепции
Второй этап	Середина XX ст. – 1992 г.	Формирование отдельных положений
Третий этап	1992 г. – по настоящее время	Нормативное закрепление, совершенствование, корректировка

Устойчивое экономическое развитие регионов, как самостоятельная концепция, стала ответом на вызовы, что обусловлено масштабным ростом численности населения и городов, развитием промышленности, НТП (рис. 7) [17].

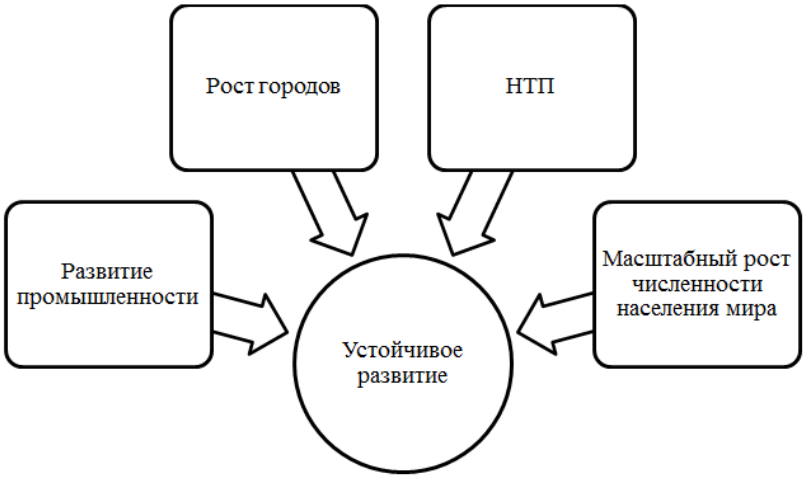

Рисунок 7 – Концепция устойчивого развития

В данную концепцию входит три составных элемента, что отражено в табл. 2.

Таблица 2

Составные элементы концепции устойчивого развития

Элементы	Описание
Экологическая устойчивость	Повсеместная деградация окружающей среды
Экономическая устойчивость	Сокращение природно-ресурсного потенциала, диспропорции в экономическом развитии
Социальная устойчивость	Усиление общественного вклада в экономическую деятельность

Следовательно, логично и целесообразно провести анализ каждой составляющей по отдельности.

Под экологической устойчивостью многие ученые понимают защиту окружающей среды (отдельных компонентов), поэтому их работы в основном сводятся к анализу конкретной проблемы (проблема сохранения отдельной экосистемы и т.п.). Однако, данному подходу можно противопоставить позицию Р. Солоу, который считает, что необходимо заниматься защитой всего природного комплекса в целом [18].

Кроме того, особый интерес вызывают вопросы рационального природопользования, предлагая придерживаться определенных правил (разрабатывать новые месторождения быстрее, чем иссякают старые, использовать возобновляемые ресурсы с темпами, не превышающими их возобновление, не загрязнять окружающую среду). Некоторые авторы придерживаются мнения, что страны имеют право на потребление природных ресурсов пропорционально размеру их населения.

Под экономической устойчивостью большинство ученых понимают поддержку стабильного уровня благосостояния населения в долгосрочной перспективе. В данном случае переход к экономическому росту, с одной стороны, непременно должен поддерживаться на высокой отметке с целью обеспечения удовлетворения потребностей будущих поколений. С другой – экономический рост поможет развитию технологий, которые будут наносить меньший урон в отличие от существующих.

Вместе с тем, саморегуляция системы невозможна без проведения активной политики государства, которая направлена на решение основных экологических проблем, даже если это негативно скажется на его конкурентоспособности. Иными словами, в исследовании вопросов экономической стабильности образовалось два противоположных лагеря. Одни ученые считают, что экономический рост помогает решать социальные проблемы, с одной стороны, и, с другой – способствует созданию технологи, необходимых для защиты окружающей среды. Другая часть ученых, специалистов и практиков сходятся во мнении, что существует необходимость государственного контроля с целью развития социальной и экологической устойчивости.

Компонент устойчивого развития – социальная устойчивость – в настоящее время наименее качественно проработана, поскольку ее позже первых двух ввели в состав устойчивого развития в силу размытых формулировок. В свою очередь, М. Бострем считает, что определение и наполнение понятия социальной устойчивости можно зафиксировать, только выбрав ту модель общества, которую мы хотим создать или сохранить [19].

В данном контексте, одно из направлений исследований по вопросам социальной устойчивости – проблемы неравенства и справедливости.

Увязывая данную проблему с экологической обстановкой, аргументы строятся на том, что в различных географических локациях, люди не просто имеют доступ к разным ресурсам, они находятся в разной зоне риска природных катастроф, а также в районах с разной инфраструктурой, которая могла бы помочь нивелировать эти риски. Кроме того, изменение климата способно усугубить социальное неравенство, в то время, как улучшение окружающей

среды – его уменьшить. В этом контексте предлагается рассматривать социальные проблемы в совокупности с экологическими.

Еще одним из значимых направлений в рамках исследования социальной устойчивости выступает политическая стабильность, поскольку войны, гонения, насилие, дискриминация приводят не только к негативным экономическим последствиям, но и к ухудшению экологии. В результате этого некоторые ученые концентрируются на поиске факторов и их комбинаций, влияющих на другие компоненты устойчивого развития.

На основании данных подходов, приобретает значение альтернативная концепция к определению социальной устойчивости, предлагающая переходить на иной уровень и рассматривать проблему с точки зрения создания инфраструктуры, общественного и физического пространства, в котором человек не только чувствовал бы себя в безопасности, но имел бы все возможности для роста и самовыражения, участия в жизни социума.

Несмотря на то, что деление устойчивого развития на три части можно назвать классическим, до сих пор не существует не только общепринятой концепции соединения этих компонентов, но и ясности по поводу наполнения каждого из них, что стало поводом для появления альтернативных составляющих моделей устойчивого развития.

Так, некоторые авторы предлагают к существующим компонентам добавить культурный аспект, поскольку культура не может не влиять на то, как человек относится к окружающей среде, воспринимая социальные проблемы, насколько важно для него экономическое благосостояние. Некоторые авторы предлагают добавить пятый компонент – безопасность. Выделению этих двух компонентов способствует беспрецедентный рост миграции в развитые страны. Однако, при этом, возникает новая проблема. Если подобные изменения состава населения действительно влияют на устойчивость развития стран-реципиентов, то нет возможности измерить эти показатели [20].

Таким образом, концепция устойчивого развития – особый подход к управлению регионами, когда использование имеющегося у них потенциала осуществляется с целью сохранения и расширения возможностей населения. При этом, ни один из трех элементов не может развиваться в ущерб другим.

На основании вышеизложенного можно однозначно утверждать, что устойчивое развитие – понятие сложное, многогранное, самостоятельное, лежащее в плоскости общетеоретических, методологических и прикладных исследований множества ученых, вследствие чего возникли его многочисленные определения. Вместе с тем, единого подхода к определению данного понятия не существует, поскольку в самой трактовке концепции устойчивого развития используется два относительно самостоятельных направления.

Первое направление акцентирует основное внимание на экологической составляющей устойчивости в контексте необходимости обеспечения воспроизводства ограниченных ресурсов. Однако, в последнее время на первый план, в рамках второго направления, выдвигаются социально-экономические и иные аспекты устойчивого развития. В табл. 3 отражены основные дефиниции понятия «устойчивое развитие региона» в зависимости от соотношения данных направлений.

Таблица 3

Дефиниции понятия «устойчивое развитие региона»

Автор(ы)	Формулировка
1	2
Т. Алферова [21]	Совокупность процессов позитивных изменений, воплощающих их технологий, направленных на гармонизацию отношений между экономической, экологической, социальной сферами для удовлетворения потребности социально-экономической системы в долгосрочном существовании
А. Ахметишина [22]	Непрерывный процесс регулирования экономико-экологических отношений, снижения экономической нагрузки на биосферу, разработки новых ресурсосберегающих и экономически чистых технологий с целью предотвращения глобальных экологических и экономических угроз
Г. Гутман, А. Мироедов, С. Федин [23]	Состояние социо-эколого-экономической системы, при котором существуют необходимые условия и предпосылки для прогрессивного движения вперед, для поддержания внутреннего и внешнего равновесия, обеспечения постепенного перехода экономики от простых явлений к более сложным, тем самым, происходит формирование условий для ее перехода в качественно новое состояние
В. Данилов-Данильян [24]	Общественное развитие, при котором не разрушается его природная основа, создаваемые условия жизни не влекут деградации человека, социально-деструктивные процессы не развиваются до масштабов, угрожающих безопасности
М. Калинчиков [25]	Развитие экономической, политической, социальной, экологической сфер с присущим им в качестве внутренних характеристик стремлением к равновесию и сокращению диспаритета, обеспечивающее сбалансированное, поступательное движение региона в целом, следствием чего должно явиться улучшение жизни людей
В. Коптюг (и др.) [26]	Стабильное (предсказуемое) развитие, без резких потрясений и катастроф
О. Кузнецов [27]	Непрерывный процесс удовлетворения потребностей настоящего и будущих поколений, включает две группы понятий (необходимые для сохранения и развития потребности и возможности и накладываемые ограничения на возможность удовлетворять потребности, обусловленные состоянием технологий и организацией общества)
А. Пиковский, И. Орлова [28]	Форма социально-экономического развития, которая оптимизирует экономические и социальные блага, доступные в настоящее время, без создания угрозы потенциальной возможности иметь их в будущем
Г. Розенберг и др. [29]	Поддерживаемое экономическое развитие, не подвергающее угрозе истощения существующих ресурсов будущих поколений
И. Сигов [30]	Развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности
Т. Ускова [31]	Процесс изменений, в котором эксплуатация ресурсов, направление капиталовложений, ориентация технологического развития в гармонии с социальным благополучием и экологическим равновесием повышают ценность текущего и будущего потенциала

А. Шалмуев [32]	Формирование модели регионального менеджмента, позволяющей обеспечить достойный уровень благосостояния населения и динамическое равновесие экономической системы с окружающей средой (способность системы сравнительно быстро возвращаться в исходное состояние либо достигать новой, более высокой точки на траектории своего развития)

При дальнейшем анализе существующих определений выделены базовые характеристики устойчивого развития региона (рис. 8).

Рисунок 8 – Сущностные характеристики устойчивого развития региона

Таким образом, устойчивое развитие региона обеспечивается, с одной стороны, движением экономической системы от исходного состояния к перспективному, с другой – способностью к внутренней перестройке самих структур (диверсификация), что позволяет функционировать органически целостной системе с определенной степенью эффективности, с третьей – изменениями, направленными на долгосрочное сбалансированное развитие всех сфер жизни общества с целью обеспечения воспроизводства ресурсов, которые необходимы для более качественной жизни настоящего и будущих поколений.

Для обеспечения устойчивости в условиях нестабильной внешней среды социально-экономическая система региона должна иметь определенный потенциал развития по наиболее значимым параметрам, рассматриваемым в системном единстве [33].

Как универсальное свойство социально-экономических систем региона, устойчивость проявляется в его способности эффективно выполнять внутренние и внешние функции, несмотря на негативное воздействие экзогенных и эндогенных факторов. При этом, под устойчивостью будем понимать комплексное свойство объекта управления, характеризуемое совокупностью характеристик (табл. 4).

Таблица 4

Характеристики понятия «устойчивость» [составлено на основе [34]]

Компоненты	Функции
Живучесть	Способность объекта выполнять поставленные задачи в условиях воздействия негативных факторов внешней среды
Помехоустойчивость	Способность объекта выполнять поставленные задачи в условиях возмущающих воздействий
Надежность	Способность объекта выполнять поставленные задачи, сохраняя нормальный уровень своих функциональных характеристик в течение заданного периода времени

Соответственно, возможность достижения экономической системой устойчивого развития обусловлено наличием потенциала устойчивого развития. Внутренние резервы устойчивого развития региона обозначаются совокупностью условий, факторов, ресурсных и организационных возможностей, а также экономической готовностью к обеспечению параметров устойчивого развития.

Рисунок 9 – Компоненты потенциала устойчивого развития региона

К основным компонентам потенциала устойчивого развития региона относят экономический, социальный, природно-ресурсный, экологический, институциональный, управленческий, инновационный потенциалы, потенциал безопасности [35], что наглядно можно представить в виде рис. 9. При этом, основой выступает экономический потенциал устойчивого развития, который можно характеризовать такими позициями как: уровень диверсификации экономики; степень ее ориентированности на внутренний спрос; присутствие в

хозяйственном комплексе территории и на системообразующих предприятиях подушки безопасности.

Отметим, что чем более выражены данные позиции, тем больше возможностей для обеспечения устойчивого развития региона.

В данном аспекте, возникает необходимость обозначения основных факторов, влияющих на устойчивость развития региона, а также соответствующих индикаторов. Формирование устойчивого развития экономической системы региона в совокупности с обеспечением безопасности должно базироваться на ряде принципов устойчивого развития (табл. 5).

Таблица 5

Принципы устойчивого развития и их содержание

Принципы	Содержание
Диверсификация / инновационное развитие экономики	Совершенствование структуры производства, переход к инновационному типу развития экономики
Постоянный рост качества жизни населения	Обеспечение достойного качества жизни населения территории, устранение диспропорций в уровне доходов населения
Рациональное природопользование (экономия ресурсов)	Ресурсосбережение, рациональное потребление, разумное расходование возобновляемых и максимально возможное сокращение потребления невозобновляемых ресурсов
Обеспечение экологической безопасности	Развитие экологически ориентированных отраслей хозяйственной деятельности, усиление взаимосвязи экономики и экологии, формирование экологического мировоззрения человека

Условия и факторы можно разделить в соответствии с целями устойчивого развития (табл. 6) и определить их влияние на условия экономической активности [36].

Таблица 6

Факторы и их влияние на условия экономической активности региона

Факторы	Влияние
Социальные	Создание новых рабочих мест; увеличение средней заработной платы; снижение уровня безработицы; рост индекса развития человеческого капитала и др.
Экологические	Сокращение уровня вредных выбросов в атмосферу; увеличение инвестиций в природоохранные мероприятия; сокращение техногенной нагрузки на окружающую природную среду
Природная среда	Состояние системы природно-ресурсного потенциала; величина запасов и качество природного сырья; повышение уровня рационального и комплексного использования природных ресурсов; прирост площади земель, вовлеченных в сельскохозяйственный оборот и др.
Инновационная среда	Повышение уровня инновационного развития страны; повышение производительности труда за счет активизации инновационной деятельности; увеличение доли отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции и др.
Институциональная среда	Увеличение инвестиционного потенциала региона; снижение уровня инвестиционного риска; увеличение индексов промышленного производства, продукции сельского хозяйства и др.

Поскольку устойчивость, как важнейшее стратегическое условие развития региона, предполагает длительность сохранения условий для воспроизводства потенциала в режиме экономической сбалансированности и социального равновесия, то моделирование устойчивого развития региона, как экономической системы, предполагает использование классического вида функцию устойчивого развития (F):

$$F_t(x_1, x_{2,} x_3) \leq F_{t+1}(x_1, x_{2,} x_3) \quad (1)$$

где: x_1 – природный фактор,

x_2 – фактор инноваций,

x_3 – институциональный фактор, который правомерно рассматривать также как фактор обеспечения экономической безопасности функционирования экономической системы.

Факторы обеспечения экономической безопасности функционирования экономической системы (X_3) характеризуют ресурсоемкость экономической деятельности в регионе с точки зрения использования природно-ресурсного и инновационного потенциала, а также существующих институтов. Это требует выделение, основанных на единстве целей устойчивого развития региона, признаков (рис. 10).

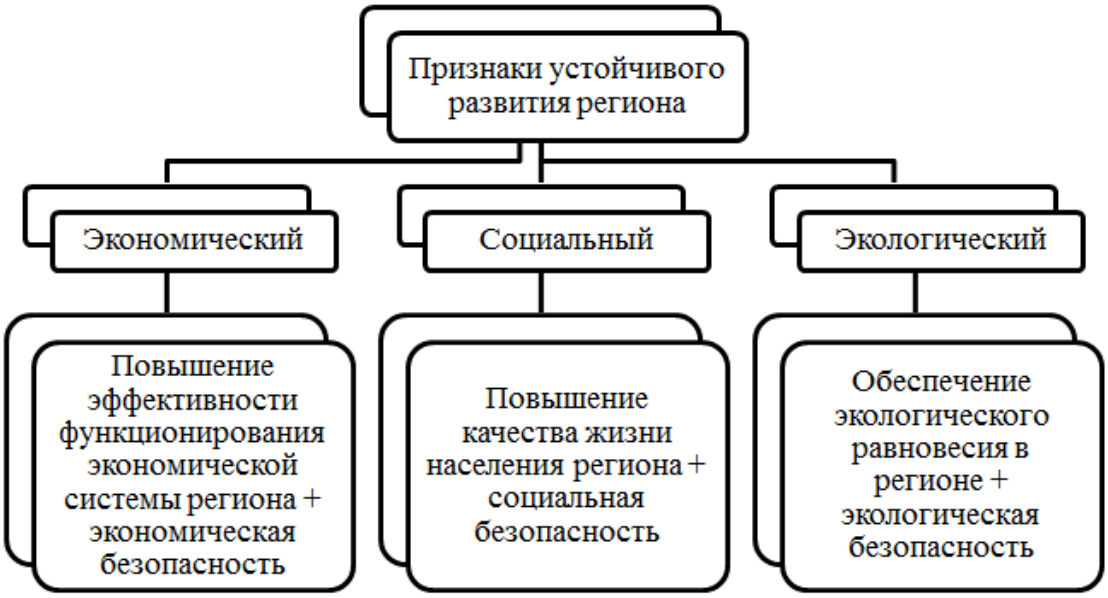

Рисунок 10 – Признаки устойчивого развития региона

В свою очередь, признаки обусловливают формирование системы соответствующих индикаторов для оценки потенциала устойчивого развития региона, что схематично представлено на рисунке 11.

Приведенные на рисунке 11 стадии оценки целесообразно внедрить в общий механизм формирования стратегии социально-экономического развития региона, что позволит более подробно учитывать факторы и условия, влияющие на его устойчивость в стратегической перспективе. В данном случае драйверами устойчивого развития, как экономики региона, так и народного хозяйства в

целом, могут быть точки импортозамещения (сферы технологической и продовольственной безопасности).

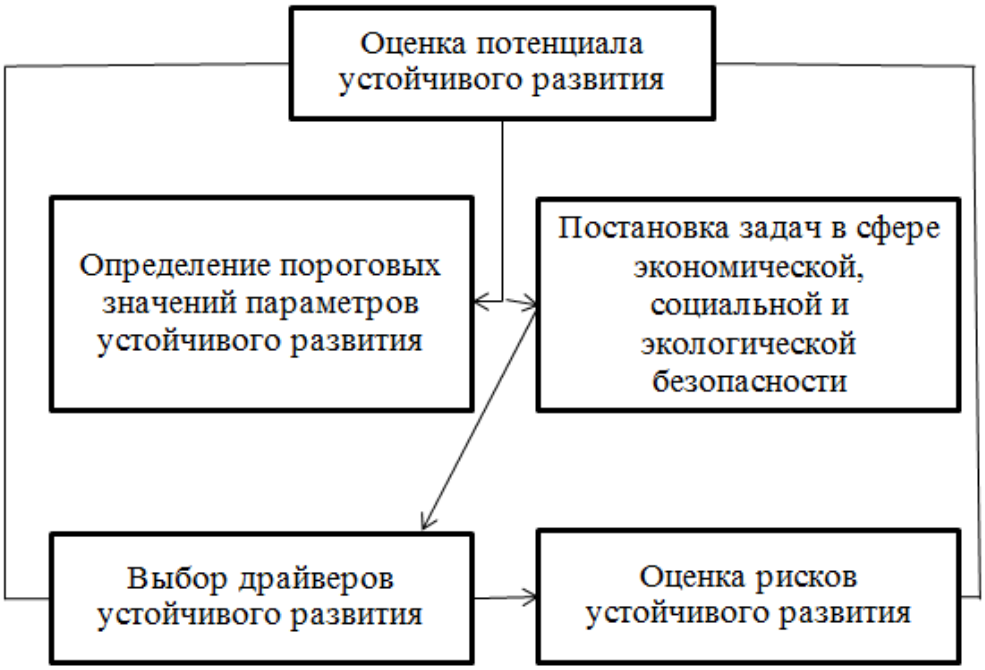

Рисунок 11 – Оценка потенциала устойчивого развития

Таким образом, систематизация подходов к определению понятия «устойчивое развитие» позволяет понимать под устойчивым развитием региона движение экономической системы от исходного состояния к перспективному, характеризуемому более высоким качеством жизни населения и уровнем социально-экономического и культурного потенциала.

Для достижения устойчивого развития региона необходимо учитывать взаимосвязь ряда аспектов (экономические, социальные, экологические), что требует принятия комплексных мер (развитие экологически чистых технологий, сокращение выбросов загрязняющих веществ, справедливое распределение ресурсов, учет потребностей населения).

При этом, возможно возникновение потенциальных угроз, среди которых можно выделить:

1. Недостаток конкретики и объективности концепции устойчивого развития региона (может интерпретироваться по-разному, отсутствие единого определения и критериев измерения), что может привести к различным подходам и неоднозначности в реализации на практике.

2. Наличие противоречий между экономическими и экологическими интересами, поскольку некоторые меры, направленные на устойчивое развитие региона, могут противоречить экономическим интересам, требуя значительных финансовых и временных затрат, что может вызывать сопротивление со стороны бизнеса, некоторых отраслей промышленности.

3. Стремление к созданию равных возможностей и справедливого распределения ресурсов в реальности может усугубить неравенство и социальную несправедливость.

4. Ограниченность ресурсов и глобальные проблемы (изменение климата, истощение ресурсов) требуют международного сотрудничества и координации, которого сложно достичь в силу политических разногласий различных глобальных экономических центров.

Однако, в целом, достижение устойчивого развития – одна из наиболее важных задач, которые стоят перед регионами Российской Федерации. Цель – обеспечение экономического подъема, защита ресурсной базы и окружающей среды с учетом интересов будущих поколений. В свою очередь, устойчивость экономического развития – это такое состояние экономики, при котором поддерживается стабильность выходных (конечных планируемых) параметров развития производственных, социальных и экономических показателей.

3.2. Методология разработки стратегии устойчивого развития региона

Устойчивое развитие региона характеризуется комплексом различных пространственных, экономических, социальных, культурно-духовных, экологических и других факторов, которые необходимо учитывать в процессе осуществления планирования. Именно поэтому регион разрабатывает ряд плановых документов, каждый из которых имеет свой объект, принципы, назначение, формирующих целостную систему планирования устойчивого развития.

Системная деятельность позволяет сформировать целостную взаимосогласованную систему планирования устойчивого развития.

Разработанная стратегия должна стать основным документом, по которому организуется деятельность по внедрению и корректировке отраслевых, социально-экономических, финансовых программ, правил землепользования, застройки и др. Кроме того, в стратегии определяются основные приоритеты устойчивого развития, важнейшие проекты для реализации заявленных целей.

Стратегические приоритеты в среднесрочном измерении приобретают вид комплексных социально-экономических и секторальных программ.

Текущая деятельность и работа по реализации среднесрочных целей находят свое отражение в ежегодных программах социально-экономического развития, которые тесно увязываются с ежегодным бюджетом. Поэтому, точка зрения, согласно которой устойчивая стратегия способна заменить базовый документ планирования (пространственный, социально-экономический, секторальный планы), является неоправданной.

Стратегический план должен выступать как организующая оболочка для других документов планирования устойчивого развития. Иными словами, он помогает сформировать региону целостную взаимосогласованную, прозрачную и эффективную систему планирования [37]. В современном понимании стратегия устойчивого развития региона помимо ясных целей, концентрации усилий и ресурсов, конкретного порядка действий должна поддерживать общественную инициативу, предусматривать такую гибкость поведения, чтобы использовать минимум ресурсов для достижения максимального результата и определять скоординированное руководство.

Следовательно, сущность понятия «стратегия устойчивого развития» можно представить графически (рис.12).

Рисунок 12 – Стратегия устойчивого развития как многогранное понятие

Отсюда, делаем вывод о реактивности стратегии (помощь органам устойчивого самоуправления в адаптации развития региона к внешним изменениям) и о ее проактивности (направлять действия в нужное русло).

Современным инструментом управления развитием региона в условиях изменений и неопределенности выступает стратегическое управление. Вместе с тем, стратегическое управление невозможно без оперативного управления развитием региона, поскольку они разграничивают полномочия исполнительной власти, что отражено в табл. 7.

Таблица 7

Сравнение стратегического и оперативного управления устойчивым развитием региона

Характеристики управления	Оперативное управление	Стратегическое управление
1.Назначение (миссия)	Жизнеобеспечение, поддержание уровня развития	Развитие в долгосрочной перспективе при помощи формировании динамичного баланса с внешней средой
2.Основное направление управления	Взгляд во внутрь региона, поиск путей более эффективного использования различных ресурсов	Взгляд извне, поиск новых возможностей в конкурентной борьбе, отслеживание изменений во внешней среде, адаптация к ней
3. Учет фактора времени	Ориентация на краткосрочную и среднесрочную перспективу	Ориентация на долгосрочную перспективу
4. Основные факторы	Функции, организационные структуры, процедуры, техника, технология	Люди, рынок, системы информационного обеспечения
5.Управление персоналом	Взгляд на работников, как на ресурс, исполнителя отдельных работ, функций	Взгляд на работников, как на основу, основную ценность, источник благополучия
6. Оценка эффективности деятельности и управления	Определяется через рациональность использования устойчивого потенциала	Выражается в том, насколько своевременно регион может реагировать на новые вызовы и изменяться зависимо от них

Таким образом, стратегическое управление, опираясь на человеческий потенциал, как основу региона, ориентирует деятельность на запросы потребителей, осуществляет гибкое регулирование и обеспечивает своевременные изменения объекта управления, которые отвечают вызовам со стороны внешней среды. Все то, что позволяет достигать цели функционирования региона и добиваться конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе [38].

Следовательно, сама сущность стратегического управления делает его обязательным инструментом муниципального менеджмента в современных условиях, когда изменения происходят чрезвычайно быстро, а традиционные конкурентные преимущества региона часто теряют свое значение как решающие факторы развития.

Стратегическое управление тесно связано со стратегическим планированием. Следует отметить, что основное различие между традиционным долгосрочным и стратегическим планированием заключается в видении будущего состояния региона, как социально-экономической системы. Так, в системе долгосрочного планирования делается предположение, что будущее может быть предсказано путем переноса существующих тенденций роста. Руководители исполнительных органов устойчивого самоуправления в данном случае исходят из того, что в перспективе итоги деятельности обязательно улучшатся по сравнению с прошлым, и этот тезис закладывают в обоснование стратегии развития региона. Типичный результат такой практики – планирование оптимистичных показателей социально-экономического развития и получения реальных результатов, которые зачастую существенно ниже планируемых [39].

В системе стратегического планирования – другая постановка вопроса. Здесь считается, что будущее непременно должно быть лучше, чем прошлое и его можно изучать методами экстраполяции. Поэтому в стратегическом планировании важное место отводится анализу перспектив развития региона, задачей которого является выяснение тех опасностей, возможностей, а также отдельных чрезвычайных ситуаций, способных изменить сложившиеся тенденции. Такой анализ может быть дополнен анализом позиций в конкурентной борьбе.

Стратегическое планирование устойчивого развития региона должно основываться на ряде специальных принципов (табл. 8).

Таблица 8

Принципы стратегического планирования устойчивого развития региона

Принципы	Сущность
Объективность	Опора на предыдущие достижения, опыт и объективную информацию, собранную при разработке стратегии
Целеполагание	Четкая формулировка цели и конкретных стратегических целей
Результативность	Направление всех мероприятий, внесенных в стратегии на достижение поставленных целей
Эффективность	Определение количественного выражения соотношения затрат и результатов улучшение социально-экономического положения

Приоритетность	Включение в стратегию главных направлений, реализация которых позволит обеспечить гармоничное развитие региона
Компетентность	Обеспечение соответствия круга вопросов по управлению развитием региона, на решение которых направлены стратегия и компетенции
Комплексность	Создание диверсифицированной и инновационной экономической структуры, основанной на социальном консенсусе
Наследственность	Вовлечение в процесс разработки представителей всех заинтересованных сторон для обеспечения преемственности в реализации разработанной стратегии
Альтернативность	Разработка альтернативных вариантов стратегии
Прозрачность	Обеспечение прозрачности процессов разработки и реализации стратегии, широкое освещение в СМИ, привлечение заинтересованных сторон
Ситуационность	Выявление, оценка, учет влияния факторов и внешней среды, возможных вариантов развития в зависимости от их комбинации

Широкое внедрение стратегического планирования в практику деятельности органов устойчивого развития региона развивает стратегическое мышление управленцев в соответствии с традициями, менталитетом.

В свою очередь, стратегические цели предназначены для конкретизации приоритетов в среднесрочной перспективе и должны отвечать определенным требованиям, отраженным в табл. 9 [40].

Таблица 9

Требования к стратегическим целям устойчивого развития региона

Требования	Формулировка
1. Конкретность	Создание исходной точки отсчета для принятия в дальнейшем правильных решений по развитию региона, благодаря чему можно более обоснованно определить, насколько эффективно действуют субъекты экономической деятельности в направлении достижения стратегического видения и миссии
2. Измеряемость	Установление четких показателей измерения достижения стратегических целей
3. Взаимосогласованность	Учет специфики и многоаспектности функционирования региона (не должны препятствовать реализации других целей; должны быть полностью согласованными со стратегическим видением и миссией)
4. Реалистичность	Недостижимые (частично достижимые) цели приводят к негативным последствиям (снижение уровня мотивации основных субъектов региона эффективно работать над реализацией стратегического плана, снижение конкурентоспособности в целом)
5. Ограниченность во времени	Определение конкретного горизонта прогнозирования и планирования, устанавливаемого на длительный (краткосрочный) промежутки времени

По результатам этапа целеполагания можно сформировать дерево целей стратегии устойчивого развития региона (рис. 13).

Рисунок 13 – Дерево целей стратегии устойчивого развития региона

Определению целей стратегии развития помогает использование метода анализа причин и следствий. При этом, определяются главные проблемы, мешающие реализации выбранного приоритета развития региона.

Для каждой проблемы определяют, что является следствием (проявлением) ее существования и основными причинами ее появления. Соответственно, действия должны направляться не на борьбу с последствиями проблемы, а на устранение ее причин. Именно поэтому основные причины трансформируются в стратегические цели. Далее экспертным путем, основываясь на результаты анализа развития региона, определяются коренные причины, которые привели к появлению основных причин.

Таким образом, стратегия развития региона – это комплекс мер, отражающий основные положения стратегий развития приоритетных направлений хозяйствования и функциональных стратегий, создающих предпосылки для их детализации на различных уровнях.

3.3. Стратегическое видение социально-экономического развития Донецкой Народной Республики

Устойчивое развитие является новой мировоззренческой, политической и практической моделью развития для всех стран мира, которые начали переход от чисто экономической модели развития к поиску оптимального баланса между тремя составляющими развития – экономической, социальной и экологической. Реализация этой модели требует формирования системы публичного управления устойчивым развитием, необходимым условием которого и его важной составляющей, является надлежащее управление.

Донецкая Народная Республика на принципах устойчивого развития, верховенства права, защиты прав человека, демократии, солидарности,

надлежащего управления переходит в новую эпоху истории, связанную с присоединением к Российской Федерации.

Стратегическое видение устойчивого развития ДНР основывается на обеспечении национальных интересов и выполнении международных подходов к устойчивому развитию, которое предполагает:

- преодоление дисбалансов, существующих в экономической, социальной, экологической сферах;
- построение мирного, безопасного, социального сплоченного общества с надлежащим управлением и инклюзивными институтами;
- обеспечение партнерского взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления, бизнеса, науки, образования и организаций гражданского общества;
- полную занятость населения;
- высокий уровень образования и здравоохранения;
- состояние окружающей среды, которое будет обеспечивать качественную жизнь и благополучие нынешнего и будущих поколений;
- децентрализацию и внедрение региональной политики, предусматривающей гармоничное сочетание общенациональных и интересов страны;
- сохранение национальных культурных ценностей и традиций.

Стратегия устойчивого развития региона должна предусматривать ряд разнообразных векторов (табл. 10).

Таблица 10

Векторы Стратегии устойчивого развития Донецкой Народной Республики как субъекта Российской Федерации

Вектор	Сущностное наполнение
Вектор развития	Обеспечение устойчивого развития и экономического роста экологически неистощимым способом, проведение структурных реформ, создание благоприятных условий для ведения хозяйственной деятельности
Вектор безопасности	Обеспечение гарантий безопасности, бизнеса, граждан, защищенности инвестиций и частной собственности, мира и защиты границ, честного и беспристрастного правосудия, безотлагательного проведения очистки власти на всех уровнях, внедрения эффективных механизмов противодействия коррупции
	Обеспечение эффективной медициной, защищенность социально уязвимых слоев населения, безопасное состояние окружающей среды, доступ к качественной питьевой воде, безопасным пищевым продуктам, промышленным товарам
Вектор ответственности	Обеспечение гарантий каждому гражданину, независимо от расы, цвета кожи, политических, религиозных и других убеждений, пола, этнического и социального происхождения, имущественного положения, места жительства, языковых или других признаков, доступа к высококачественному образованию, системе здравоохранения и других услуг в государственном и частном секторах
Вектор гордости	Обеспечение взаимного уважения и толерантности в обществе, гордости за собственное государство, его историю, культуру, науку, спорт

Вектор инновационного развития	Активное использование знаний и научных достижений, стимулирование инновационной деятельности, создание благоприятного инвестиционного климата, обновление производственных фондов, формирование высокотехнологичных видов деятельности и отраслей экономики, повышение энергоэффективности производства, стимулирование сбалансированного экономического роста, основанном на притоке инвестиций в использование возобновляемых источников энергии, экологически безопасное производство, зеленые технологии

Устойчивое развитие региона ориентировано, прежде всего, на человека и улучшение качества его жизни в благоприятной социально-экономической, экологически чистой и здоровой естественной окружающей среде. Высокий интеллектуальный уровень человеческого потенциала должен обеспечить конкурентоспособность Донецкой Народной Республики в будущем.

Стратегия должна быть направлена на построение справедливого общества, где будет обеспечена поддержка прав человека (экологические права, право на развитие национальной культуры, гендерное равенство, рост социального капитала, как способности общества к работе в группах, организациях, основанной на общих ценностях.

Целью Стратегии является обеспечение высокого уровня и качества жизни населения ДНР, создание благоприятных условий для деятельности нынешнего и будущих поколений и прекращение деградации природных экосистем путем внедрения новой модели экономического роста, основанной на принципах устойчивого развития. Достижение этой цели соответствует мировоззренческим ценностям и культурным традициям общества в соответствии с международными стандартами.

Реализация Стратегии предусматривает разработку механизмов преодоление бедности путем эффективной занятости населения, высокой стоимости рабочей силы, накопления человеческого и социального капитала, развития предпринимательской активности населения, укрепления среднего класса, повышения социальных стандартов и гарантий, а также предоставления необходимой социальной поддержки уязвимым группам населения.

Необходимым условием для реализации Стратегии является соблюдение принципов верховенства права, демократии, надлежащего управления на всех уровнях, создание эффективных, результативных, инклюзивных и подотчетных институтов.

Руководящие принципы Стратегии устойчивого развития ДНР должны строиться на следующих принципах (табл. 11).

Таблица 11

Руководящие принципы Стратегии устойчивого развития ДНР

Принципы	Характеристика
Защита прав человека	Защищать права всех людей на жизнь в таком природной и социальной среде, которое бы поддерживало человеческое достоинство и здоровье, избегать дискриминации, обеспечивать равенство возможностей и уменьшать неравенство в доходах
Верховенство права	Соблюдать прозрачного, подотчетного и демократического порядка принятия законов и их ввода в действие. Обеспечивать равенство перед законом всех физических и юридических лиц, а

	также учреждений. Обеспечить свободное, беспристрастное и независимое правосудие
Надлежащее управление	Обеспечить результативность, эффективность, открытость и инклюзивность управленческого процесса, подотчетность и ответственность субъектов управления. Способствовать переходу к горизонтальной системе общественной координации принятия и реализации управленческих решений с участием всех заинтересованных сторон на национальном, региональном и местном уровнях
Участие общественности	Обеспечивать участие граждан в процессе принятия решений. Ввести надлежащие процедуры для информирования, консультаций и участия всех заинтересованных сторон и институтов гражданского общества
Участие представителей бизнеса и социальных партнеров	Обеспечить формирование социального диалога, внедрение корпоративной социальной ответственности и государственно-частного партнерства с целью содействия сотрудничеству и выполнения общих обязательств для достижения устойчивого потребления и производства
Интеграция политики и управления	Способствовать интеграции экономической, социальной и экологической политик, согласованности отраслевых и региональных политик на всех уровнях управления с целью повышения их вклада в устойчивое развитие
Солидарность внутри поколений и между поколениями	Удовлетворять потребности нынешнего поколения, не ставя под угрозу возможность будущих поколений реализовывать свои потребности
Использование лучших из имеющихся знаний	Обеспечить все необходимые условия для того, чтобы политика разрабатывалась, оценивалась и реализовывалась на основе лучших из имеющихся знаний и была экономически, социально и экологически результативной
Принцип предотвращения	Применять процедуры оценки воздействия на окружающую среду и стратегической экологической оценки. Использовать превентивные меры с целью предотвращения негативных последствий для окружающей среды и здоровья человека на стадии планирования деятельности
Принцип «загрязнитель платит»	Обязать загрязнителей платить за вред, который они наносят здоровью человека и окружающей среды, в соответствии с реальными затратами на возмещение причиненного ущерба, которые несет общество. Обеспечить целевое направление этих возмещений на восстановление экосистем и охране здоровья населения

Национальные цели устойчивого развития Донецкой Народной Республики должны базироваться на 17 глобальных целях (табл. 12).

В рамках Стратегии частная предпринимательская, инвестиционная и инновационная деятельность является одной из движущих сил обеспечения инклюзивного экономического роста и создания рабочих мест. Поэтому важной движущей силой достижения намеченных целей будет являться поддержка общества и его привлечение к реализации Стратегии.

Таблица 12

Национальные цели устойчивого развития Донецкой Народной Республики

Цели	Элементы
1. Содействие инклюзивному сбалансированному экономическому росту, жизнестойкой инфраструктуре	Длительный инклюзивный сбалансированный экономический рост, полная продуктивная занятость, достойный труд; жизнеустойчивая инфраструктура, промышленное развитие, инновации
2. Обеспечение устойчивого отраслевого и регионального развития	Сбалансированное развитие сельского хозяйства, доступ к экономически приемлемым, надежным, современным источникам энергии, повышение эффективности использования энергии, сохранение национальных культурных ценностей, традиций
3. Преодоление бедности, сокращение неравенства	Условия, позволяющие работающему населению зарабатывать достаточно для того, чтобы семья не пребывала в состоянии бедности, эффективная система поддержки социально уязвимых групп населения (престарелые, инвалиды, семьи с высокой иждивенческой нагрузкой, семьи в экстремальной ситуации, беженцы и т.п.), противостояние дискриминации бедных при доступе к бесплатным (дотируемым) социальным услугам
4. Обеспечение здорового образа жизни, благополучия, качественного образования, безопасности	Здоровая жизнь, благополучие для всех в любом возрасте, инклюзивное справедливое качественное образование, возможность обучаться на протяжении всей жизни для всех, инклюзивные, безопасные, жизнестойкие, сбалансированные города (населенные пункты)
5. Обеспечение перехода к моделям сбалансированного потребления и производства, управления природными ресурсами, укрепления мер реагирования на изменение климата	Переход к моделям сбалансированного потребления и производства, интегрированное управление водными ресурсами, неотложные меры по борьбе с изменением климата и последствиями его изменения
6. Сохранение наземных и морских экосистем, содействие сбалансированному использованию ресурсов	Сохранение, восстановление, сбалансированное использование наземных и внутренних пресноводных экосистем (экосистемных услуг), морских и прибрежных экосистем, минимизация деградации природных местообитаний, избегание потерь биоразнообразия
7. Обеспечение безопасности и доступа к правосудию, создание подотчетных и инклюзивных институтов	Безопасность мирного инклюзивного сообщества для сбалансированного развития; доступ к правосудию и защите прав; эффективные, подотчетные, инклюзивные учреждения на всех уровнях

С целью обеспечения участия всех заинтересованных сторон в выработке рекомендаций по стратегическому планированию, внедрению Стратегии, мониторинга ее выполнения необходимо создать региональный совет по устойчивому развитию с участием деловых и промышленных кругов, местных

органов власти и населения, общественных организаций, профсоюзов, ученых, педагогов.

Поскольку ДНР находится в условиях значительных изменений в государственной политике, актуальным является поиск эффективных инструментов реализации стратегии устойчивого развития, которые целесообразно рассматривать как аппарат, направленный на решение проблем развития.

Инструменты стратегического управления являются комплексным управленческим элементом, включающим перечень и порядок сбора необходимой информации, совокупность научных методов ее обработки и способов представления, последовательность выполнения аналитических задач в области стратегического управления.

В настоящее время существует огромное количество таких инструментов, которые являются относительно самостоятельными и находятся в тесной взаимосвязи и взаимозависимости. При этом, каждый из них является автономным объектом изучения отдельными исследователями, поэтому может не иметь однозначных суждений и определений.

Следовательно, для реализации Стратегии Донецкой Народной Республики необходимо разработать и внедрить такие инструменты, которые будут способствовать устойчивому развитию региона (табл. 13).

Таблица 13

Инструменты реализации Стратегии устойчивого развития ДНР

Инструменты	Характеристика
Нормативно-правовые	Разработка и внедрение плана действий по устойчивому развитию на перспективу; законодательное обеспечение перехода от социально-экономического планирования к эколого-социально-экономическому планированию развития; регулярное проведение экспертизы законопроектов и нормативно-правовых актов на соответствие принципам устойчивого развития с целью создания соответствующего правового поля и стимулирующих финансово-экономических механизмов
Финансовые	Согласование целей и задач Стратегии с бюджетным процессом; проведение комплексного анализа расходов отраслевых министерств в аспекте реализации целей и задач Стратегии; переход от налогообложения по критерию использования труда к критериям потребления ресурсов и загрязнения окружающей среды для достижения целей Стратегии в увеличении занятости населения и минимизации негативного воздействия на окружающую среду; повышение эффективности налоговой системы путем усовершенствования системы налогообложения и внедрения принципов надлежащего управления в сфере налогообложения; улучшение инвестиционного климата, меры по поощрению иностранных и отечественных инвесторов к вложению средств с предоставлением приоритетности инвестициям, направленным на реализацию целей Стратегии; формирование прозрачных механизмов привлечения финансовой помощи для решения системных вопросов развития; внедрение новой модели управления инвестиционной деятельностью с целью содействия инвестициям в высокотехнологичные и экспортоориентированые секторы экономики
Экономичес-кие	Формирование прозрачных механизмов привлечения финансовой помощи для решения системных вопросов развития, в т.ч. восстановления и структурной перестройки экономики; обеспечение всеобъемлющего

	упрощения процедур открытия бизнеса и сопровождения хозяйственной деятельности, в том числе посредством распространения практики электронного управления; обеспечение динамической адаптации национальной системы технического регулирования с мировыми нормами технических регламентов, упрощение процедур сертификации и признания отечественных органов определения соответствия на мировых рынках; создание сети межрегиональных мобильных современных лабораторий для подтверждения соответствия качества товаров и решения спорных вопросов относительно уровня их качества, обеспечение соответствующей маркировки товаров; обеспечение экономической обоснованности ценообразования для товаров и услуг естественных монополий, путем введения надлежащего регулирования их деятельности; совершенствование процедур выявления и пресечения антиконкурентных действий; обеспечение надлежащей защиты внутреннего рынка от контрафактной и контрабандной импортной продукции
Информационно-коммуникационные	Последовательное внедрение информационно-коммуникационных технологий с обеспечением их общедоступности, интеграции в традиционные секторы экономики и общественной жизни, информатизации деятельности органов власти и самоуправления с учетом электронного управления для устойчивого развития; создание системы объективного информирования всех заинтересованных сторон о политических, экономических, социальных и экологических аспектах устойчивого развития; создание информационно-аналитических центров и научно-образовательных учреждений по вопросам устойчивого развития и центры лучших практик устойчивого развития

Таким образом, приоритетом политики устойчивого развития Донецкой Народной Республики выступает обеспечение достойных условий труда и жизни населения региона в рамках стратегии развития Российской Федерации. При этом, формирование стратегии устойчивого развития Донецкой Народной Республики представляет собой систему мер, направленных на реализацию долгосрочных задач социально-экономического развития государства с учетом рационального вклада каждой территории в решение этих задач, определяемого реальными предпосылками и ограничениями их развития.

При анализе качества устойчивого развития важно применять концепцию теории стадий роста, согласно которой экономическое развитие проходит три основные стадии: доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную.

Доминирующими отраслями доиндустриального развития являются добывающие отрасли, сельское хозяйство, рыбная, лесная, горнодобывающая промышленность.

В индустриальной стадии преобладают перерабатывающие отрасли: машиностроение, химическая, лесная и деревообрабатывающая, легкая, пищевая промышленность и пр.

В постиндустриальной стадии к основным отраслям относятся отрасли нематериального производства: наука, образование, торговля, финансы, страхование, здравоохранение и др.

Донецкая Народная Республика, как новый субъект Российской Федерации, в настоящее время сталкивается с вызовами, обусловленными меняющимися тенденциями со стороны коллективного запада.

Перед Республикой стоит важнейшая задача в самые краткие сроки обеспечить конкурентоспособность отраслей народного хозяйства и закрепить свое положение в условиях беспрецедентных экономических санкций. Для этого необходимо более полно использовать инструменты сотрудничества для создания благоприятной среды с целью привлечения инвестиций в условиях усиления конкуренции. Для того чтобы адекватно противостоять современным вызовам, необходимо решить комплекс проблем системного и отраслевого характера.

От правильности оценки стратегических зон хозяйствования напрямую зависит, окажется ли стратегический выбор зоны хозяйствования верным или нет, сможет ли стратегия эффективно реализоваться. Если выяснится, что имеющийся рынок уже недостаточен для реализации потенциала региона и достижения намеченного уровня ее притязаний, то оно окажется перед необходимостью искать новые рынки, новые зоны реализации имеющего потенциала.

В соответствии с Планом работы Комитета Государственной Думы по региональной политике и местному самоуправлению проведена Конференция с участием представителей Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской и Херсонской областей по вопросам гармонизации нормативно-правовой базы в соответствие с законодательством Российской Федерации, которые регулируют вопросы организации единой системы публичной власти, построения системы региональных органов государственной власти и органов местного самоуправления, замещения государственных и муниципальных должностей и отношения к государственной и муниципальной службе, функционирования государственных и местных организаций и иные вопросы в сфере региональной политики и организации местного самоуправления в пределах территорий вновь образованных субъектов Российской Федерации.

Основная цель Конференции – выработка рекомендаций по оказанию органам государственной власти и органам местного самоуправления вновь образуемых муниципальных образований указанных субъектов Российской Федерации консультативной, организационно-методической и правовой помощи по формированию органов публичной власти и их нормативно-правовой базы, а также по вопросам законодательного регулирования процессов развития инфраструктуры территорий и повышения их человеческого потенциала [41].

По результатам работы Конференции выявлено, что законодательство региона требует гармонизации в соответствии с нормативно-правовой базой Российской Федерации. В табл. 14 указаны первоочередные направления гармонизации законодательства в восстановительный период и период стабилизации.

Таблица 14

Основные направления гармонизации законодательства ДНР в соответствии с нормативно-правовой базой Российской Федерации

Направления усовершенствования законодательства (восстановительный период)	Направления усовершенствования законодательства (период стабилизации)
Установление порядка инвентаризации имущества всех форм собственности, находящегося на территории Республики, не используемого в сфере хозяйствования	Разграничение полномочий в области государственного регулирования республиканскими органами и административными районами
Разработка механизма введения такого имущества в хозяйственный оборот	Разработка стратегий развития отдельно каждой отрасли экономики; развитие новых отраслей экономики
Создание национальной финансовой и банковской системы	Создание системы обязательного государственного страхования;
Поддержка отраслей экономики, обладающих экспортным потенциалом, установление экономических связей с государствами, с которыми экономика Республики имела тесные производственные связи и/или которые являлись рынками сбыта для продукции металлургии, машиностроения, угледобывающей отрасли, химической промышленности	Создание негосударственных институтов, образующих инфраструктуру рынка
Формирование благоприятного инвестиционного климата	Стимулирование инвестиционной деятельности
Установление системы гарантий и защиты прав субъектов хозяйствования всех форм собственности, стимулирование малого и среднего бизнеса, самозанятых	Разработка и реализация региональных программ поддержки малого и среднего бизнеса

После стабилизации экономики ДНР стратегические направления ее развития могут быть реализованы с учетом степени достижения поставленных целей в предыдущем периоде.

Правовое обеспечение социально-экономического развития ДНР, как независимого государства, находится на стадии становления и не в полной мере учитывает возможные риски, которые могут существенно влиять на становление независимости. На данном этапе фактически исключается возможность определения конкретного перечня нормативных правовых актов, подлежащих первоочередному принятию, что обусловливает необходимость определения круга общественных отношений, которые должны быть урегулированы. При этом следует иметь в виду, что формируемое законодательство ДНР в сфере экономики имеет ряд содержательных и технико-юридических недостатков, которые отмечены в табл. 15.

Наличие этих недостатков негативно влияет на формирование сбалансированной системы законодательства и качество нормативных правовых актов, которые во многом зависят от работы, проводимой на стадии подготовки проектов этих актов.

Без эффективного государственного управления поступательное развитие экономики и ее социальная ориентация просто невозможны. Однако, в условиях

нынешней смешанной экономики в правовом регулировании хозяйственной деятельности нужно исходить из необходимости обеспечения эффективного сочетания госрегулирования и рыночной саморегуляции, системного подхода к регулированию вертикальных и горизонтальных хозяйственных связей.

Таблица 15

Недостатки формирования законодательства в сфере экономики ДНР

Содержательные недостатки	Технико-юридические недостатки
Применение моделей регулирования экономических отношений, имеющих место в ранее действующем законодательстве, но не оправдавших себя на практике, в связи, с чем были отмены	Множественность актов, регулирующих одни и те же отношения
Нормативно-правовые акты РФ, взятые за основу для республиканского законодательства, в процессе доработки существенно изменяются, что ведет к невозможности их применения на практике	Направленность принятых актов не на устранение ранее имеющихся пробелов или коллизий в законодательстве, а на создание совершенно иных правовых норм
Отсутствие законопроектов, а в некоторых случаях и принятых нормативных правовых актов, в открытом доступе	Несогласованность между собой многих норм, регулирующих одни и те же отношения, содержащихся в различных нормативных актах
Смешивание сфер правового регулирования в содержании нормативных актов	Принятие отдельных нормативных актов, полностью дублирующих украинское законодательство, без устранения их недостатков, выявленных в правоприменительной практике
Наличие отдельных норм в законодательстве, содержащих коррупционные составляющие (отсутствие прозрачности принятия решений)	Закрепление полномочий за субъектами, не входящих в их компетенцию, отсутствие ответственности органов за принятие актов, нарушающих права собственников

С учетом этого чрезвычайно важно, чтобы принцип постоянного целенаправленного государственного регулирования экономического развития, оптимального сочетания госрегулирования с рыночной саморегуляцией был положен в основу формирования законодательной базы Республики и оставался неизменным в процессе создания эффективного экономико-правового механизма обеспечения устойчивого развития экономической системы государства.

Ведущая роль в решении этих проблем должна принадлежать стимулирующей функции хозяйственного законодательства. Укрепление этой функции – первоочередная задача законодательной и исполнительной власти. Законодательство по экономическим вопросам должно быть адекватным требованиям эффективного сочетания различных форм собственности и организационно-правовых форм развития субъектов хозяйствования и содержать нормы, обеспечивающие защиту и равные возможности для всех форм собственности. Определяя направления перспективного процесса, связанного с формированием законодательства ДНР, представляется целесообразным следующее (рис. 14).

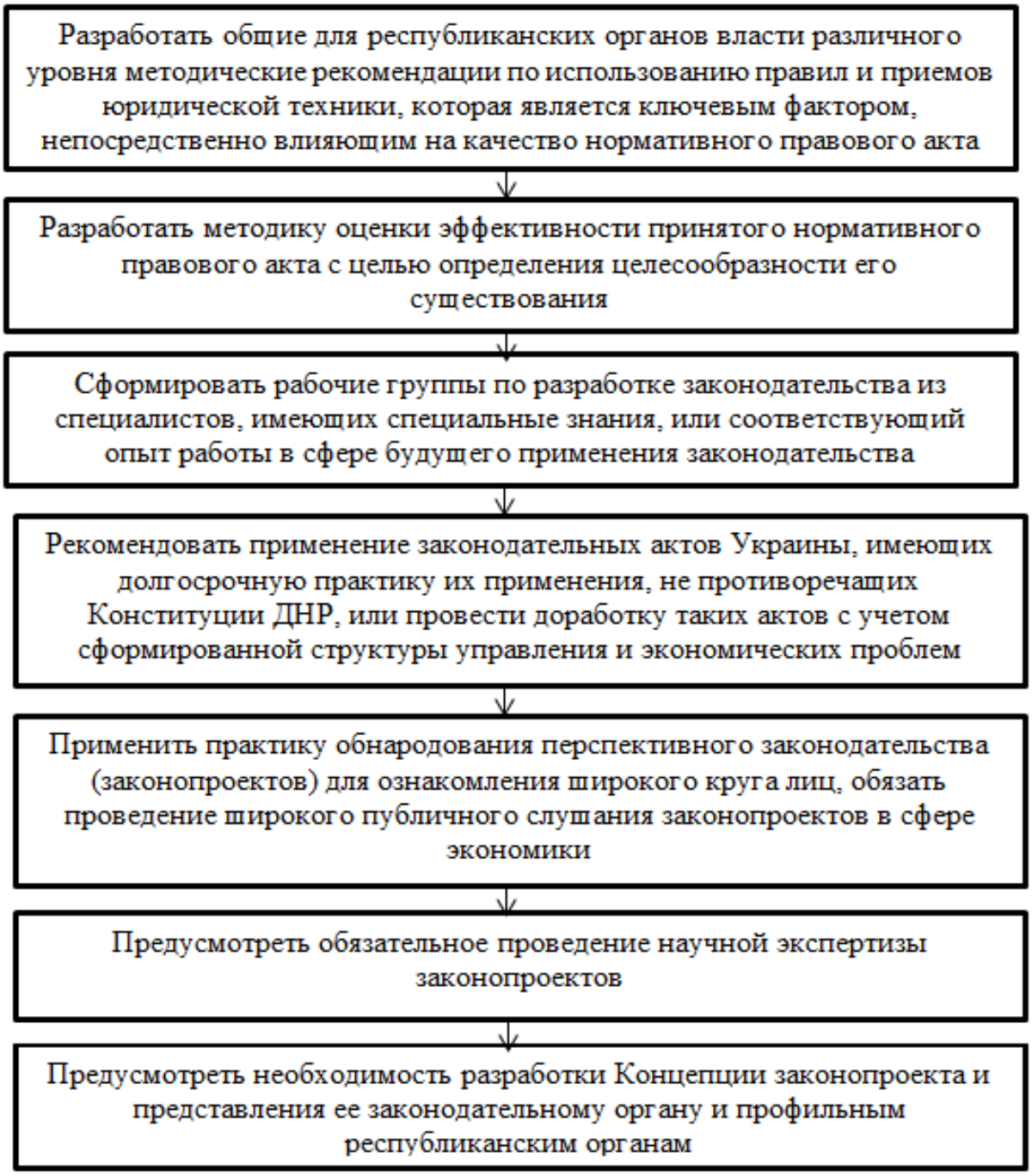

Рисунок 14. – Направления перспективного процесса формирования законодательной базы ДНР

Принятие соответствующей Концепции – отправная точка для разработки и обсуждения содержания законопроекта. Разработку законодательства ДНР следует проводить с учетом выбранной модели экономического развития, изменений политической и экономической ситуации в Республике. В реально складывающейся ситуации моделирование вектора развития законодательства является достаточно сложной задачей. Данный вопрос о состоянии экономики Донецкой Народной Республики (с учетом фактора недостаточности статистической информации) позволил выявить проблемы, возможные пути их преодоления 16.

Таблица 16

Проблемы развития экономики ДНР

Проблемы	Возможные решения:
Политические: неопределенность со статусом государственности; уголовное преследование представителей органов власти ДНР со стороны Украины; нестабильные военные правила игры, допускающие произвольные изменения, а также отмену принятых договоренностей; дипломатическая изоляция. Экономические: неразвитая институциональная среда; неурегулированность отношений собственности; санкции; сложности с импортом сырья и комплектующих; ограничения на экспорт продукции; низкий уровень использования основных фондов; низкий платежеспособный спрос населения; низкая производительность труда; дефицит конкурентоспособного потенциала, обусловленный потерей высококвалифицированных кадров, технологий, идей и вывозом капитала; сокращение рынков сбыта из-за административных и таможенных барьеров в сфере ВЭД; низкая конкурентоспособность продукции вследствие устаревших технологий и дорогого сырья, низких возможностей привлечения передовых технологий; недостаток оборотных средств у промышленных предприятий. Технологические: **р**азрушение промышленного потенциала; значительная изношенность (физическая, моральная) основных фондов промышленных предприятий; высокий уровень энергоемкости промышленного комплекса. Финансовые: фрагментарность финансовой системы; отсутствие кредитного механизма финансирования; пробелы в фискальной политике; отсутствие системы страхования по отдельным направлениям; отсутствие урегулированного рынка кредитных карт и электронных денег; социальные: массовые разрушения жилого фонда и социальной инфраструктуры; низкий уровень доходов; малая занятость трудоспособного населения	Работа с собственниками предприятий по их реинтеграции в экономику Республики; получение статуса наибольшего благоприятствования во внешнеэкономических отношениях с РФ; пересмотр российским рынком продукции иностранных производителей с возможностью их замены продукцией ДНР; техническая помощь предприятий РФ, которая заключается, например, в размещении заказов на машиностроительных и других предприятиях ДНР; техническая и финансовая помощь РФ по внедрению современных технологий управления и производства на предприятиях отрасли для производства продукции, конкурентной не только на внутреннем рынке ДНР; повышение уровня использования производственных мощностей в кооперации с предприятиями из других регионов РФ; поиск возможностей восстановления экономических, производственных, торговых и пр. отношений с оставшейся под контролем Украины частью Донбасса, возможно как с иностранным агентом; необходимость законодательного утверждения схемы работы с давальческим сырьем; интеграция в финансово-кредитную систему РФ; разработка и внедрение системы государственного планирования

Таким образом, должны быть приняты эффективные политические, экономические, в том числе финансовые меры со стороны собственников предприятий ДНР, властей Республики для возможной реализации принимаемых решений.

Экономика ДНР находится в очень сложном состоянии, отягощенном условиями продолжающихся военных действий.

Развитию экономики ДНР, кроме военных действий, юридических, экономических и политических противоречий, приведших к нарушению функционирования народного хозяйства Республики, препятствует критическое разрушение сложившихся экономических связей по источникам сырья, поставкам кокса, рынкам сбыта и прочего, которые должны быть вновь сформированы, для чего потребуется полностью переформатировать стратегию работы промышленных предприятий ДНР. Тем не менее, Республика даже с учетом ущерба от разрушений обладает значительным промышленным потенциалом, и при условии внешней помощи, инвестирования в реальный сектор экономики имеет шанс развиваться.

3.4. Основные направления долгосрочного развития Донецкой Народной Республики как субъекта Российской Федерации

Современные вызовы требуют от региона обеспечение сбалансированности экономической, социальной и экологической составляющих. Однако, существующие тенденции свидетельствуют об углублении кризиса мировой экономической системы, влияющим самым негативным образом на экологию Земного шара, социального благополучия жителей планеты, представляя в целом угрозу для будущего человечества.

Исторически сложилось, что на каждом конкретном этапе складывалась та либо иная социально-экономическая формация, смена которой является закономерным процессом прогресса человеческой цивилизации. Поэтому в этой парадигме, поиск новых подходов к дальнейшему социально-экономическому развитию мирового сообщества становится все более актуальным, поскольку существующая система мироустройства не отвечает интересам современного общества, требуя поиска и перехода к новой более сбалансированной социально-экономической системе.

В настоящее время перед Донецкой Народной Республикой стоит насущная задача по восстановлению экономики, разрушенной военными действиями в ходе противостояния с Украиной, поскольку положительные сдвиги в экономике региона не приобрели стойкой тенденции.

Демонстрируемый реальный рост объема производства промышленной продукции в большей мере связан с рядом факторов, принадлежащих скорее к сфере решений в политической, внешнеэкономической среде, чем с результатами перемен в реальном секторе экономики ДНР [41].

В этой связи, опираясь на мировой опыт и существующие теоретические модели экономического развития, наиболее рациональным вектором становления Республики видится ускоренная экономика роста. Этого требуют происходящие изменения в мировой экономике. На основании исследований таких ученых как Л. Шабалина, Г. Шавкун, М. Тимко [42] и материалов Государственной службы статистики ДНР [43]; Министерства экономического развития ДНР [44], государственной службы статистики Украины [45], а также

нормативных правовых актов, государственных программ и стратегии развития РФ [46], определены основные направления долгосрочного развития Донецкой Народной Республики, как субъекта Российской Федерации, а именно необходимо:

- развивать новую специализацию региона (позволит диверсифицировать структуру экономики, повысит ее устойчивость к внешним угрозам);
- обеспечить транспортную связанность территорий Республики (позволит эффективно развивать торговые, межрегиональные и внешнеэкономические связи);
- организовать промышленные отраслевые научно-производственные кластеры, которые станут инновационным ядром Республики в соответствии с государственной программой РФ «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности» [47] (позволит сформировать конкурентоспособный сектор с высоким экспортным потенциалом, обеспечивающим достижение национальных целей развития);
- обеспечить комплексное развитие внутреннего и въездного туризма за счет создания условий для формирования и продвижения качественного конкурентоспособного туристского продукта (обеспечит создание новых рабочих мест, самозанятость населения, наполнение местного бюджета);
- создать зоны приоритетного развития агропромышленной специализации (позволит обеспечить продовольственную безопасность за счет стимулирования развития органического сельского хозяйства и экспорта продукции АПК).

Основой дальнейшего устойчивого развития региона выступает реиндустриализация, проводимая на базе современных технологий (биотехнологии, инфотехнологии, нанотехнологии, наноматериалы, искусственный интеллект, роботизация и пр.).

Необходима структурная перестройка экономики с формированием наукоемких, экономически сложных производств, обеспечивающих встраивание действующих предприятий ДНР в федеральные технологические цепочки.

К приоритетным отраслям экономики региона относятся: машиностроение, металлургия, угольная промышленность, энергетика, строительство и производство строительных материалов, химическая отрасль, сельское хозяйство, здравоохранение [48].

Анализ трендов развития внешней среды и текущего социально-экономического положения Донецкой Народной Республики показал, что на основе структурных изменений в экономике с определением новых приоритетных отраслей станет возможным возвращение позиций ведущего промышленного региона.

Одно из условий его реализации – научно обоснованная и реализуемая стратегия социально-экономического развития региона до 2033 года.

Стратегические векторы устойчивого развития региона должны ориентироваться на разработку и реализацию программ социально-экономического развития, бюджетов целевых программ по отдельным приоритетным направлениям (ключевым проблемам).

Данный подход в кратчайшие сроки позволит на первом этапе выйти на улучшенные экономические показатели, а в последующем – на социально-экономические. При справедливом распределении результатов экономического роста ДНР сможет восстановить экономику, в первую очередь, благодаря приоритетным направлениям развития металлургической, машиностроительной, угольной и других отраслей народного хозяйства, а также благосостояние жителей Республики до довоенного уровня, а затем и до уровня высокоразвитых государств.

Соответственно, накопленный потенциал позволит в будущем безболезненно перейти к качественно сбалансированной социально-экономической модели, которая бы отвечала требованиям социально-экономической целесообразности.

Стратегическим направлением развития ДНР, при этом, должно быть:

- создание условий для комфортного и безопасного проживания жителей и гостей Республики;
- формирование крупного государственного научно-технического и инновационного центра;
- развитие функций административно-политического центра;
- образование торгово-транспортного логистического центра.

Главная цель социально-экономического развития ДНР – создание условий для стабильного повышения качества жизни населения за счет реализации подцелей (рис. 15).

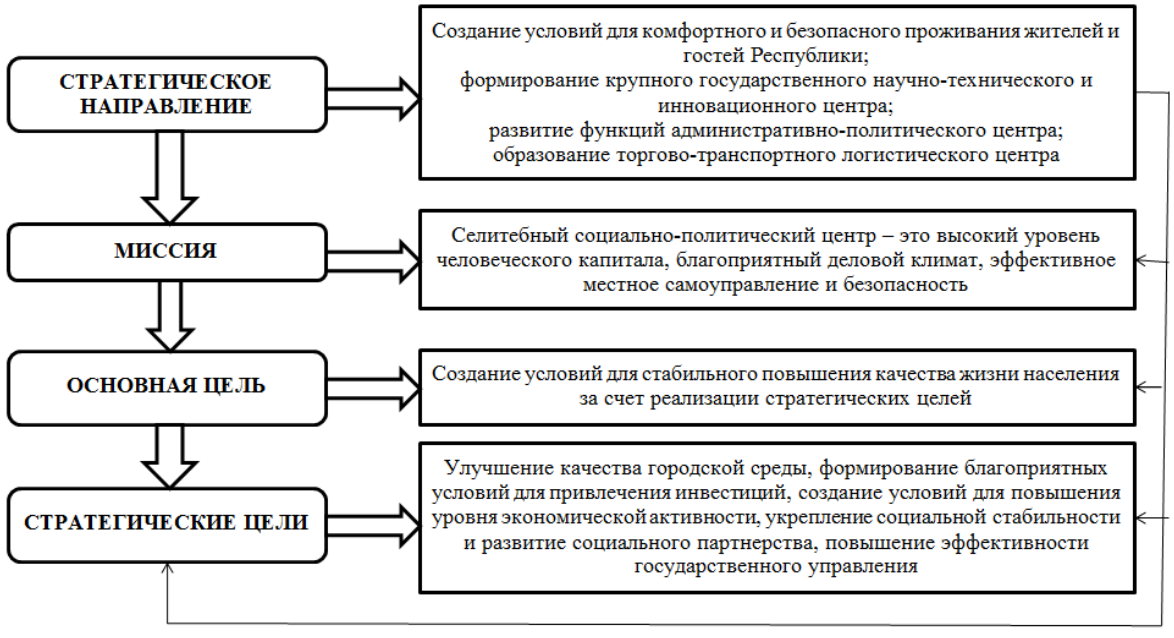

Рис. 15. Стратегическое направление устойчивого развития ДНР

Реализация данных целей возможна при условии создания Селитебного социально-политического центра Донецкой Народной Республике (рис. 16).

Рис. 16. Селитебный социально-политический центр

Эффективность создания и функционирования таких селитебных центров на практике доказана в регионах Дальнего Востока Российской Федерации [49].

Функционирование селитебного центра будет ориентироваться на кардинальное повышение качества жизни населения Республики, создание конкурентоспособной и дифференцированной экономики. Кроме того, предоставляются широчайшие возможности профессионального выбора. При этом использования всех конкурентных преимуществ ДНР будут способствовать ее дальнейшему устойчивому социально-экономическому развитию, что и определяет миссию создания данного центра. Создание условий для комфортного и безопасного проживания в Республике будут дополнены развитием научно-технической и логистической специализации, формируя на базе административно-культурного и делового центра, реализующего интеграционные процессы Беларусью, Южной Осетией, Абхазией и другими странами. Это позволит использовать конкурентные преимущества Республики и найти устойчивую нишу, обеспечить ее индустриальную модернизацию и создать социо-хозяйственный пояс реализации геостратегических интересов ДНР.

Для более успешного государственного управления экономикой и достижения высоких результатов от реализации Стратегии развития Республики необходима целенаправленная систематизация и полная модернизация

существующей системы государственного управления социально-экономическим развитием с учетом стратегических целей и задач долгосрочного развития ДНР.

Список литературы

1. Подпругин, М. О. Устойчивое развитие региона: понятие, основные подходы и факторы / М. О. Подпругин // Российское предпринимательство. – 2012. – № 24(222). – С. 1-8.

2. Вернадский, В. Биосфера и ноосфера / В. Вернадский. – М. : Айрис-Прес, 2013. – 576 с.

3. Маркс, К. К критике политической экономии / К. Маркс. – М. : Либроком, 2012. – 178 с.

4. Спенсер, Г. Опыты научные, политические и философские / Г. Спенсер. – М. : Современный литератор, 1998. – 1408 с.

5. Арон, Р. Восемнадцать лекций об индустриальном обществе (1962): некоторые лекции в библиотеке «Гумер» // URL: http://www.gumer.info/authors.php?name=Арон+Р (дата обращения: 12.01.2024).

6. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М. : Академия, 2004. – 790 с.

7. Друкер, П. Менеджмент. Вызовы XXI века / П. Друкер. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 256 с.

8. Гэлбрейт, Дж.К. Новое индустриальное общество. Избранное / Дж.К. Гэлбрейт. – М. : Эксмо, 2008. – 1200 с.

9. Ростоу, У. Стадии экономического роста / У. Ростоу. – М. : Фредерик А. Прегер, 1961. – 240 с.

10. Hotelling, H. The Economics of Exhaustible Resources / H. Hotelling // Journal of Political Economy. – 1931. – № 39. – P. 137.

11. Seers, D. The meaning of development / D. Seers // Institute of Development Studies, IDS Communication. – 1939. – pp. 1–26.

12. Daly, H. Beyond Growth: The Economics of Sustainable Development / H Daly. – Boston: Beacon Press, 1996.

13. Malthus, T. R. An Essay on the Principle of Population as it Affect the Future Improvement of Society, 1798.

14. Белоусов, К.Ю. Современный этап эволюции концепции устойчивого развития и формирование парадигмы корпоративной устойчивости / К.Ю. Белоусов // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 1 (45). – С. 47-50.

15. Краснощеков, Г.П. Экология «в законе» (теоретические конструкции современной экологии в цитатах и афоризмах) / Г.П. Краснощеков, Г.С. Розенберг. – Тольятти: ИЭВБ РАН, 2002. – 248 с.

16. Пашкевич, М.С. Предпосылки формирования, сущность и эволюция концепции устойчивого развития / М.С. Пашкевич, В.М. Шаповал // Наука и мир. – 2014. – №2(4). – С. 40-45.

17. Нестеров, А.К. Устойчивое развитие регионов // Энциклопедия Нестеровых // URL: https://odiplom.ru/lab/ustoichivoe-razvitie-regionov.html (Дата обращения: 15.01.2024).

18. Solow, R. Sustainability: An Economist's Perspective – National Geographic Research and Exploration, 1992.

19. Boström, M. A missing pillar? Challenges in theorizing and practicing social sustainability / M. Boström // Sustain Sci. Pract. Pol. – 2012. – № 8. – pp. 3-14.

20. Диденко, М.П. Эволюция концепции устойчивого развития // URL: https://www.e-rej.ru/Articles/2019/Didenko.pdf. (Дата обращения 17.01.2024).

21. Алферова, Т.В. Концептуальное моделирование определения категории «устойчивое развитие» / Т. В. Алферова // – Журнал экономической теории. – 2012. – №4. – С. 46-52.

22. Ахметишина, А.Р. Регулирование экономико-экологических отношений в рамках устойчивого развития экономической системы : автореф. дис. … д-ра экон. наук. – Казань. – 2011. – 47 с.

23. Гутман, Г.В. Управление региональной экономикой / Г. В. Гутман, А. А. Мироедов, С. В. Федин ; Под ред. Г. В. Гутмана. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 173 с.

24. Данилов-Данильян, В.И. Глобальная экологическая проблема и устойчивое развитие / В. И. Данилов-Данильян // Вестник Московского университета. – Серия 6. Экономика. – 2019 № (4) (4). – С. 8-23.

25. Калинчиков, М.Ю. Теоретико-методические основы концепции устойчивого развития региона / М. Ю. Калинчиков // Региональная экономика: теория и практика. – 2005. – № 9. – С. 14-18.

26. Устойчивое развитие цивилизации и место в ней России: проблемы формирования национальной стратегии : монография / В. А. Коптюг, В. М. Матросов, В. К. Левашов, Ю. Г. Демянко. – М. ; Новосиб. : [б. и.], 1996. – 75 с.

27. Кузнецов, О.Л. Устойчивое развитие: научные основы проектирования в системе природа-общество-человек / О. Л. Кузнецов. – СПб. : Наука. – 2008. – 240 с.

28. Пиковский, А.А. Устойчивое развитие и культура / А. А. Пиковский, И. А. Орлова. – СПб. : Питер, 2002. – 278 с.

29. Устойчивое развитие: мифы и реальность / Г. С. Розенберг, Г. П. Краснощеков, Ю. М. Крылов и др. ; Отв. ред. В. И. Столбов; Рос. акад. наук, Ин-т экологии Волжского бассейна, Рос. акад. естеств. наук. – Тольятти, 1998. – 191 с.

30. Сигов, И.И. Региональная экономика (понятийный аппарат) / И. И. Сигов ; РАН. Отделение общественных наук; Ин-т проблем региональной экономики и др.; Под ред. О. П. Литовки. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб., 2002. – 200 с.

31. Ускова, Т.В. Управление устойчивым развитием региона / Т. В. Ускова. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2009. – 355 с.

32. Шалмуев, А.А. Методология обеспечения устойчивости региональной системы : диссертация ... доктора экономических наук : 08.00.05 / Шалмуев Арнольд Александрович; [Место защиты: Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого]. – Великий Новгород, 2007. – 349 с.

33. Турганова, Л.В. Систематизация подходов к определению устойчивого развития региона / Л. В. Турганова, О. Ю. Савенкова, Н. С. Морозова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. – URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=13379 (Дата обращения: 20.01.2024).

34. Гуриева, Л. Стратегия устойчивого развития региона / Л. Гуриева // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – № 2. – С. 46-57.

35. Тарасенко, В. Территориальные кластеры. Семь инструментов управления / В. Тарасенко. – М. : Альпина Паблишер, 2015. – 202 с.

36. Бобылев, С.Н. Индикаторы устойчивого развития: региональное измерение. Пособие по региональной экологической политике / С.Н. Бобылев. – М. : Акрополь, ЦЭПР, 2007. – 60 с.

37. Татаркин, А. Формирование саморазвивающихся регионов и их функционирование / А. Татаркин, Д. Татаркин // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 5. – С. 50-57.

38. Гончаров, А.В. К вопросу стратегии социально-экономического развития региона (в контексте устойчивого развития) / Экономика и управление: вчера, сегодня, завтра: Научно-практический и теоретический журнал. / А.В. Гончаров – СПб. : АСТЕРИОН. – 2015. – № 6 (10). – С. 99-107.

39. Устойчивое развитие территорий крупных городов : уч. пос. / В. Голованов, И. Барсуков, В. Урсов. – М. : Издательский дом Международного университета в Москве, 2010. – 258 с.

40. Вайсман, Я. Стратегия устойчивого развития : уч. пос. / Я. Вайсман, Л. Рудакова. – Пермь : Перм. гос. техн. ун-т, 2008. – 486 с.

41. Половян, А.В. Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами, регионами / А.А. Половян, Р.Н. Лепа, Н.В. Шемякина, С.Н. Гриневская // Вестник Института экономических исследований. – 2022. – № (28). – С. 5-15.

42. Шабалина, Л.В. О необходимости разработки концепции пространственного развития донецкой народной республики / Л.В. Шабалина, Г.А. Шавкун, М.В. Тимко // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 2 (30). – С. 55-66.

43. Государственная служба статистики Донецкой Народной Республики : официальный сайт // URL: http://gosstat-dnr.ru/ (Дата обращения: 15.12.2023).

44. Министерство экономического развития Донецкой Народной Республики: официальный сайт // URL: https://mer.govdnr.ru/ (Дата обращения: 15.12.2023).

45. Государственная служба статистики Украины: официальный сайт. // URL: https://ukrstat.gov.ua/ (Дата обращения: 15.12.2023).

46. Официальный интернет-портал правовой информации // URL: http://pravo.gov.ru (Дата обращения: 15.12.2023).

47. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности»: постановление Правительства Российской Федерации №328 от 15.04.2014. Официальный интернет-портал правовой информации // URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102352828 (дата обращения: 20.01.2024).

48. Половян, А.В. Стратегические ориентиры экономического развития Донецкой Народной Республики / А.В. Половян // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 2 (30). – С. 5-19.

49. Селитебные центры Дальнего Востока – основа формирования постоянного населения / В. К. Заусаев, В. П. Михалев, И. Г. Минервин, Г. И. Бурдакова // Социологические исследования. – 2010. – № 8. – С. 71-77.

ГЛАВА 4. КРЕАТИВНАЯ СРЕДА, КРОСС-ИННОВАЦИИ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ НА МИКРО-УРОВНЕ

4.1. Формирование креативной среды организации как фактора устойчивого развития[12]

Актуальность данного исследования заключается в том, что за последнее десятилетие наблюдается интересное явление: различные компании, в том числе крупные, стремятся создать собственные креативные отделы. В связи с этим в данном исследовании автор описывает, как работает креативность и оправдано ли создание внутренних творческих коллективов. Сформулированы концептуальные принципы формирования внутренней творческой среды в организации. Эмпирической основой исследования послужили доклад «Будущее рабочих мест», представленный на Всемирном экономическом форуме в Давосе, и «Отчет об обучении на рабочем месте». Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что предложенный механизм формирования креативной среды позволит сформировать особый вид капитала, именуемый креативным, что станет важным драйвером устойчивого развития организации. креативного капитала в организации

Существующие в настоящее время новые реалии, фундаментальными предпосылками которых являются наличие глобальных кризисов и быстрых экономических и технологических трансформаций современного мира не позволяют организациям действовать традиционными методами. Для любой организации в условиях неопределенности и неустойчивости внешней среды жизненно важным становится постоянно изобретать новые подходы, продукты и решения. Это приводит к необходимости рассматривать креативность как новый параметр качества и устойчивого развития, необходимый для выживания.

Креативный процесс в организации строится по принципу «от простого к более сложному», постепенно развивая у сотрудников навыки творческого мышления, креативного и инновационного, что, в свою очередь, способствует развитию их креативного капитала. Именно в таких условиях возможно ожидать, что данный процесс будет становиться осознанным, креативным, способным принимать взвешенные решения в сложных ситуациях, что необходимо для эффективной креативной среды организации.

Под креативной компетентностью мы понимаем сложное интегративное личностное профессиональное образование, состоящее из совокупности знаний о цифровых технологиях, умений и навыков цифрового проектирования и моделирования, работы в цифровой среде и с цифровыми продуктами, организационно-управленческих навыков их использования в различных видах деятельности, личностные качества, отражающие индивидуальные особенности: самообразование и саморазвитие, коммуникативность, критическое и креативное мышление, а также внутренней положительной мотивации к

[12] Авторы раздела: Клишин А.С., Ширинкина Е.В.

повышению уровня цифровой компетентности и применения цифровых навыков.

Цифровизация способствует появлению нового знания и технологий, которые требуют внесения изменений в структуру компетенций сотрудников организации. В структуре навыков и знаний сотрудников (в части профессиональных компетенций) считаем необходимым включить организационно-цифровые компетенции и соответствующие индикаторы их достижений. Важно также понимание того, что развитие креативных компетенций в части профессиональных скилов следует осуществлять так часто, как этого требует развитие цифровой экономики и цифровизационных процессов в социально-экономической сфере.

Кроме того, отличительной чертой современного профессионального образования, в настоящее время становится непрерывность его получения, образование в течение всей жизни. Исходя из этого, повышение квалификации в области креативной компетентности является особенно актуально и востребовано.

В традиционном понимании эти компетентности необходимы для того, чтобы обеспечить широту знаний сотрудников.

В числе элементов, характеризующих инновационность организационной культуры можно выделить следующие составляющие ее:

- креативность и оригинальность (реализация творческого подхода к разработке и реализацию производства продукта);
- актуальность: соответствие продукта потребностям клиента;
- включение интерактивных методик учета клиентоориентированности;
- использование новых информационно-коммуникационных технологий.

Исходя из перечисленных элементов, следует, что креативная среда организации характеризуется оригинальным, нестандартным подходом, который выходит из его каноничного представления, методики, непосредственно отражающей его содержание.

Исходя из этого, креативная среда организации структурно разделяется на:

- модернизационную,
- новаторскую,
- флагманскую,
- техническую.

Современные вызовы, которым подвергается российское общество, всё более актуализируют качественное изменение подходов к развитию креативности в организации. Сегодня в трудах педагогов, философов, культурологов все более настойчиво звучит мысль о необходимости формирования креативного капитала, персонала, способного и мотивированного к саморазвитию, способного к осознанному выбору в проблемной ситуации и к выстраиванию эффективной стратегии выхода из нее.

Чем творчество отличается от инноваций? Творческое мышление приводит к новой идее. Инновации – это практический результат творчества. Если построить логическую цепочку от идеи до ее реализации, то она будет выглядеть так (рис. 1):

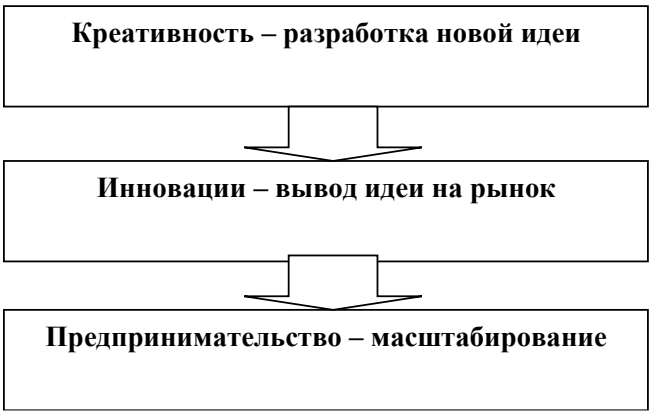

Рис. 1. Структура и взаимосвязь дефиниций «креативность» и «инновации»

Предпринимательский аспект бизнеса требует творчества как первого шага к инновациям. Креативность — это бизнес-инструмент с точки зрения вовлеченности. Если когда-то одним из показателей успеха была удовлетворенность (сотрудников, клиентов и т. д.), то сегодня эталоном стали вовлеченность, креативность и креативное мышление. Это связано с развитием информационно-коммуникационных технологий: объем, доступность и скорость распространения информации огромны. Компаниям теперь важнее искать новые пути развития, придумывать уникальные подходы, создавать особую ценность и потрясающий сервис.

Наиболее результативной технологией, позволяющей развить у сотрудников организации инициативность, сформировать творческий подход к решению проблем, является проектный метод.

Метод проектной деятельности уникален тем, что сотрудник, находясь в поиске не стандартных решений, новых форм, алгоритмов действия и решения проблемы, путем включения воображения, своих творческих способностей, абстрактного мышления, увеличивает качество и количество своих нейронных связей, повышая свою эрудицию и умственные способности.

Такие идеи были выдвинуты и последователем Дж. Дьюи, американским педагогом В. Х. Килпатриком, который считал, что: «подлинным центром образовательной деятельности должна быть деятельность обучающегося, самостоятельно избранная им» [5, с. 43]. Такой подход к образованию базировался на заинтересованности и самостоятельной деятельности обучающегося. В основе метода проектной деятельности лежит постулат о

самостоятельности решения какой-либо задачи или проблемы. Именно заинтересованность сотрудника становится базовым условием для эффективного креативного процесса.

В. Х. Килпатрик дал следующую характеристику метода проектов: «Это – метод планирования целесообразной (целеустремленной) деятельности в связи с разрешением какого-нибудь задания в реальной жизненной обстановке» [5, с. 43]. При этом он отмечает и теневые стороны проектного метода: «Он не всегда применим, потому что не всегда бывает возможно пробудить достаточно сильные целеустремления» [5, с. 43].

На данный момент, метод проектов – это метод креативного развития, включающий (технологию), которая должна завершиться реальным практическим результатом. Таким образом, метод проектов представляет собой «определенным образом организованную поисковую, исследовательскую деятельность сотрудников организации, индивидуальную или групповую, которая предусматривает не просто достижение того или иного результата, оформленного в виде конкретного практического выхода, но и организацию процесса достижения этого результата» [7, с. 113].

П. Ш. Исамова утверждает: «Проектирование помогает раскрыть творческие способности сотрудников, сформировать исследовательские умения, среди которых важное место занимают инициативность, активность, повышенное внимание и наблюдательность, искусство нестандартного мышления, богатое воображение и интуиция, исследовательский подход к анализу ситуаций, решению задач разного профиля, самостоятельность суждений и выводов» [7, с. 113–114].

В статье «От творчества к инновациям: социальные сети, движущие силы четырех фаз пути идеи» (2017)1 Пьер Витторио Маннуччи и Джилл Э. Перри-Смит на примере работы сценариста концептуализируют фазовую структуру. процесса генерации и реализации идей – так называемого «путешествия идей». Согласно этой точке зрения, идея проходит четыре стадии: генерация, развитие, продвижение и реализация (см. рис. 2).

Поскольку творчество — это социальный процесс, каждый этап требует своего уровня группового взаимодействия и интенциональности (ориентации на результат). Например, на этапе разработки идеи активные социальные контакты не обязательны, а этап реализации будет невозможен без общего видения и понимания исходной идеи автора. То же самое происходит и с интенциональностью: если на начальных этапах автор идеи может действовать спонтанно, по вдохновению, то на заключительных стадиях необходимо структурированное и целенаправленное коллективное взаимодействие. Таким образом, эффективность творческого процесса зависит от умения автора идеи сбалансировать внутренние творческие ресурсы и внешние социальные ресурсы.

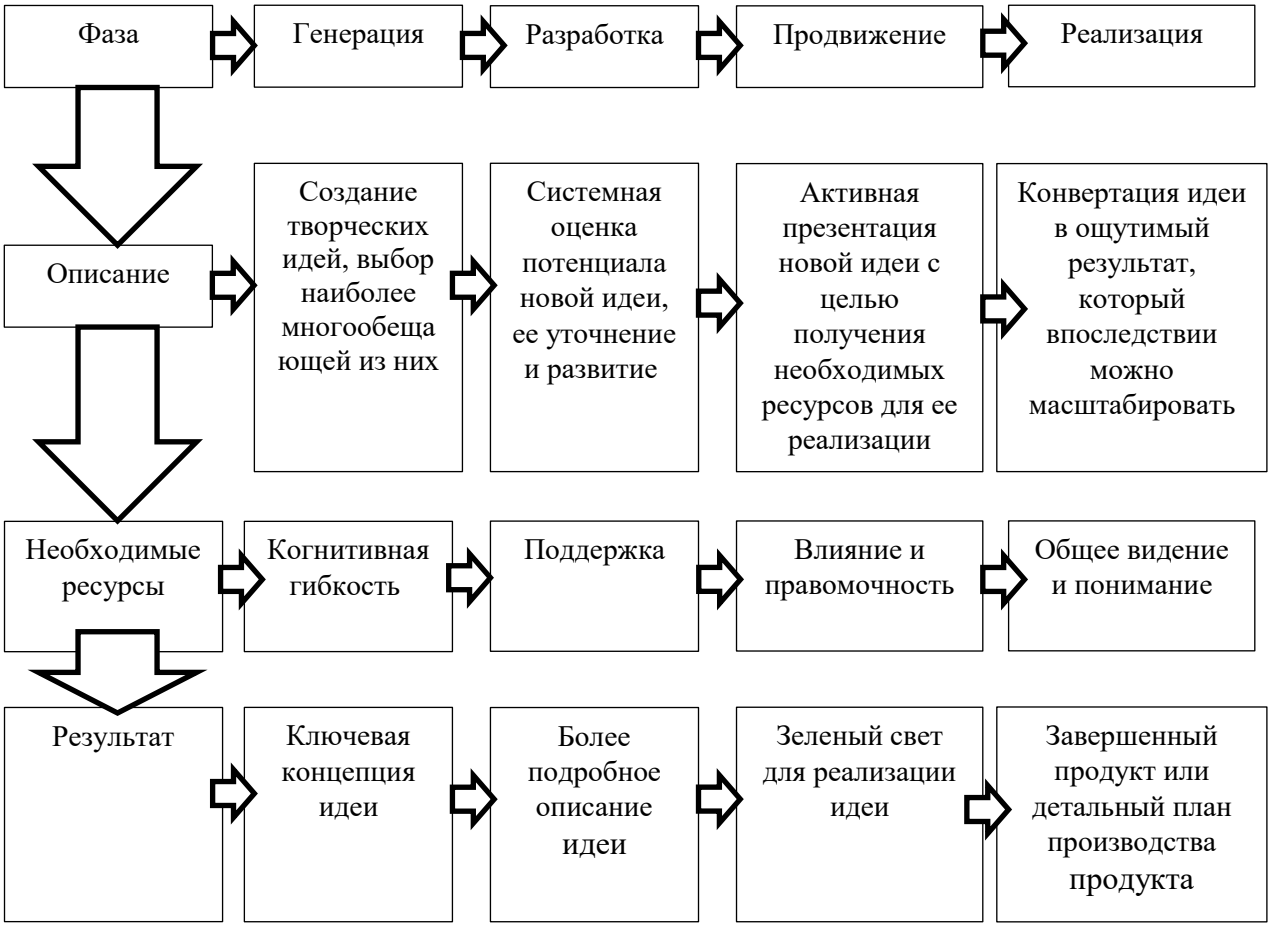

Рис. 2. Процесс генерации и реализации идей

Кроме того, инструменты, используемые творческой командой, также могут влиять на эффективность творческого процесса. «Рисование Белоснежки и анимация Базза Лайтера: характеристики набора технологических инструментов и креативность в междисциплинарных командах» (2017)2 исследует влияние объема и разнообразия набора инструментов на уровень креативности в междисциплинарной команде. Под инструментами в данном случае понимают совокупность специализированных инструментов (необходимых для выполнения узкоспециализированных задач, например программ для создания инфографики), общего назначения (необходимых для организации рабочего процесса, например, служб постановки задач и выполнения коммуникаций) и сквозных. рабочие инструменты (используются в нескольких бизнес-подразделениях, например, HR-платформе или образовательной платформе). Оказалось, что разнообразный и богатый технологический инструментарий положительно влияет на творческий потенциал команды, включающей специалистов разных областей. С практической точки зрения это может означать, что такая команда должна иметь свободу и поощряться к ее использованию при выборе инструментов для

решения творческих задач. Следует иметь в виду, что слишком широкий выбор инструментов может привести к возникновению подгрупп внутри команды и усложнить внутреннюю координацию.

В книге «Дифференциальное влияние глубины и широты знаний на креативность в зависимости от карьеры человека» (2018)3 Пьер Витторио Маннуччи и Кевин Йонг исследуют влияние широты и глубины знаний на уровни креативности на разных этапах карьеры человека. Исследования показывают, что глубина знаний, характеризующаяся сложностью и стабильностью, способствует творчеству на ранних этапах карьеры, а широта знаний, предполагающая гибкость структур знаний, положительно влияет на творческие способности на более поздних этапах карьеры. карьера. Конкретно это означает, что программы обучения, направленные на развитие творческих способностей, должны строиться по-разному в зависимости от профессиональной подготовки работника: для новых сотрудников целесообразно разрабатывать программы, направленные на углубление их знаний и ознакомление с нормами и правилами, и программы для опытные работники. должны посвятить себя расширению своей базы знаний и стимулированию развития креативности.

Список литературы

1. Дворникова О.Ф. Обоснование показателей креативности дляспециалистов инженерных специальностей // Специальная техника и технологии транспорта. 2022. № 16. С. 124-127.

2. Кельчевская Н.Р., Ширинкина Е.В. Проблемы учреждений высшего образования в рамках перехода на систему профессиональных стандартов // Экономика образования. 2017. № 2 (99). С. 39-47.

3. Сулеева Г.С., Есетова А.Т., Курманаев Е.М., Утебаева Б.Т. Креативность как составляющая инновационной деятельности // Флагман науки. 2023. № 4 (4). С. 544-548.

4. Федорцова С.С., Стеценко Ю.А. Творческий интеллект (креативность) в системе интеллектуальных способностей специалиста организации // Colloquium-Journal. 2021. № 9-3 (96). С. 46-49.

5. Ширинкина Е.В. Создание креативной среды компании в цифровую эпоху // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2021. № 1 (29). С. 156-164.

6. Taymour M.P. Multimodal creativity in first generation american internet demotivators // Когнитивные исследования языка. 2021. № 4 (47). С. 513-519.

4.2. Кросс-инновации предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса для повышения качества обслуживания и устойчивого развития[13]

Введение

Краснодарский край позиционирует себя как здравница России, ежегодно принимающая на отдых миллионы соотечественников с разных регионов страны. Поэтому в крае уделяется большое внимание развитию индустрии гостеприимства, основу которой составляют предприятия гостиничного и ресторанного бизнеса разных типов, ориентированных на разные слои населения по уровню доходов. Так, среди средств размещения можно выделить:

– гостиницы премиум класса, которые предлагают полный спектр услуг, имеют высококвалифицированный персонал, материально-техническую базу, соответствующую последним требованиям мировых стандартов;

– гостиницы бизнес-класса, предлагающие достаточно широкий спектр услуг, экстерьер и интерьер которых отвечает стандартным требованиям и оформлен с позиции ни роскоши, а функциональности;

– отели эконом-класса с ограниченным спектром услуг и стоимостью размещения в разы ниже, чем у предыдущих представителей гостиничных предприятий. Строительство таких отелей наименее затратно, так как не требуется особых излишеств, а учитываются санитарные и строительные правила и нормы.

С каждым годом поток туристов на курорты Краснодарского края увеличивается, поскольку у людей появляются больше возможностей путешествовать. Планка требований к предприятиям размещения и питания со стороны потребителей повышается. Качество предоставляемых услуг становится всё более актуальным, а это, в свою очередь, зависит от того, кто их будет предоставлять. Поэтому подготовка квалифицированных кадров для индустрии гостеприимства в крае является первостепенной задачей.

Качество услуг индустрии гостеприимства представляет собой совокупность различных характеристик и свойств, способных удовлетворять потребительские потребности и побуждать потенциальных гостей останавливать свой выбор на определенном средстве размещения [2, С. 43].

Для индустрии гостеприимства характерен высокий уровень постоянно растущей конкуренции, что связано с появлением большого количества предложений для туристов и гостей края. Поэтому высокое качество услуг и гарантированный сервис привлекают потенциальных потребителей и повышают потребительскую лояльность.

Неотъемлемой частью гостиничного продукта является услуга питания, которая будет формировать его потребительскую востребованность [4, С. 120].

Одним из ограничений для внедрения услуг питания в состав гостиничного продукта средств размещения эконом-класса является отсутствие необходимых помещений для организации приготовления пищи и невозможность реконструкции гостиницы, обусловленную высокой плотностью застройки в центре города Краснодара.

[13] Авторы раздела: Корнева О.А., Джум Т.А., Дунец Е.Г., Барашкина Е.В.

Цель данного исследования изучить возможности кросс-инноваций предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса путем использования аутсорсинга для предоставления услуг питания в средствах размещения города Краснодара.

Поэтому в качестве задач исследования можно выделить:

– анализ оказания услуг питания в гостиницах города Краснодара;

– разработка пакетов услуг питания для разных гостиничных предприятий.

Для решения данных задачи использованы в качестве методов исследования наблюдение, описание, сравнение, измерение, для того чтобы предложить проект услуги, включающего модель и структуру процесса её оказания с выделением основного технологического процесса и последовательности выполняемых действий с учетом их содержания.

Описание объекта исследования

Кофейня «LUBOCOFFEE» на 60 мест расположена по адресу г. Краснодар, ул. Красная, 68, в здании на первом этаже. Принадлежит сети ресторанов «Любо», являясь структурным подразделением ООО «Вкусные истории», представляющее собой коммерческую организацию, преследующую в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли. Часы работы предприятия – с 8:00 до 22:00. На предприятии работает квалифицированный персонал, для которого характерно функциональное разделение труда, обладающий соответствующими навыками и знаниями, что позволяет вырабатывать продукцию высокого качества, отвечающую требованиям нормативно-технической документации и сертифицированную соответствующими органами. В сети «Любо» существует система аттестации персонала, нацеленная на отслеживание и формальное подтверждение профессионального роста сотрудника, что приводит к росту его зарплаты. Обслуживание потребителей осуществляется официантами. Ориентировано на контингент центральной улицы города Краснодара, на которой сконцентрировано множество общественных заведений – театры, кинотеатры, музеи, магазины и другие.

Для сети ресторанов и кофеен «Любо» разработана система ХАССП, обеспечивающая все условия, гарантирующие стабильный выпуск безопасной продукции. Для этого на всех стадиях производства, начиная от приёмки сырья и заканчивая реализацией продукции, на каждой технологической линии и на каждой операции выявляют и управляют опасными факторами (микробиологическими, токсикологическими, химическими, физическими и др.), которые могут угрожать безопасности продукции. Система ХАССП в настоящее время является основной моделью управления качеством и безопасностью пищевых продуктов.

Кофейня «LUBOCOFFEE» на данный момент не специализируется на обслуживании туристов как индивидуальных, так и организованных групп. В связи с этим, обоснование возможности предоставления услуг питания клиентам гостиничных предприятий города, в которых данная услуга отсутствует, на условиях аутсорсинга является актуальной.

Структура процесса оказания услуги питания в кофейне «LUBOCOFFEE»

представлена в таблице 1 [3, С. 113].

Таблица 1

Структура процесса оказания услуги питания в кофейне «LUBOCOFFEE»

Последовательность выполняемых работ	Содержание работ	Виды процессов
Прием заказа	Выбор блюд: салаты, супы, основные горячие, гарниры, комплексные обеды и др.	Процесс обслуживания потребителей
Уточнение заказа	Перечисление заказа	Вспомогательный
Внесение заказа в программу	Перечисление заказа в R-keeper для его распределения между кухней и баром	Вспомогательный
Подготовка заказа	Приготовление заказа, порционирование	Основной
Проверка качества заказа	Органолептическая оценка качества выбранных блюд	Основной
Выдача заказа	Сервировка стола, подача блюд	Процесс обслуживания потребителей
Расчет	Оформление расчетов с клиентом	Процесс обслуживания потребителей

Привлечь потребителей в своё заведение становится все сложнее. Лучшее, что можно сделать в данной ситуации – это повысить конкурентоспособность предприятия на рынке услуг. Преимуществами кофейни, привлекающими потребителей, являются детская зона, панорамное остекление, что создает дополнительный уют, разнообразное меню, квалифицированный персонал, удачное расположение в центре города, различные бонусные программы и скидки. Среди её возможностей можно выделить организацию услуг аутсорсинга, разработку меню для питания туристов в гостиницах.

Основные проблемы в обеспечении питанием в гостиницах

На территории города Краснодара работает более 200 гостиниц, отелей, гостевых домов. Количество номеров в них варьируется от 10 до 200. Стоимость услуг от 600 руб. за сутки и выше.

В категорию средств размещения эконом-класса входят хостелы и малые гостиницы. Несмотря на имеющиеся недостатки и ограничения, в виде отсутствия услуг питания, указанный сегмент средств размещения является перспективным в виду невысокой стоимости и доступности широкому кругу потребителей, особенно среди молодежи. Поэтому разработка предложений по организации питания в гостиницах эконом-класса является актуальной в виду возрастающего потока туристов. Одним из путей решения указанной проблемы является привлечение сторонних специализированных организаций для предоставления услуг питания на условия аутсорсинга.

В качестве объекта исследования выбрано структурное подразделение ООО «Вкусные истории» – кофейня «LUBOCOFFEE», расположенная в центре города Краснодара. В ходе исследования были изучены сведения о средствах размещения, расположенных в Центральном округе города, с акцентом на наличие услуг питания в структуре гостиничного продукта. На указанной территории расположены следующие гостиницы: «Москва», «Валентино», «На Октябрьской», «Sherlock homes», «Hilton Garden Inn Krasnodar», «Krasnodar Marriott Hotel», «Екатеринодар», хостел «Лофт».

Гостиницы «Валентино», «На Октябрьской», «Sherlock homes» не оказывают услуг питания, которые и приняты в качестве объектов дальнейших исследований. Основная цель указанных предприятий – получение прибыли за счет осуществления коммерческой, посреднической и производственной деятельности, в соответствии с действующим законодательством и Уставом предприятия. Данные средства размещения расположены в шаговой доступности от кофейни «LUBOCOFFEE», что отмечено на карте г. Краснодара, представленной на рисунке 1.

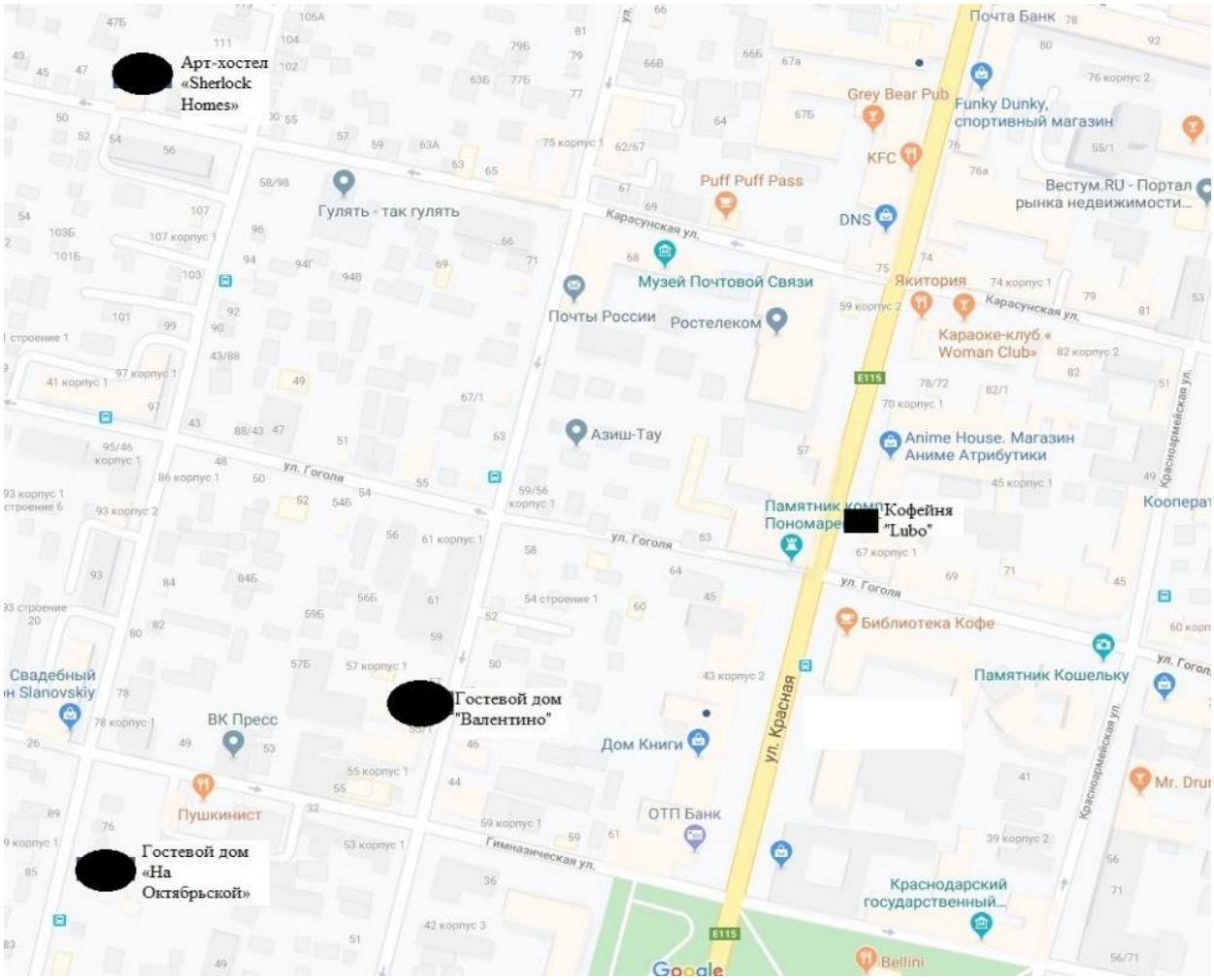

Рис. 1. Взаимное расположение средств размещения и кофейни на карте города

Исходя из данного рисунка следует, что кофейня расположена в 300 м от гостевого дома «Валентино», 600 м от гостевого дома «На Октябрьской», 600 м

от хостела «Sherlock homes». Основными преимуществами данных предприятий являются удобное месторасположение и уютная обстановка. Технологический алгоритм обслуживания в рассматриваемых средствах размещения можно представить в виде схемы: бронирование → прием, регистрация, оплата и размещение → предоставление услуг проживания → предоставление дополнительных услуг → оформление выезда (расчет).

Анализ планировочных решений рассматриваемых средств размещения показал, что возможность для проведения реконструкции с целью организации пищеблока отсутствует. Данная проблема обусловлена еще и тем, что организация предоставления услуг питания непосредственно в гостиничном предприятии сопряжена с необходимостью целого ряда трудоемких и сложных задач, связанных с получением разрешительной документации на новый вид деятельности, согласование изменений в органах исполнительной власти и Роспотребнадзоре, а также с необходимостью значительных финансовых вложений. Результаты анализа основных показателей данных средств размещения и ассортимента предоставляемых ими услуг представлены в таблице 2.

Таблица 2

Анализ основных показателей гостиниц и ассортимента предоставляемых услуг

Показатель	Наименование гостиницы		
	гостевой дом «Валентино»	гостевой дом «На Октябрьской»	арт-хостел «Sherlock homes»
Вместимость номеров, в том числе:	60	30	10
Средняя загрузка гостиницы	57 %	61 %	70 %
Средняя цена за номер	1400-1600 руб.	1200-1500 руб.	800-1000 руб.
Круглосуточный прием и размещение постояльцев	да	да	да
Услуги питания	нет	нет	нет
Предоставление необходимых электроприборов: чайник, фен, утюг	да	да	нет
Трансфер	нет	нет	нет
Уборка номера	ежедневно	ежедневно	ежедневно
Смена постельного белья	раз в 5 дней	раз в 5 дней	раз в 5 дней
Онлайн бронирование	да	да	да
Бесплатный Wi–Fi	да	да	да
Бесплатная частная парковка	да	да	нет

Для решения указанной проблемы предлагается использование производственного аутсорсинга – организовать услуги питания в кофейне сети ресторанов «Любо», которая располагается в шаговой доступности от выбранных средств размещения, которые будут реализованы по следующим

направлениям:

– доставка питания в гостиницы;

– организация питания туристов в кофейне.

Аутсорсинг для гостиничного бизнеса связан с привлечением ресурсов специализированных организаций, в частности предприятий питания, в конкретных видах и направлениях деятельности предприятия, а именно предоставление услуг питания, на среднесрочной и долговременной основе вместо их развития собственными силами и с целью повышения экономической эффективности проекта. Аутсорсинг рассматривается как способ оптимизации деятельности средства размещения за счет сосредоточения усилий на основном предмете деятельности, связанном с предоставлением услуг проживания, и передачи непрофильных функций, таких как производство кулинарной продукции и её реализации с организацией потребления, внешним специализированным компаниям, к примеру, ООО «Вкусные истории». Кросс-инновации в виде аутсорсинга предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса для повышения качества обслуживания гостей можно рассматривать как долговременный подряд.

Анализ существующих проблем организации питания туристов в г. Краснодар позволил выделить следующие аспекты:

1) функционирующие на данный момент в городе предприятия питания по своему уровню обслуживания, перечню услуг, развлекательному потенциалу, комфортабельности не всегда отвечают предпочтениям и возможностям туристов;

2) в значительной части гостиниц эконом-класса города отсутствуют условия для организации питания туристов, при этом в некоторых районах города нет даже поблизости от средств размещения предприятий питания;

3) меню в большинстве предприятий питания не адаптировано под требования туристов, как в части особенностей кухни, так и в части гибкости ассортимента предоставляемых услуг питания.

Чтобы решить проблему организации питания туристов, нужно знать их предпочтения. По данным различных опросов, среди предпочтений туристов на первый план выходит качество предоставляемых услуг и уровень обслуживания на предприятии питания, а такие аспекты, как индивидуальный подход и стоимость отходят на второй план.

На посещаемость предприятие питания влияет не продвижение, а внутренние процессы, мотивирующие гостя возвращаться и делиться положительными отзывами с окружающими. Для этого необходимо обеспечить [5, С. 203]:

– вкусную еду – гости быстро считывают и понимают титульные позиции, данная еда должна быть понятной в рамках концепции;

– постоянство на слуху, что связано с узнаваемостью бренда и непрерывной рекламой;

– локацию, соответствующую концепции;

– хороший сервис, который должен быть не стерильный, а эмоциональный,

при этом сотрудники должны себя вести в рамках ключевых характеристик бренда (КХБ);

– знание своей целевой аудитории, для чего необходимо иметь полное представление о запросах, предпочтениях и ожиданиях своего контингента потребителей;

– физическое окружение – точки контакта должны соответствовать и удивлять, создавая подходящую атмосферу;

– цену, подходящую для той аудитории, которая выделена для предприятия.

Залогом успешной деятельности предприятия питания является умение организовать процесс потребления пищи и досуг различных контингентов гостей с учетом их предпочтений. Это обуславливает необходимость изучения современных стандартов обслуживания при организации питания в гостиницах.

Если учесть все рекомендации по функционированию предприятий питания, то это повысит привлекательность имиджа города и привлечет большее количество туристов и гостей, что в свою очередь приведет к притоку денежных средств в бюджет и улучшению экономической обстановки.

Разработка пакетов услуг питания для разных гостиничных предприятий

Осуществление взаимодействия «LUBOCOFFEE» с гостиничными предприятиями осуществляется на договорной основе. Основной особенностью является необходимость в быстром обслуживании. В связи с этим предлагается применять реализацию комплексных завтраков и обедов, а также организовать прием предварительных заказов.

Прием заказов на предоставление услуг питания осуществляется по телефону или по электронной почте в следующем режиме:

– в случае организации доставки завтраков ежедневно вечером до 17.00 на следующий день;

– в случае организации питания групп туристов в зале кофейни прием заказов осуществляется в том же режиме с согласованием варианта обслуживания;

– в случае заказа услуги «Room service» заказ может приниматься непосредственно в день обслуживания или накануне.

Прием заказов будет вменен в должностные обязанности управляющего кофейни, который обеспечивает работу по эффективному и культурному обслуживанию потребителей, созданию для них комфортных условий, принимает меры к предотвращению и ликвидации конфликтных ситуаций, рассматривает претензии, связанные неудовлетворительным обслуживанием гостей, и проводит соответствующие организационно-технические мероприятия. Для рациональной организации услуг питания необходимо согласовать режим работы кофейни и режимы обслуживания туристов. На основе действующих меню предлагается следующие пакеты услуг питания:

– «Комплексный завтрак» (включен в стоимость проживания) с 9:00 до 11:00. План-меню комплексных завтраков представлено в таблице 3.

Таблица 3

План-меню комплексных завтраков

Наименование блюда	Выход, г
1 завтрак (яичница из 2 яиц, бекон, сосиска, тосты, микс салата с помидорами черри, американо)	300/120
2 завтрак (овсяная каша, тост с лососем и творожным сыром, руккола с соусом песто, капучино)	300/250

– «Обед» (включает в себя один бизнес-ланч) с 14:00 до 16:00. План-меню бизнес-ланча представлено в таблице 4.

Таблица 4

Меню бизнес-ланча

День недели	Меню
Понедельник	Салат из свежих овощей с маслом – 150 г Суп лапша с куриным филе – 250/20 г Рыбная котлетка с рисом и овощами – 100/120 г
Вторник	Салат из капусты квашеной с тыквой – 150 г Борщ – 250 г Котлета по-киевски с картофельным пюре – 120/150 г
Среда	Салат Вегетарианский- 150 г Солянка сборная мясная – 250 г Паста с куриным филе и овощами в соусе терияки – 200 г
Четверг	Салат с крабовыми палочками, кукурузой и пекинской капустой – 150 г Суп-пюре грибной – 250 г Бифштекс гриль с гречкой отварной – 110/100 г
Пятница	Салат Цезарь с курицей – 150 г Суп с клецками – 250 г Картофель с мясом и грибами – 200 г
Суббота	Салат из моркови – 150 г Суп сырный – 250 г Паста барбекю с куриным филе – 200 г
Воскресенье	Салат Винегрет – 150 г Суп лапша с грибами – 250 г Рыба по-французски – 230 г

– «Room service» (включает организацию доставки питания в номер по основному меню кофейни) с 8:00 до 11:30, с 14:00 до 17:30 и с 19:00 до 21:30.

Меню завтраков и основное меню (для «Room service») меняется раз в полгода, меню бизнес-ланча меняется раз в три недели. Предлагаемое меню должно быть разнообразным и удовлетворять все ожидания туристов.

Питание туристов организуется в специальной зоне зала кофейни. При этом следует учесть, что предприятие питания осуществляет не только прямое обслуживание туристов, но и продолжает свою работу в обычном режиме. Организация обслуживания включает встречу посетителей, прием заказа,

получение заказанной продукции из кухни, подачу заказанных блюд и напитков гостям и расчет.

Модель процесса оказания услуги питания туристов в кофейне приведена на рисунке 2.

Рис. 2. Модель процесса оказания услуги питания в кофейне

Структура процесса оказания услуги питания туристов в кофейне представлена в таблице 5.

Таблица 5

Структура процесса оказания услуги

Последовательность выполняемых работ	Содержание работ	Виды процессов
Прием заказа от персонала гостиниц	Выбор блюд: завтраки, комплексные обеды и др.	Процесс обслуживания гостя
Уточнение заказа	Перечисление заказа	Вспомогательный
Подготовка заказа	Приготовление заказа, порционирование, подогрев	Основной
Проверка качества заказа	Органолептическая оценка качества выбранных блюд	Основной
Выдача заказа	Оформление расчетов с гостем	Процесс обслуживания гостя

Рациональная организация оказания услуг должна обеспечивать:

– минимальные затраты гостя на пользование услугами;

– минимально возможные сроки оказания услуг;

– создание максимальных удобств гостям при пользовании услугами;

– высокую культуру обслуживания гостей;

– высокое качество оказываемых услуг;

– создание условий для выполнения услуг с минимальными затратами трудовых и финансовых ресурсов предприятия.

Важную роль в обеспечении безопасного питания и высокой конкурентоспособности предприятия играет эффективное управление, которое охватывает все аспекты деятельности, квалифицированный персонал, грамотное распределение финансов, маркетинг, обеспечение санитарного контроля [1, С. 271].

Модель процесса оказания услуги «Room service» приведена на рисунке 3.

Рис. 3. Структура процесса оказания услуги «Room service»

При осуществлении услуги «Room service» необходимо выполнить следующие требования:

– фасовка блюд и кулинарных изделий в горячем состоянии в гастрономические емкости с крышками с последующей упаковкой в изотермические контейнеры будет осуществляться в специально оборудованной рабочей зоне. Температура горячих блюд при их фасовке должна быть не менее 85°С;

– фасовка блюд и кулинарных изделий в охлажденном состоянии в гастрономические емкости должна осуществляться в специально оборудованной рабочей зоне. Температура охлажденных блюд при их фасовке должна быть не более 8 °С внутри продукта;

– доставка готовых блюд (кулинарных, кондитерских изделий) будет производиться в термоконтейнерах, сумках-холодильниках;

– лица, сопровождающие (доставляющие) пищевые продукты, должны иметь личную медицинскую книжку установленного образца с отметкой о прохождении медицинских осмотров, результатов лабораторных исследований и прохождения профессиональной гигиенической подготовки и аттестации.

Срок хранения горячих блюд не должен превышать трех часов (включая время их транспортирования). Каждая емкость с блюдами, кулинарными изделиями должна иметь маркировочный ярлык, где указывается наименование и адрес организации-изготовителя, дата и время изготовления, условия хранения и сроки годности. Ярлыки сохраняются до конца обслуживания.

На доставку предлагается следующие группы блюд: салаты, супы, основные горячие, напитки в бутылках.

Структура процесса оказания услуги «Room service» представлена в таблице 6.

Таблица 6

Структура процесса оказания услуги «Room service»

Последовательность выполняемых работ	Содержание работ	Виды процессов
Прием заказа	Выбор блюд: завтраки, комплексные обеды и др.	Процесс обслуживания гостя
Оформление заказа	Заполнить бланк заказа, внести заказ в электронную систему и отправить его на кухню	Основной
Подготовка заказа	Приготовление заказа, порционирование, подогрев	Основной
Проверка качества заказа	Органолептическая оценка качества выбранных блюд	Основной
Упаковка заказа	Упаковка в термоконтейнеры после приготовления заказа	Основной
Транспортировка заказа	Перемещение заказа к месту потребления	Вспомогательный
Выдача заказа	Оформление расчетов с гостем	Процесс обслуживания гостя

Разнообразие услуг является одним из самых приоритетных аспектов в функционировании предприятий индустрии гостеприимства.

Заключение

Вводимая услуга аутсоринга будет экономически выгодна для предприятий и гостиничного и ресторанного бизнеса. Использование технологии аутсоринга позволяет улучшить эффективность отелей эконом-класса, развивать их сервисную политику в соответствии с запросами рынка услуг размещения с учетом современных реалий, оптимизировать затраты при заметном повышении качества предоставляемых услуг.

Список литературы

1. Гостиничный менеджмент: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. А. А. Федулина. – М.: КНОРУС, 2016. – 426 с.

2. Загорская, Л. М. Маркетинг услуг: учеб. пособие / Л. М. Загорская, В.А. Назаркина. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 130 с.

3. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2018. – 206 с.

4. Организация гостиничного хозяйства: учеб. пособие / Т.А. Джум, Н.И. Денисова. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2019. – 400 с.

5. Организационная культура гостиничного предприятия: учеб. пособие / Т.А. Джум [и др.]. – Краснодар: Изд. ФГБОУ ВО «КубГТУ», 2023. – 273 с.

4.3. Бизнес-планирование и конкурентоспособность предпринимательской деятельности как инструмент привлечения инвестиций[14]

В основе деятельности любого предприятия лежат бизнес-процессы, которые направлены на выполнение определенной задачи, поставленной перед организацией. В большинстве случаев, основной целью всех бизнес-процессов в совокупности является снижение себестоимости выпускаемой продукции, оказываемой услуги или выполняемой работы. Таким образом, формируется новая стоимость рыночного предложения организации и увеличивается прибыльность осуществляемой деятельность. Бизнес-процесс включает в себя все работы, которые необходимо провести для выполнения поставленной задачи внутри предприятия или с внешними контрагентами.

Экономическая теория разделяет бизнес-процессы на два вида: первичные и вторичные. В основе данной классификации лежит соотнесение работ, проводимых в рамках определенного бизнес-процесса с основным видом деятельности организации. Так, первичные бизнес-процессы охватывают ту часть работы предприятия, которая направлена на получение основного дохода и является ключевой для данной организации. Вторичные бизнес-процессы связаны с сопутствующими работами, которые обеспечивают основной вид деятельности всеми необходимыми ресурсами или являются источником меньшей доли дохода предприятия.

Задача менеджера или управленца, который отвечает за планирование на организации, определить действия, необходимые для выполнения определенной задачи, порядок их осуществления и все детали предполагаемого процесса. Процесс планирования предполагает построение долгосрочной перспективы деятельности на основе глубокого анализа существующих и изменяющихся условий с учетом предстоящих целей и задач предприятия. Он требует от человека высокого уровня экономических и сопутствующих деятельности компетенций, широкого круга знаний, умственных усилий и временных затрат. В среднем, на написание одного качественного бизнес-плана, отдел планирования может потратить более 10 дней при малом масштабе деятельности организации.

Планирование включает в себя применение различных методов и способов прогнозирования и формирования бизнес-процессов. Так, в основе бизнес-планирования лежит научный, творческий и аналитический подходы. В первую очередь, для составления грамотного бизнес-плана необходимо обладание специализированными знаниями в области экономики и той сферы, в которой осуществляет деятельность предприятие. При формировании прогноза требуется применение творческих способностей, так как для определения некоторых задач или способов их выполнения, необходимо разрабатывать собственные методологии, а также сочетать научный и креативный стиль построения долгосрочной перспективы для большего охвата альтернативных сценариев. Аналитический подход предполагает составление плана с учетом реальных возможностей и достижений, потенциала и проблем предприятия.

[14] Автор раздела: Заступов А.В.

Планирование формирует основу для создания такой системы управления, которая может принимать наиболее обоснованные и результативные управленческие решения, а также формировать необходимую динамику развития предприятия. Процесс осуществления планирования направлен на грамотное распределение или перераспределение ресурсов внутри организации, поиск и привлечение новых источников ресурсов, формирование положительных финансовых результатов деятельности в краткосрочной и долгосрочной перспективе, построение прогнозов реализации негативных сценариев осуществления деятельности, создание функциональной и оптимальной системы работы разных частей предприятия, адаптирование бизнес-процессов под изменения внешней или внутренней среды организации, а также контроль за выполнением поставленных задач, достижением необходимых результатов и характером динамики развития предприятия.

В экономической теории термин «план» включает в себя определенный порядок действий экономического субъекта, который направлен на описание мероприятий, необходимых для достижения определенных результатов, порядка выполнения поставленных задач и реализации запланированных мероприятий, анализ необходимых и доступных ресурсов организации, а также фиксирование тех финансовых показателей, которые достигло предприятие в результате реализации программы.

В условиях рыночной экономики основным инструментом предпринимателя при осуществлении планирования является бизнес-планирование. Оно включает в себя составление бизнес-плана на основе ряда принципов: научности методологии разработки плана, системности во взаимодействии внутренних подразделений организации и внешних факторов в рамках одной среды, координации действий при организации деятельности, интеграции разных субъектов деятельности предприятия и точности рассматриваемой в плане перспективы событий [4]. Отдельные экономисты приводят другой список необходимых принципов планирования при составлении бизнес-плана, однако данный является основным.

При планировании деятельности организация составляет несколько версий бизнес-плана: реалистичный, оптимистический и пессимистический. Это связано с высоким уровнем непредсказуемости предстоящих изменений экономической среды. Так, реалистичный план включает в себя прогноз событий с учетом наиболее вероятных изменений или перспектив развития. Оптимистический план направлен на формирование плана действий при благоприятном сценарии развития предприятия, а пессимистический включает в себя проработку всех негативных перспектив и максимальных рисков [5].

Планирование создает общую картину деятельности предприятия, которая включает в себя все варианты негативного и позитивного развития событий во внутренней и внешней среде организации, а также риски и альтернативные сценарии, которые необходимо заранее разработать и проработать для формирования маневренности и непрерывности предпринимательской деятельности. Бизнес-план предполагает постоянную работу со стороны менеджера или отдела планирования, так как это не сформированный единожды документ, который применяется на протяжении нескольких лет, а постоянно

обновляемый сборник всей информации о прошлом, настоящем и будущем предприятия, который необходимо дополнять, совершенствовать и расширять.

Можно сделать вывод о том, что бизнес-план – это определенная подробная программа бизнес-процессов организации, которая включает в себя подробную стратегию и тактику осуществления предпринимательской деятельности в настоящем времени, проработку будущих сценариев развития внутренней и внешней среды предприятия на основе прошлого опыта, научных знаний, творческого подхода и прогнозирования.

В современном мире под влиянием разнообразных социальных или политических явлений сформировалась высокая нестабильность экономической системы, которая оказывает негативное воздействие на осуществление предпринимательской деятельности. Создание собственной организации и ее развитие – процессы, связанные с высокими рисками разного характера. И усиление колебаний экономической системы способствует формированию дополнительных рисков, а также повышению существующих [3, С. 304]. Именно поэтому предпринимателю необходимо осуществлять постоянный мониторинг социальной и политической обстановки, изменений в нормативно-правовом регулировании деятельности, анализ деятельности контрагентов, изменений конъюнктуры рынка, возможности масштабирования организации, инновационных решений и новаторских подходов, а также динамики спроса и предложения в рамках определенной сферы предпринимательской деятельности.

Значимую роль в достижении поставленных предпринимателем результатов играет оценка перспектив, возможностей, потенциала, целей, сильных и слабых мест, недостатков, барьеров, проблем его организации. Для осуществления успешной деятельности, необходимо не только осуществлять разумное управление бизнес-процессами, но и отслеживать динамику их изменений, оценивать влияние внешних и внутренних факторов на финансовые результаты предприятия [8, С. 253].

Бизнес-планирование – это универсальный инструмент предпринимателя, способствующий принятию результативных решений и обоснованному анализу деятельности организации. План позволяет управляющему персоналу компании сформировать цели деятельности на основе грамотной оценки ресурсных возможностей, а после проанализировать результаты деятельности, сравнив полученные показатели с определенными ранее в качестве нормативных.

Основной целью осуществления предпринимательской деятельности является достижение определенных финансовых результатов и получение максимальной прибыли при максимально оптимизированных затратах [2, С. 15]. Планирование бизнес-процессов позволяет решить эту задачу, представляя управляющему персоналу полный спектр возможностей и потенциала существующего предприятия. Так, в результате составления бизнес-плана, могут быть найдены наиболее надежные контрагенты, подходящие по всем характеристикам материалы, товары, заготовки или сырье, специализированный персонал или удачное маркетинговое решение, или могут появиться на рынке новые хозяйствующие субъекты.

Появление новых хозяйствующих субъектов на рынке тождественно появлению новых конкурентов, так как они имеют собственные

производственные мощности и потенциал для выталкивания своих соперников. Данные характеристики определяются величиной входных барьеров на рынок: чем они выше, тем серьезнее конкуренция, так как вход доступен не каждому и большинство предпринимателей вынуждены завершить свою деятельность в самом начале взаимодействия с рынком. Отсутствие или низкие барьеры входа на рынок не однозначны, так как могут означать и полное отсутствие конкуренции в результате высокого спроса и маленького предложения, и наоборот конкуренцию в условиях переполненного рынка однородного предложения.

Появление новых товаров, работ, услуг или продуктов-заменителей создает риск снижения потенциала целой отрасли, так как чем привлекательнее новое предложение, тем меньше конкурентоспособность старого. Нововведения быстро меняют рынок, снижая цены на старые товары, работы или услуги, а также увеличивают конкурентоспособность своего предприятия, привлекая к нему больше финансовых и прочих ресурсов в отрасли.

В целях обеспечения устойчивой величины сбыта, и соответственно, получения желаемого размера прибыли, предприятию необходимо проводить оптимизацию товарного ассортимента с помощью пересмотра ассортиментной стратегии, среди которых принято выделять такие, как:

1. Товарная дифференциация – выделение производимых товаров при помощи значительного отличия от конкурентов с аналогичным товаром по качеству, сырью, технологии и т.д.

2. Узкая товарная специализация – принудительный выпуск узкой номенклатуры товаров. Данная стратегия зачастую используется мелкими и средними предприятиями.

3. Товарная диверсификация – осуществление деятельности по разнообразным направлениям с целью нахождения выхода из ситуации сложившегося резкого снижения спроса.

4. Вертикальная дифференциация (интеграция) – глубокое расширение деятельности по одной технологической цепочке [1].

Для целей оптимизации товарного ассортимента исследуются два подхода:

- с точки зрения разнообразия ассортимента и жизненного цикла товара;
- с точки зрения оценки количества наименований товаров.

Первый подход строится на основе взаимодействия двух базовых принципов: принципа синергизма и принципа стратегической гибкости.

Принцип синергизма предполагает, что суммарный эффект как целостная единица преобладает над суммой отдельных эффектов при реализации продукции как отдельных частей системы. Принцип стратегической гибкости включает применение различных технологических, технических и финансовых решений.

При оценке количества наименований товаров, входящих в предлагаемый предприятием ассортимент, используется три вида показателей:

- широта ассортимента, которая показывает количество товарных групп и подгрупп. Она может определяться по совместимости (между различными продуктовыми линиями) или по высоте (средняя цена в продуктовой линии);

- глубина ассортимента, включающая количество разновидностей внутри каждой из товарных групп;

- длина ассортимента, характеризующая суммарное количество входящих в него отдельных единиц.

Главным критерием при оценке эффективности любого направления ассортиментной стратегии выступает изучение изменения денежных потоков и финансовых результатов, полученных в результате проведения мероприятий в рамках выбранной стратегии. Данный анализ строится на расчете предполагаемого прироста прибыли, полученного благодаря изменению ассортимента реализуемой продукции и привлечению инвестиций [7].

Ограниченность потенциала поставщиков влияет на формирование цен на договоры поставки сырья и материалов, полуфабрикатов или продукции, так как при увеличении спроса при стабильном предложении, производитель будет стремиться завысить цены на свои товары для увеличения возможной прибыли или будет вынужден их снизить при увеличении предложения на рынке в условиях стабильного спроса. Покупатели поступают обратным образом, также стремясь получить наибольшую выгоду от сделок в условиях экономических изменений.

Существующая на рынке конкуренция складывается из различных методов конкурентной борьбы со стороны экономических субъектов: это могут быть методы ценового и неценового соперничества, агрессивный маркетинг или другие способы повышения результативности реализации. Интенсивность и характер конкуренции определяется с помощью структурного подхода при определении влияния ряда разнообразных факторов. Характер конкуренции в свою очередь предопределяет тип рынка:

1. Совершенная конкуренция: на рынке действует много продавцов, каждый из которых не имеет значительного влияния на всю систему и не может формировать цену на продукцию, товары или услуги единолично. Структура предложения однородная, спрос эластичный, барьеры на входе в отрасль отсутствуют. Действует «невидимая рука рынка» и все участники хорошо проинформированы о предложении других участников и их ценовой политике.

2. Монополистическая конкуренция: на рынке действует большое количество субъектов хозяйствования, структура предложения дифференцирована. Продавцы влияют на формирование цен, однако лидирующее положение никто не занимает. Вход на рынок не регулируется барьерами, однако сложнее, чем при совершенной конкуренции.

3. Олигополистическая конкуренция: контролирующую роль на рынке выполняют несколько крупных предприятий, в деятельности которых сосредоточена основная часть производственных мощностей. Предприниматели конкурируют между собой за большую долю сбыта своей продукции, работ или услуг. Структура предложения может быть как дифференцирована, так и стандартизирована. Олигополисты ведут свою политику, но вынуждены ориентироваться на конкурентов для удержания своей доли рынка. На данном рынке конкурентная борьба имеет решающее значение, однако в большинстве случаев, предприниматели стремятся мирно разделить доли рынка, сферы

влияния и ресурсы, чтобы не тратить их на конкуренцию друг с другом. Вход в отрасль осложнен высокими барьерами.

4. Чистая монополия: противоположность совершенной конкуренции – рынок, предложение на котором сформировано одним продавцом. Он устанавливает цены, объемы выпуска, распределяет ресурсы. Чаще всего характеризуется высокими барьерами входа, которые не могут преодолеть другие предприниматели.

По мнению Майкла Портера, конкуренция имеет динамичный характер и представляет собой развивающийся процесс, который меняет всю экономическую систему, способствуя ее прогрессу и улучшению. Условия рынка постоянно меняются, так как находятся под влиянием движущих сил экономики. М. Портер выделял не менее 11 основных движущих сил, которые определяют и изменяют условия и характер конкурентной борьбы. Модель пяти сил конкуренции остается концептуальным средством, которое помогает анализировать наиболее важные структурные силы рыночной конкуренции и прогнозировать ее изменения.

Как было выявлено ранее, целью предпринимательской деятельности является достижение определенных финансовых результатов и получение финансовых выгод от реализации товаров, работ или услуг в виде прибыли. Также было отмечено, что планирование бизнес-процессов позволяет решить эту задачу, представляя управляющему персоналу полный спектр возможностей и потенциала существующего предприятия. Вместе с тем, немаловажный аспект состоит в том, что процесс осложняется использованием ограниченных ресурсов для производства. Таким образом, получение желаемых финансовых результатов деятельности напрямую зависит от правильного использования ограниченных ресурсов с максимальной отдачей. Следовательно, суть рыночной конкуренции заключается в борьбе за получение максимальной прибыли путем максимально эффективного использования экономических ресурсов.

Использование различных ресурсов оценивается предприятием по уровню эффективности, который сравнивается с общим уровнем развития факторов производства в экономической системе, а также с уровнем эффективности использования ресурсов конкурентами в рамках одной отрасли производственной деятельности [9, С. 85]. Можно сделать вывод о том, что конкурентоспособность определенной организации на рынке определяет эффективность использования различных ресурсов в сравнении с эффективностью использования ресурсов другими производителями.

При проведении анализа конкурентоспособности предприятий, как обобщающей характеристики деятельности экономического субъекта, на международном уровне, ученые выделяют и исследуют макроэкономические условия осуществления деятельности, их влияние на формирование конкурентной среды на рынке и конкурентоспособности отдельного предприятия.

Подробно анализ конкурентного поведения предпринимателей проводится относительно рынка, представленного олигополией, а также для целей стратегического менеджмента. Олигополистическое взаимодействие конкурентов исследуется с помощью математического анализа на основе теории

игр, которая способствует пониманию выбора стратегии конкурентного поведения при определении объемов производимой продукции и формирования цен. Стратегический менеджмент направлен на фокусирование основных сил предприятия на наиболее перспективных направлениях осуществления деятельности, которые определяются с помощью определения их величины и динамики роста. Оба подхода направлены на определение влияния внешних факторов предпринимательской деятельности при определении конкурентной стратегии и основных критериев конкурентоспособности предприятия.

Особое влияние на способность организации занимать определенное место в отрасли и участвовать в конкурентной борьбе оказывает конкурентоспособность производимой продукции. Однако, она не является определяющим фактором, так как способность защищать интересы предприятия в рамках конкуренции определяется многими аспектами деятельности, в частности, правильным маркетингом, результативным менеджментом, осторожной и обоснованной финансовой политикой, операционной эффективностью и прочим. Отсутствие исследования данных направлений деятельности при анализе конкурентоспособности предприятия способствует ошибочному пониманию процессов и потенциала организации.

Все факторы, которые оказывают влияние на уровень конкурентоспособности предприятия, формируют два блока: факторы внешней среды и факторы базирования. Факторы конкурентной среды связаны с моделью пяти сил конкуренции, которая была рассмотрена и изучена ранее. Она отражает сущность самих факторов и характер их влияния на конкурентоспособность определенной организации. В результате их воздействия на деятельность предприятия формируется стратегическое позиционирование организации. Качественные характеристики данного позиционирования и их обоснованность напрямую влияют на уровень конкурентоспособность предприятия [11, С. 564].

Другим блоком факторов, влияющих на конкурентоспособность организации, являются факторы его базирования. При детализации блока можно выделить следующие факторы влияния:

- факторы производственного процесса;
- факторы условий формирования и сущности спроса;
- предприятия, осуществляющие однородное предложение на рынке;
- организация деятельности внутри организации и ее структура.

Перечисленные факторы влияют на формирование конкуренции в рамках определенной отрасли и определяют возможности предприятия вступить в конкурентную борьбу с другими производителями.

Также в качестве факторов базирования можно выделить такие детерминаты, как случайные события, которые не поддаются влиянию и вызывают глобальные последствия для всех субъектов экономических процессов: это могут быть вооруженные столкновения, политические волнения, государственные перевороты, катастрофы, пандемии и природные явления.

Все факторы, составляющие и определяющие конкурентоспособность определенного предприятия, являются частью одной системы и оказывают существенное влияние друг на друга и всю организацию в целом. Данная система отличается динамичностью и сложностью внутреннего взаимодействия, что

влияет на зависимость предприятия от каждого отдельного фактора конкурентоспособности. Непроработанный или упущенный один фактор будет снижать конкурентоспособность и способствовать ухудшению положения организации на рынке.

Анализ конкурентоспособности предприятия имеет высокую практическую значимость, как для руководящего состава компании, так и для органов государственной статистики, осуществляющих деятельность в сфере анализа показателей предпринимательской деятельности внутри страны [10, С. 352]. Определение показателя конкурентоспособности предприятия направлено на выявление сильных и слабых сторон анализируемого хозяйствующего субъекта и их сравнительный анализ относительно преимуществам и недостатков прочих предприятий в рамках одной отрасли экономики. Результаты данного процесса используются при принятии управленческих решений, направленных на распределение финансовых и прочих ресурсов, привлечение или сокращение определенных видов ресурсов, увеличение привлекательности товаров или услуг предприятия на рынке. Помимо прочего, они будут использованы при выборе юридических и физических лиц для сотрудничества и совместной деятельности, а также при определении результатов экономической деятельности хозяйствующего субъекта с точки зрения государства.

Отдельной проблемой, с которой сталкивается каждый человек в современном мире, является постоянное увеличение объема информационной массы и знаний. Предпринимателю очень важно адаптировать свою деятельность под изменяющиеся условия, а необходимое для этого полное представление об особенностях отдельного предприятия может сформироваться только в результате качественного планирования деятельности, так как один человек не способен охватить все детали, не принимая непосредственного участия в руководстве или осуществлении тех или иных бизнес-процессов.

Преимуществом бизнес-планирования является проработка рисков и потенциальных угроз и проблем предприятия, в том числе связанных с привлечением инвестиций [6]. Так, составление отдельных частей бизнес-плана включает в себя подробное описание возможных рисков осуществления деятельности при определенных условиях и проработку сценариев их минимизации. Также могут быть проработаны и негативные эффекты от возможных в будущем социальных, политических или экономических изменений, оказывающих влияние на деятельность организации.

Следует отметить, бизнес-планирование способствует дополнительному привлечению инвестиций. Данная функция является основной для бизнес-планирования в современной российской экономике, так как грамотный план деятельности может помочь привлечь дополнительные финансовые ресурсы в дело. Так, для получения кредитного предложения, победы в грантовом конкурсе или заключения контракта с инвестором, предпринимателю необходимо составить привлекательный бизнес-план финансово-хозяйственной и инвестиционной деятельности, который бы наглядно показывал пути получения финансового результата его деятельности и потенциальную выгоду от ее осуществления.

Таким образом, важной ролью бизнес-планирования является выполнение основной цели отдельной организации и всей современной экономической системы: эффективное распределение и перераспределение факторов производства в условиях ограниченности ресурсов. Бизнес-план позволяет предпринимателю определить оптимальный объем необходимых материалов или сырья для создания товара, выполнения работы или оказания услуги, объем привлекаемых инвестиционных ресурсов и снизить количество затрат в процессах производства.

Список литературы

1. Воловиков, Б.П. Стратегическое бизнес-планирование на промышленном предприятии с применением динамических моделей и сценарного анализа: Монография [Текст] / Б.П. Воловиков. – М.: Инфра-М, 2017. – 320 с.
2. Казанцева, П.И. Анализ основных методик оценки конкурентоспособности предприятия / П.И. Казанцева // Менеджмент социальных и экономических систем. – 2021. – № 2 (22). – С. 8-17.
3. Кононов, В.Н. Оптимизация бизнес-процессов систем бухгалтерского учета / В. Н. Кононов, И. Н. Карпова, Д. В. Савельева // Молодой ученый. – 2016. – № 25 (129). – С. 300-305.
4. Любушин, Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие [Текст] / Н.П. Любушин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 448 с.
5. Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник [Текст] / П.И. Орлова. – М.: Дашков и К, 2018. – 284 с.
6. Франк, М.А. Комплексный экономический анализ. Учебное пособие [Текст] / М.А. Франк. – М.: Инфо-М, 2018. – 212 с.
7. Чараева, М.В. Инвестиционное бизнес-планирование: Учебное пособие [Текст] / М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н.В. Крашенникова. – М.: Альфа-М, 2017. – 192 с.
8. Чукалина, Г.М. Планирование принудительного реинжиниринга бизнес-процессов как особой формы реструктуризации предприятий / Г.М. Чукалина // Молодой ученый. – 2014. – № 11 (70). – С. 252-255.
9. Petrochemical cluster as the engine of the region's economic development / A. V. Zastupov, L. V. Streltsov, B. Y. Tatarskikh [et al.] // International Journal of Economic Perspectives. – 2016. – Vol. 10, No. 3. – P. 83-93. – EDN YVLFQH.
10. Zastupov, A. V. Investment development of enterprises of industrial clusters / A. V. Zastupov // Contributions to Economics. – 2019. – No. б/н. – P. 349-358. – DOI 10.1007/978-3-030-11754-2_25. – EDN XBINKH.
11. Zastupov, A. V. Innovation activities of enterprises of the industrial sector in the conditions of economy digitalization / A. V. Zastupov // Advances in Intelligent Systems and Computing. – 2020. – Vol. 908. – P. 559-569. – DOI 10.1007/978-3-030-11367-4_55. – EDN ZWEPPZ.

4.4. Социальная ответственность профессиональной деятельности архитектора[15]

Новые социальные условия и запросы общества актуализируют исследование проблем социальной ответственности архитекторов и архитектурно-проектных организаций.

Понимая под социальной ответственностью этический принцип, соблюдение которого предполагает учет и продвижение интересов не только индивидов или организаций - авторов решения, но и других заинтересованных сторон и общества в целом, отметим, что ее основная идея – не только законопослушная деятельность по удовлетворению нужд и запросов потребителей, но и дополнительная добровольная деловая активность по улучшению общества и окружающей среды.

Анализ научной разработанности проблемы социальной ответственности деятельности архитекторов и архитектурно-проектных организаций показывает, что, не смотря на то, что архитектор является одним из основных участников организации устойчивой среды обитания человека, обеспечивающей полноту и качество его жизни, данная проблематика мало исследована.

В то же время в силу своей междисциплинарности данная проблема представляет значительный интерес для исследователей-профессионалов архитектуры, культурологии, искусствоведения, инженерии, юриспруденции, философии, истории, экономики и других.

Это направляет нас к анализу современного состояния исследования изменения профессиональной роли архитектора.

Прямое отнесение проблемы социальной ответственности архитекторов к профессиональной ответственности обуславливает необходимость анализа сущности данного вида профессиональной деятельности, в том числе определяемой нормативно-правовыми актами.

Отношения в сфере архитектурной деятельности регулируются системой нормативно-правовых актов: Гражданским и Градостроительным кодексами Российской Федерации, Федеральным законом «Об архитектурной деятельности в Российской Федерации» и иными нормативно-правовыми актами РФ, а также международными договорами, признанными РФ.

В соответствии со статьей 2 Закона РФ «Об архитектурной деятельности в Российской Федерации», «архитектурная деятельность - профессиональная деятельность граждан (архитекторов), имеющая целью создание архитектурного объекта и включающая в себя творческий процесс создания архитектурного проекта, координацию разработки всех разделов проектной документации для строительства или для реконструкции (далее - документация для строительства), авторский надзор за строительством архитектурного объекта, а также деятельность юридических лиц по организации профессиональной деятельности архитекторов» [1].

[15] Автор раздела: Брусенцова Л.С.

В Кодексе профессиональной этики российского архитектора, принятом V Съездом Союза архитекторов России в 2000 году в качестве общей нормы поведения российских архитекторов обозначается социальная ответственность архитектора по отношению к разным заинтересованным сторонам – обществу, заказчику, коллегам и другим [2].

Профессиональная этика архитектора обусловлена особенностями профессии и профессиональной культурой: архитектурная деятельность относится к сфере профессиональной деятельности, в которой процесс труда основывается на высокой согласованности действий его многочисленных участников, обостряя потребность в солидарном поведении. Кроме того, профессия архитектора является формой искусства, непосредственно связанной с экономикой, то есть в сферу интересов архитектора входит не только получение прибыли, но и определенные общественные и общекультурные задачи, к решению которых его обязывает статус независимого профессионала. Таким образом, понятие социальной ответственности архитектора охватывает весь процесс проектирования, начиная от того, что проект должен соответствовать бюджету заказчика, завершая тем, что должен соответствовать истории и атмосфере местности.

Основанный на положениях Международного морального кодекса архитекторов, занимающихся практической деятельностью, Кодекс профессиональной этики российского архитектора провозглашает укрепление национальной идентичности, патриотизма и государственности: «среда, которую профессиональные архитекторы призваны сформировать, должна выражать дух народа и отражать сущность его культуры» (статья 1) [2].

В Кодексе профессиональной этики российского архитектора определяются объекты ответственности архитектора – заказчик, общество, коллеги по профессии, которые могут быть рассмотрены как стейкхолдеры проекта.

Также в Кодексе отмечается многоаспектность проблемы ответственности, в частности указывается на обязанность уважительного отношения архитектора к национальным традициям, обычаям, содержится рекомендация учета их при проектировании объектов; на обязанность сохранять историко-культурные ценности общества; на защиту окружающей природы; на защиту ценных архитектурных объектов и на обязанность «уважать труд старших поколений зодчих».

Особую актуальность проблемы социальной ответственности архитектора обуславливает появление новых градостроительных доктрин, определяющих движущей силой воплощения градостроительных идей потребности населения, постоянно проживающего в регионе, в отличие от потребностей отдельного клиента-заказчика, действующего исключительно в собственных интересах. Это, в свою очередь, актуализирует необходимость изучения и учета при проектировании мнения населения в форме публичного обсуждения авторских архитектурных проектов.

Социальную ответственность и этические взаимоотношения между коллегами-архитекторами регулирует статья 9 Кодекса, в соответствии с которой архитектор должен избегать практики нечестной конкуренции; не демпинговать цены с целью привлечения заказчика, ведущего переговоры с другим архитектором; не принимать заказ, «если его условия затрагивают честь и достоинство другого архитектора» [2]

Статья 13 вышеуказанного Кодекса определяет профессиональные взаимоотношения архитекторов, находящихся на разных уровнях управленческой иерархии. В частности, отмечается, что архитекторы, занимающие должности в государственных, муниципальных и общественных организациях, не должны пользоваться служебным положением, дающим преимущество в конкурсах на право проектирования, для получения званий и наград и так далее.

Социальная ответственность архитектора должна выражаться и в отказе от заказов, связанных со сносом памятников архитектуры, от заказов, предполагающих так называемые «откаты», от «комиссионных», выплачиваемых архитектору поставщиками строительных материалов, мебели и аксессуаров. Однако практическая реализация принципа этики «от буквы закона – к духу доверия», а значит разделение и использование в практике профессиональной деятельности нравственных норм Кодекса, продолжает оставаться открытой.

Таким образом, Кодекс профессиональной этики российского архитектора является своего рода манифестом социальной ответственности, всеобщее признание и разделение положений которого как общей нормы поведения должно способствовать достижению результата социальной ответственности архитектора – формированию социально ответственной среды.

Анализ положений Кодекса профессиональной этики российского архитектора позволяет определить, что структура сторон, заинтересованных в архитектурной деятельности, так называемых стейкхолдеров, соответствует общепринятому выделению уровней ответственности бизнеса перед людьми и организациями, с которыми связана ее деятельность, и перед обществом в целом.

Достаточно полно проблема социальной ответственности архитектора отражена в Хартии ЮНЕСКО/МСА по архитектурному образованию, положения которой разделяются преподавателями архитектуры разных стран мира в целях создания глобальной сети архитектурного образования. В преамбуле данного документа отмечается роль и ответственность архитектора «ради устойчивого развития человеческих поселений с сохранением всего разнообразия существующего культурного наследия» [3].

Наряду с другими тезисами в пересмотренной версии Хартии ЮНЕСКО/МСА по архитектурному образованию 2011 года отмечается, что в учебных заведениях, готовящих профессионалов в сфере архитектуры, перед студентами, новым поколением архитекторов, нужно формулировать и продвигать задачи, во-первых, проектирования объектов, обеспечивающих

высокое качество жизни для всего населения; во-вторых, использования технологий с учетом не только параметров затрат и возможностей их экономии, но и социально-культурных и эстетических потребностей людей; в-третьих, рационального проектирования с учетом доступности ресурсов, непреложной экологической сохранности и сбалансированности окружающей среды; в-четвертых, создания архитектуры как общего достояния, «за сохранение которого несет ответственность каждый» [3].

Рассматривая профессию архитектора как одну из старейших в многочисленной и разнообразной созидательной деятельности человека, подвергаемой в настоящее время существенной трансформации, исследователями отмечается актуальность изучения роли архитекторов с различных точек зрения, в том числе с точки зрения профессиональной этики. Понимая, что архитектура – это не столько самовыражение, сколько пространственное решение значимой общественной проблемы, исследователи отмечают необходимость анализа того, как утверждались определенная форма поведения и социальная ответственность творчества. Архитектору, деятельность которого составляет творчество, мотивированное эстетическими предпочтениями, идеологией, личным мастерством и рядом других факторов, в тоже время необходимо понимание иной творческой позиции, например, заказчика или конкурента.

С точки зрения стейкхолдерского менеджмента, эта иная творческая позиция рассматривается как позиция стейкхолдера, заинтересованной стороны в проекте, имеющей свои ожидания от него и возможности влияния на него.

Проведенное Махаевым В.Б. в хронологической последовательности изучение роли российского архитектора в период с XVI до середины XX века показало, что решение архитектором творческих задач – это поиск компромисса между собственным пониманием проблемы, складывающимся под влиянием стереотипов стилей, и диктатом заказчика в условиях ограничения возможностями строительной техники своего времени. В рамках временных (период с XVI до середины XX века) и территориальных (междуречье Средней Волги и Оки, часть современного Приволжского федерального округа) границ исследования им выделены следующие роли:

1)русский архитектор XVI-XVII вв. – homo faber, ремесленник, овеществляющий в камне и дереве внехудожественные смыслы. Заказчик как основная заинтересованная сторона беспрекословно подчиняет себе архитектора;

2)русский архитектор конца XVIII – начала XIX в. - homo pictor, творец образов империи. Архитектор вновь беспрекословно подчиняется заказчику, при этом архитектура должна внушать трепет перед величием власти;

3)русский архитектор середины XIX – начала XX в. – homo ludens, автор, играющий разнообразными формами по воле заказчика. «Архитектура – это художественное общение в реальном пространстве, приобщение заказчика, публики к историческому опыту нации, который объединяет людей в мозаичное, демократическое общество»;

4)русский архитектор 1920-х гг. – homo creator, творец нового утопического мира. «Пространственный визионер, архитектор вне строительной практики становится универсальным художником, создающим в своем воображении «новый прекрасный мир». При этом координацию в авангарде осуществляло не революционное государство, а крупнейшие творческие личности, лидеры, школы, направления, течения»;

5)русский архитектор 1930–50-е гг. – homo pictor, оформитель идеологических образов, овеществляющих антиутопию. Эта практика требовала беспрекословного подчинения архитектора интересам авторитарной власти;

6) 1960-е гг. русский архитектор – homo tecnicus, автор, выполняющий волю государства, осуществляющего индустриальную модернизацию [7].

В рыночных условиях роль архитектора претерпевает наиболее значительные изменения, когда архитектор, выходя со своим проектом (читай, товаром) в рыночный бизнес, приобретает черты «предпринимателя-бизнесмена».

С точки зрения нашего исследования, трансформация структуры профессии архитектора отражает и трансформацию содержания его ответственности: от учета требований заказчика проекта как единого стейкхолдера, являющегося в большинстве случаев и потребителем, – к учету требований множества стейкхолдеров в условиях, когда заказчик является продавцом реализованного строительством проекта потребителю.

Проблема социальной ответственности архитекторов активно дискутируется в профессиональной среде управленцев архитектурного бизнеса и практиков-архитекторов. Так, редакцией профессионального журнала «Архитектурный вестник» 2009 год был объявлен годом социальной ответственности архитектора, на страницах журнала начата дискуссия.

В рамках данной дискуссии анализировались различные проекции понятия социальной ответственности профессии архитектора: в вопроснике, опубликованном в журнале, предпринята попытка охватить возможно более широкий круг тем, связанных с представлением о социальной ответственности архитектора, включая исторический аспект; градостроительную политику; экологическую, энергоэффективную и ресурсосберегающую архитектуру; постоянно диверсифицирующуюся и видоизменяющуюся типологию жилья и других объектов, включая бизнес-центры, спортивные сооружения, объекты культуры, образования, здравоохранения, торговли и развлечений.

В ней отмечается, что два последних столетия характеризуются рядом внутрипрофессиональных трансформаций, связанных с изменением представлений о социальной ответственности архитектора как профессионала.

По мнению Фесенко Д.Е., «понятие социальной ответственности профессии в целом и ее представителей, в частности – это продукт развития архитектуры и общества последних двух столетий. До XIX в. профессиональная ответственность архитектора не выходила за рамки его взаимоотношений с персоналией клиента, принадлежавшего исключительно к высшим слоям жестко стратифицированного общества. Это распространяется в том числе и

на градостроительные программы, являвшие собой проекцию воли иерарха и служившие целям возвеличивания его и эпохи его правления. Иначе говоря, социальная ответственность архитектора оказывается следствием, во-первых, процесса демократизации и массовизации общества, активно развивавшегося примерно с конца XVIII в. (в России – с известным запаздыванием), и, во-вторых, рационализации образа профессионального мышления и деятельности» [10].

Фесенко Д.Е. полагает, что более уместно использовать понятие «социально ответственной среды» по сравнению с «социальной ответственностью архитектора», поскольку понятие среды более емко – оно разносторонне охватывает актуальные проблемы российского зодчества и включает в зону ответственности градостроителей, девелоперов, властную элиту разных уровней и, в конечном счете, общество, нуждающееся в такой среде.

В рамках упомянутой дискуссии высказаны предположения о большей степени социальной ответственности архитекторов-градостроителей и ландшафтных архитекторов, занимающихся проектированием и строительством городов, нежели архитекторов отдельных проектов.

«Первичность» (или значимость более высокого порядка) социальной ответственности архитекторов-градостроителей обусловлена тем, что сначала именно градостроители создают объемно-пространственную композицию населенного пункта с учетом обеспечения будущего объекта связями с территорией, другими объектами, с учетом сохранения экологического баланса, а затем на основе их решений на заключительном этапе работают архитекторы отдельных проектов.

Боков А.В. отмечает, что в проблематике социальной ответственности архитекторов и архитектурно-проектных организаций самой острой, самой болезненной темой является тема обеспеченности граждан качественным и доступным жильем. Среди проблем, относящихся к социальной ответственности архитекторов, он называет процессы субурбанизации, разрастания пригородов, приводящие наряду с положительными последствиями и к ряду отрицательных, например, дезурбанизации бизнеса, разделению территорий по культурно-этническому признаку и другим. Он отмечает, что «архитектор по природе своей социально ответственен. Социально направленная архитектура в той или иной степени существовала всегда. Например, в XVII в. в Копенгагене были построены кварталы для вдов погибших моряков. Датское общество уже в то время, более 300 лет тому назад, было настолько социально организованным и ответственным, что поставило перед архитектором подобную задачу» [4].

Следует отметить, что проекция социальной ответственности в отношении доступности жилья находится в развитии, например, спроектированные в «хрущевскую эпоху» малогабаритные квартиры, позволившие обеспечить отдельным жильем миллионы россиян, а значит, социально ответственные в пору проектирования и строительства, в современное время тесны, неудобны, «социально безответственны».

Неоднородность потребностей целевых групп потребителей жилья предполагает диверсификацию предложений в отличие от таких «магистральных» путей преодоления жилищной проблемы, как панельное домостроение: много- и разнообразие целевых групп потенциальных потребителей по возрасту, составу семьи и другим критериям сегментации требуют различных планировочных решений. Особая проекция социальной ответственности затрагивает жилье для пожилых людей, которые в силу возраста и утраты здоровья рискуют оказаться изолированными на верхних этажах домов без лифта. Таким образом, социально ответственным решением жилищной проблемы будет решение, учитывающее потребности социума.

Что касается проекции понятия социальной ответственности и экологической, энергоэффективной и ресурсосберегающей архитектуры, то в полемике отмечается, что это – вопрос не столько экологии, сколько человеческой культуры. По мнению авторов, наличие огромных территориальных и сырьевых запасов «позволило» России существенно «опоздать» в обращении к новым технологиям. Но не смотря на значительные запасы, в России тоже необходимо использовать их рационально, экономно, экологично, для чего учитывать климатические изменения, создавать и использовать новые технологии, сохраняя здоровую и безопасную среду [4].

Перспективными направлениями развития социальной ответственности специалистами называются «новый урбанизм», формирование среды, комфортной для людей с ограниченными возможностями в интересах обеспечения здоровья и безопасности, проектирование с учетом адаптации к климатическим изменениям и переосмысления ресурсов, партиципация и другие.

Что касается «нового урбанизма» как градостроительной концепции, призванной при формировании среды учитывать интересы и потребности всех целевых аудиторий, в том числе людей с ограниченными возможностями здоровья, то важнейшие его аспекты – создание инклюзивной среды и экологическая безопасность.

В современное время к любому проекту предъявляется требование формирования среды для людей с ограниченными возможностями, так называемой безбарьерной среды. Анализ современных исследований показывает, что в целом данное направление является следствием проникновения представлений о социальной ответственности в кодекс профессионального поведения [10].

Накопление экологических проблем (сложная эпидемиологическая ситуация, глобальная урбанизация, истощение среды, скопление мусора в черте населенных пунктов и других) актуализирует необходимость анализа экологичности архитектурных проектов с целью создания безопасной среды, удовлетворяющей экологически обоснованные потребности жителей.

Пандемия covid-19 дала толчок к пониманию новой роли общественных пространств в обеспечении физического и психического благополучия людей с учетом соблюдения условий социальной дистанции. В современном обществе

«новой нормы», которое в ковидное и пост-ковидное время получило название untact, то есть «без контакта», архитекторы должны создавать здоровые города, в которых парки и озелененные пространства дадут возможности безпрепятственной физической активности и сохранности психического здоровья и станут и культурными, и торговыми, и спортивными локациями [9].

Решение этих проблем также требует заинтересованности и активности населения, озвучивания взгляда на окружающую среду глазами потребителей этой среды, то есть обитателями, и учет архитекторами этой позиции. Например, исследователем Ещиной Е.В. предложена концепция социально-демократической архитектуры, основанная на принципах «двустороннего информирования» и «взаимодействия» и содержащая следующие особенности:

1) подразумевается взаимосвязь между процессами средообразования: исследованием, планированием, проектированием, реализацией и обитанием,

2) архитектор побуждается к оценке потребностей населения, включая и разъяснительную работу среди населения;

3)отрицается возможность создания среды для «никого» или «кого угодно»;

4) потребитель среды на этапе ее формирования становится партнером архитектора [6].

Под партиципацией понимают «общественное соучастие» (advocacy-planning), так называемое «защитное планирование», предполагающее привлечение населения к диагностике потребностей, предпринимаемое в процессе предпроектирования). Привлечение к процессу проектирования потенциальных потребителей позволяет учесть их потребности и ожидания, и, значит, сделать наиболее комфортным их дальнейшее проживание/потребление результата проекта [5].

В «копилке» мировой архитектуры есть множество примеров партиципации, имеющих разные названия, но предполагающих именно «соучастие» сторон, имеющих разноообразные интересы в отношении проекта, то есть сбор информации о потребностях, анализ ее, обсуждение, согласование, и, главное, учет в процессе проектирования. Названия, наиболее близкие к термину партиципации, эта концепция имеет в Швеции – как «архитектура соучастия», «социально управляемое градостроительство»; в США – «социальная архитектура»; в Великобритании – «архитектура местного сообщества» [8].

С целью анализа признаков и определения сущности социальной ответственности архитекторов нами проведен экспертный опрос в форме стандартизированного интервью. Применение метода экспертных оценок как опроса специалистов, компетентных в определенной сфере, актуально в условиях неопределенности в сферах, имеющих субъективное понимание, к которым относится социальная ответственность архитектурного проектирования.

Опрошено 15 экспертов. Средний стаж экспертов в сфере архитектурного проектирования – 11,2 года; большинство экспертов занимало руководящие должности.

Экспертам было предложено выбрать наиболее значимые признаки, характеризующие социальную ответственность архитекторов и архитектурно-проектных организаций, что в конечном итоге позволило нам составить перечень признаков социально-ответственного поведения архитекторов и архитектурно-проектных организаций.

Все признаки разделены нами на четыре группы в зависимости от частоты упоминания экспертами. Отметим, что значимых разрывов между признаками, включенными в разные группы, нет.

В группу наиболее упоминаемых признаков вошли «наличие проектов для покупателей с различным уровнем доходов», «создание качественных проектов по разумной цене», «поддержание одинаково высокого качества всех проектов, создаваемых архитектурно-проектной организацией», «учет требований безбарьерной среды», «экологическая безопасность материалов, предполагаемых к использованию в проекте, и обеспечение благоприятной экологической обстановки». Первые три признака в группе сосредоточены на учете интересов и ожиданий заинтересованной стороны «клиенты». Безусловно, понимая необходимость учета потребностей и ожиданий клиентов как стейкхолдеров проекта, в условиях рынка реализация указанных ожиданий не должна противоречить экономической целесообразности деятельности архитекторов, работа которых должна быть прибыльной. Проектирование в интересах обеспечения равных возможностей, здоровья и безопасности населения также требует от архитекторов как социальных агентов, обеспечивающих удовлетворение потребностей заинтересованных сторон, информационной открытости.

Во вторую группу вошли признаки «предоставление общественности подробной информации о проекте», «предоставление открытой и честной информации о деятельности организации и ее проектах», «выполнение всех требований законодательства», «открытая и достоверная финансовая отчетность». Признаки, преимущественно вошедшие в данную группу, свидетельствуют о необходимости не только информирования заинтересованных сторон, но и установления взаимодействия архитектурно-проектной организации с ними, поскольку «наибольшее доверие вызывают диалоговые коммуникационные связи, такие как собственный опыт взаимодействия с компанией, общение с заказчиками и представителями организаций-партнеров архитектурно-проектной организации, информация профессиональных архитектурных и строительных сообществ, которые могут быть реализованы в рамках такого мероприятия как публичные слушания» [5].

Признаки, вошедшие в третью группу («непричастность к любым формам взяточничества и коррупции», «продвижение услуг на рынке способами, не наносящими вреда обществу», «справедливое отношение к работникам», «мероприятия по развитию социальной политики в отношении персонала архитектурно-проектной организации»), демонстрируют необходимость удовлетворения ожиданий широких групп заинтересованных сторон, находящихся как во внешней, так и во внутренней среде архитектурно-

проектной организации. Анализ последних двух признаков в группе показывает, что персонал как внутренний стейкхолдер также нуждается в социальной ответственности данного бизнеса как работодателя. В качестве возможных направлений реализации социальной ответственности по отношению к персоналу как внутреннему стейхолдеру, отдельные эксперты назвали: улучшение условий труда работников, использование инновационных профессиональных программных продуктов, привлечение к работе в организации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и др..

Признаки «уважение организацией национальной культуры, исторических памятников и ценностей», «поддержка искусства и культурных мероприятий», «поддержка благотворительных организаций и местных сообществ», «спонсорская деятельность» вошли в четвертую группу. Очевидно, что эксперты, принявшие участие в опросе, первые признаки в группе априори рассматривали как данность, в том числе в силу множественных усилий вузов по многолетней подготовке специалистов, прохождении проектами процедур экспертизы, защиты и др. Реализация на практике двух последних приведенных признаков для организаций малого бизнеса (а архитектурно-проектные организации – это преимущественно малый бизнес) в отличие от крупного затруднена, чему есть множество причин. Однако, наличие у заинтересованных сторон указанных ожиданий требует от архитекторов поиска приемлемых форм при обязательной коммуникационной кампании, доводящей до стейкхолдеров и общества в целом информации об удовлетворении их потребностей.

Отмечая в целом важность всех заинтересованных сторон проекта, интервьюируемые эксперты отметили, что считают первичной социальную ответственность, реализуемую архитектурно-проектными организациями по отношению к внешним стейкхолдерам.

Анализ мнений экспертов позволил сформулировать определение социальной ответственности архитекторов и архитектурно-проектных организаций как «деятельности по созданию социально ответственного проекта, обеспечивающего решение следующих задач: 1) экономической (будучи товаром проект должен приносить прибыль; 2) социальной – учитывать ожидания потребителя как первичного стейкхолдера; 3) экологической – реализация проекта должна обеспечивать одинаково здоровую и безопасную окружающую среду для всех заинтересованных сторон; 4) эстетической – проект должен обеспечивать соответствие стилей и художественных форм среде» [5].

Таким образом, по мнению экспертов, социально ответственное поведение архитекторов и архитектурно-проектных организаций, прежде всего, заключается в качественной реализации основного профессионального предназначения, то есть создании проектов. А качественные проекты, в свою очередь, подразумевают учет как схожих, так и противоположных ожиданий от проекта множества стейкхолдеров, актуализирующий вследствие этого ранжирование интересов и ожиданий заинтересованных сторон. Идентификация стейхолдеров и анализ их ожиданий от каждого конкретного архитектурного проекта, степени интереса и влияния позволит принимать управленческие

решения, способствующие как удовлетворению потребностей заинтересованных сторон, так и достижению общей цели, управляя взаимоотношениями со стейкхолдерами, определяя стратегии взаимодействия и подбор форм и каналов коммуникации для выстраивания продуктивного взаимодействия.

Список литературы

1. Федеральный закон от 17.11.1995 № 169-ФЗ (ред. от 10.07.2023) «Об архитектурной деятельности в Российской Федерации» // URL: https://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-17111995-n-169-fz-ob/ (Дата обращения 09.01.2024 г.)

2. Кодекс профессиональной этики российского архитектора // URL: https://base.garant.ru/2321057/ (Дата обращения 9.01.2024 г.)

3. Хартия ЮНЕСКО/МСА // URL: https://ru.readkong.com/page/artiya-yunesko-msapo-ar-itekturnomu-obrazovaniyu-3363000 (Дата обращения 09.01.2024 г.)

4. Архитектурная профессия и социальная ответственность. Анкета АВ // URL: http://archvestnik.ru/2009/06/27/arhitekturnaya-professiya-i-socialnaya-otvetstvennost-anketa-av-3/ (Дата обращения 9.01.2024)

5. Брусенцова Л.С., Кузнецова Л.В. Партиципация в социальной ответственности бизнеса // Евразийский юридический журнал. - 2017. - № 10 (113). – С.331-332.

6. Ещина Е.В. Социально-демократические методы соучастия в градорегулирующей деятельности архитектора (на примере г. Пензы): дисс. … канд. архитектуры: 18.00.01. Самара, 2004.

7. Махаев В. Б. Проблема авторства в русской провинциальной архитектуре XVI-XX вв. (на примере междуречья Волги и Оки) [Текст]: монография / В. Б. Махаев; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Мордовский гос. ун-т им. Н. П. Огарёва». – Саранск : Изд-во Мордовского ун-та, 2013. – 173 с.

8. Птичникова Г.А. «Архитектура соучастия» в жилищном строительстве (зарубежный опыт) // Жилищное строительство. – № 10, 2004.

9. Птичникова Г.А. Общественные пространства городов: новые требования в эпоху эпидемий // URL: http://sectioaureaseries.org/uploads/releases_ PDF/003/010.pdf (Дата обращения: 09.01.2024)

10. Социальная ответственность архитектора: от истории к повестке дня // URL: http://www.intelros.ru/subject/figures/teoriy_arh_processa/6776-socialnaya-otvetstvennost-arxitektora-ot-istorii-k-povestke-dnya.html (Дата обращения: 09.01.2024)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В первой главе монографии «Креативные индустрии как императив экономического роста» исследуются: роль креативной экономики в современном мире, кросс-инновационное экономическое взаимодействие, государственная поддержка малого и среднего бизнеса в РФ, влияние автоматизации и технологий на рынок труда и формирование трудового потенциала, роль блогожурналистики в развитии современной системы СМИ, особенности развития молодежных интернет-изданий.

Во второй главе монографии «Креативные индустрии, кросс-инновации и устойчивое развитие на мезо-уровне» исследуются: креативные индустрии регионов России: республика Саха (Якутия), роль кластеров в развитии креативных индустрий: ремесленный кластер Свердловской области, устойчивое развитие и инновации в индустрии гостеприимства, некоторые аспекты интеграционной деятельности в сфере внешнеэкономических отношений (на примере таможенной отрасли).

В третьей главе монографии «Подходы к формированию устойчивого развития региона (на примере Донецкой Народной Республики)» исследуются: сущностное наполнение устойчивого развития региона, методология разработки стратегии устойчивого развития региона, стратегическое видение социально-экономического развития Донецкой Народной Республики, основные направления долгосрочного развития Донецкой Народной Республики как субъекта Российской Федерации.

В четвертой главе монографии «Креативная среда, кросс-инновации и устойчивое развитие на микро-уровне» исследуются: формирование креативной среды организации как фактора устойчивого развития, кросс-инновации предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса для повышения качества обслуживания и устойчивого развития, бизнес-планирование и конкурентоспособность предпринимательской деятельности как инструмент привлечения инвестиций, социальная ответственность профессиональной деятельности архитектора.

Общая объединяющая тема монографии создала широкие рамки для участия специалистов, интересующихся креативными индустриями как императивом экономического роста, кросс-инновациями и устойчивым развитием, а также теоретико-методологическими подходами и практическими результатами исследований в данной научной области. НИЦ «ПНК» приносит искреннюю признательность всем участникам издания и выражает надежду, что данная книга не станет последней в серии оригинальных монографий.

КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Бабина Елена Николаевна – профессор Северо-Кавказского федерального университета, доктор экономичексих наук, доцент

Барашкина Елена Владимировна – доцент кафедры общественного питания и сервиса ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет», кандидат технических наук, доцент

Беганская Ирина Юрьевна – заведующий кафедрой ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», доктор экономических наук, доцент

Бондаренко Галина Васильевна – доцент Ставропольского филиала МПГУ, кандидат экономических наук, доцент

Брусенцова Лилия Самимовна – доцент Уфимского филиала финансового университета при Правительстве РФ, кандидат социологических наук, доцент

Васильева Анастасия Сергеевна – доцент кафедры истории, экономики и права Северного (Арктического) федерального университета имени М. В. Ломоносова, кандидат экономических наук, доцент

Гавчук Денис Васильевич – аспирант Высшей школы предпринимательства, г. Тверь, член Федерации рестораторов и отельеров, г. Москва

Гончарова Мария Владимировна – доцент ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», кандидат экономических наук, доцент

Гришина Алина Владимировна – старший преподаватель Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Джум Татьяна Александровна – доцент кафедры общественного питания и сервиса ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет», кандидат технических наук, доцент

Дунец Елена Георгиевна – доцент кафедры общественного питания и сервиса ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет», кандидат технических наук, доцент

Заступов Андрей Владимирович – доцент ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

Карпов Эрнест Сергеевич – доцент Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», кандидат филологических наук

Клишин Александр Сергеевич – старший преподаватель кафедры менеджмента и бизнеса Сургутского государственного университета

Корнева Ольга Анатольевна – доцент кафедры общественного питания и сервиса ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет», кандидат технических наук, доцент

Круглов Владимир Николаевич – профессор кафедры менеджмента Института управления, бизнеса и технологий (г. Калуга), доктор экономических наук, доцент

Кузнецова Лидия Алексеевна – директор, эксперт, Учреждение дополнительного профессионального образования «Выгодный контракт», кандидат философских наук

Кузнецова Марина Николаевна – ведущий инженер научного отдела Северного (Арктического) федерального университета имени М.В. Ломоносова, кандидат экономических наук, доцент

Латухина Алёна Сергеевна – студент 3 курса направления 38.03.01 «Экономика», профиль «Экономика и управление на промышленных предприятиях» Северного (Арктического) федерального университета имени М.В. Ломоносова

Мурзина Ольга Викторовна – доцент, заведующий кафедрой, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», кандидат педагогических наук

Мухорьянова Оксана Анатольевна – доцент Северо-Кавказского федерального университета, кандидат экономических наук

Науменко Светлана Николаевна – доцент ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», доктор экономических наук, доцент

Рустамова Ирада Талятовна – доцент Российского университета транспорта РУТ (МИИТ), кандидат педагогических наук, доцент

Солнцева Оксана Глебовна – доцент Российского университета транспорта РУТ (МИИТ), кандидат экономических наук, доцент

Солнцева Оксана Глебовна – доцент Российского университета транспорта РУТ (МИИТ), кандидат экономических наук, доцент

Тютин Дмитрий Васильевич – заведующий кафедрой делового администрирования и рыночной аналитики Калужского филиала РАНХиГС, кандидат экономических наук, доцент

Цунаева Юлия Олеговна – старший преподаватель Государственного университета управления (ГУУ)

Черная Людмила Владимировна – доцент ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», кандидат наук по государственному управлению, доцент

Чирков Максим Андреевич – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры политической экономии, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, доцент кафедры экономической политики и экономических измерений Института экономики и финансов, Государственный университет управления, г. Москва

Чистяков Максим Сергеевич – младший научный сотрудник, Российский университет кооперации (Владимирский филиал), Владимирский юридический институт ФСИН России, г. Владимир

Шаповалова Алина Владимировна – бакалавр экономики, Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Ширинкина Елена Викторовна – заведующий кафедрой менеджмента и бизнеса Сургутского государственного университета, доктор экономических наук, доцент

Шмыгалева Полина Владимировна – доцент Северо-Кавказского федерального университета, кандидат социологических наук, доцент

Научное издание

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ИМПЕРАТИВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: КРОСС-ИННОВАЦИИ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

Монография

Под редакцией Бегансkой И.Ю., Подкопаева О.А.

Подготовка оригинал-макета Подкопаев О.А.
Подготовка обложки Подкопаев О.А.

Подписано в печать 25.01.2024. Бумага офсетная.
Формат 60x84 1/16. Гарнитура Times New Roman.
Печать оперативная. Усл. печ. л. 12,4. Тираж 500 экз.

Издательство ООО «Поволжская научная корпорация».
443082 г. Самара, ул. Тухачевского, 80, оф. 218
Тел.: (917) 812-32-82
E-mail: info@naucorp.ru
URL: naucorp.ru

ISBN 978-5-6051196-5-4