



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN: 2541-8408



№3(92)

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

МОСКВА, 2025



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ

nauchforum.ru

НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам ХСII международной
научно-практической конференции*

№ 3 (92)
Март 2025 г.

Издаётся с ноября 2016 года

Москва
2025

УДК 33
ББК 65
Н34

Председатель редакционной коллегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Илларионова Елена Александровна – канд. экон. наук, доц. кафедры менеджмента, Филиал АНОО ВО «Воронежский экономико-правовой институт», Россия, г. Старый Оскол;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономии ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Россия, г. Екатеринбург.

Н34 Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам ХСП междунар. науч.-практ. конф. – № 3 (92). – М.: Изд. «МЦНО», 2025. – 110 с.

ISSN 2541-8408

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2025

Оглавление

Доклады конференции на русском языке	5
1. Маркетинг	5
МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ТОРГОВОЙ МАРКЕ	5
Зуйкова Виктория Александровна	
2. Менеджмент	12
ОЦЕНКА ТЕКУЩЕЙ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНСТИТУТА КОММУНИКАЦИЙ И КОСМИЧЕСКОЙ ИНЖЕНЕРИИ АЛМАТИНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ЭНЕРГЕТИКИ И СВЯЗИ	12
Алипбаев Куаныш Меллатова Енлик Торенияз Жадыра Мусапиров Хайролла	
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА УСЛУГ В СФЕРЕ АРЕНДЫ ГОСТЕВЫХ ДОМОВ С ПОМОЩЬЮ ДИВЕРСИОННОГО АНАЛИЗА	23
Кашефразов Радэль Миррович	
HR-АНАЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА	33
Сергазин Эльдар	
3. Мировая экономика	39
ЭВОЛЮЦИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА	39
Шестакова Анна Васильевна	
4. Экономика и управление народным хозяйством	46
РОЛЬ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ ЭЛЕКТРОННУЮ КОММЕРЦИЮ	46
Андреев Артём Андреевич	
СУЩНОСТЬ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	54
Гайдукова Валерия Вадимовна	

ФИЛОСОФСКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ Севастьянов Николай Сергеевич	59
ДИНАМИКА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ Севастьянов Николай Сергеевич	65
ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА ФОНЕ ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ «ОТТЕПЕЛИ» В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ Севастьянов Николай Сергеевич	73
5. Экономика труда	79
КАКАЯ СТРУКТУРА ДОМОХОЗЯЙСТВА ПООЩРЯЕТ ИННОВАЦИИ? СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАНИЙ ЖЕНСКОГО ТРУДА В КЫРГЫЗСТАНЕ И КАЗАХСТАНЕ Ковалева Ирина Викторовна Тейлор Леон Эрл Пек Джеральд Мадумаров Эльдар Рустамович	79
6. Экономическая теория	97
ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ: ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ И ОБЩЕСТВО Асрян Гретта Артуровна Буравлева Анна Сергеевна	97
Conference papers in English	104
1. Global economy	104
ASSESSMENT OF THE INNOVATION POTENTIAL OF THE CENTRAL ASIAN COUNTRIES AND THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN Dana Akylbekova	104

ДОКЛАДЫ КОНФЕРЕНЦИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

1. МАРКЕТИНГ

МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ТОРГОВОЙ МАРКЕ

Зуйкова Виктория Александровна
студент,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск

METHODS OF STUDYING THE RESEARCH OF CONSUMER ATTITUDES TOWARDS A TRADE MARK

Victoria Zyukova
Undergraduate student,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk

Аннотация. В статье рассматриваются основные методы исследования отношения потребителей к торговой марке, такие как опрос, контент-анализ, анкетирование, карта эмпатии, Jobs Stories и аватар клиента. Проводится анализ преимуществ и ограничений каждого исследовательского метода, а также их роль в формировании маркетинговых стратегий. Статья подчеркивает важность комплексного подхода к изучению восприятия бренда, что позволяет компаниям выявлять проблемные зоны, прогнозировать потребительские тренды и укреплять лояльность аудитории.

Abstract. The article discusses the main methods of studying consumer attitudes towards a brand, such as a survey, content analysis, questionnaires, empathy maps, Jobs Stories and customer avatars. The author analyzes the advantages and limitations of each method, as well as their role in forming marketing strategies. The article emphasizes the importance of an integrated

approach to studying brand perception, which allows companies to identify problem areas, predict consumer trends and strengthen audience loyalty.

Ключевые слова: отношение к бренду, маркетинговые исследования, лояльность потребителей, карта эмпатии, контент-анализ, Jobs Stories.

Keywords: brand attitude, marketing research, consumer loyalty, empathy map, content analysis, Jobs Stories.

Введение

Отношение потребителей к торговой марке является одним из ключевых факторов, определяющих успех компании на рынке. Оно формируется под влиянием множества аспектов, включая качество продукта, репутацию бренда, эмоциональную связь с аудиторией и коммуникационную политику компании. Исследование отношения к бренду позволяет не только оценить текущую лояльность потребителей, но и выявить факторы, которые влияют на их восприятие. Проводимая научная работа, в свою очередь, помогает компаниям разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии, направленные на укрепление позиций бренда и повышение его конкурентоспособности.

Для изучения отношения потребителей к торговой марке используются различные методы маркетинговых исследований, каждый из которых имеет свои преимущества и ограничения, а также позволяет получить уникальные данные о восприятии бренда целевой аудиторией. В данной статье рассматриваются такие методы, как опрос, контент-анализ, анкетирование, карта эмпатии, Jobs Stories и аватар клиента. Автор анализирует их особенности, практическое применение и роль в формировании маркетинговых стратегий.

Опрос как метод исследования отношения к бренду

Опрос является одним из наиболее распространенных методов изучения отношения потребителей к торговой марке. Он предполагает сбор данных с помощью стандартизованных вопросов, на которые респонденты отвечают в устной или письменной форме. Основное преимущество опроса заключается в его универсальности: данный метод может быть использован для изучения как поверхностных реакций потребителей, так и более глубоких эмоциональных и когнитивных аспектов их отношения к бренду.

Однако, как отмечает Е.Н. Голубкова, при проведении опроса могут возникнуть определенные трудности. Например, респонденты могут не

помнить свои действия в конкретных ситуациях или пытаться дать социально ожидаемые ответы, что искаляет результаты исследования. Кроме того, не все потребители готовы тратить время на заполнение анкет, что может привести к низкому уровню вовлеченности [1, с. 136].

Несмотря на ограничения подобного рода, опрос остается важным инструментом для изучения отношения к бренду. Он позволяет получить количественные данные, которые могут быть использованы для анализа тенденций и выявления ключевых факторов, влияющих на восприятие бренда.

Приведем пример применения описываемой тактики: компания Coca-Cola регулярно проводит опросы среди своей целевой аудитории, чтобы оценить удовлетворенность продукцией и выявить предпочтения. Например, в 2020 году компания провела глобальный опрос, который показал, что потребители ценят не только вкус напитков, но и их экологическую упаковку. На основе этих данных Coca-Cola запустила новую линейку напитков в биоразлагаемой упаковке.

Контент-анализ в исследовании восприятия бренда

Контент-анализ представляет собой метод качественно-количественного анализа содержания вторичной информации, такой как публикации в СМИ, отзывы потребителей и сообщения в социальных сетях. Такой метод позволяет выявить эмоциональный фон, связанный с брендом, оценить лояльность аудитории и понять актуальные тренды.

Как отмечает А.В. Коротков, контент-анализ особенно полезен для изучения имиджа бренда и анализа эмоциональной окраски его упоминаний. Он помогает выявить как положительные, так и отрицательные ассоциации, связанные с брендом, а также сравнить его восприятие с конкурентами [5, с. 122].

Одним из ключевых преимуществ контент-анализа является его способность охватывать большие объемы данных. Это позволяет компаниям получить более полное представление о том, как их бренд воспринимается в медиапространстве. Однако данная тактика требует значительных временных и ресурсных затрат, особенно при анализе большого количества источников информации.

Пример применения следующий: компания Nike использует контент-анализ для мониторинга упоминаний бренда в социальных сетях. В 2021 году анализ показал, что кампания «You Can't Stop Us» вызвала значительный положительный отклик среди потребителей, что привело к увеличению продаж и укреплению лояльности к бренду.

Анкетирование как инструмент изучения лояльности потребителей

Анкетирование является разновидностью опроса, который предполагает использование структурированных анкет для сбора данных. Этот метод широко применяется для изучения лояльности потребителей, выявления ассоциаций с брендом и оценки уровня его узнаваемости.

С.Г. Божук подчеркивает, что анкетирование позволяет получить количественные данные, которые могут быть использованы для анализа предпочтений потребителей и сравнения восприятия бренда с конкурентами. Однако, как и в случае с опросом, анкетирование может быть ограничено низким уровнем вовлеченности респондентов [2, с. 161].

Для повышения эффективности анкетирования важно тщательно разрабатывать вопросы, чтобы они были понятны респондентам и позволяли получить релевантные данные. Кроме того, анкетирование может быть дополнено другими методами, такими как интервью или фокус-группы, для получения более глубоких insights.

Опишем следующий пример использования: компания Starbucks провела анкетирование среди своих клиентов, чтобы изучить их отношение к бренду. Анкета включала в себя вопросы об удовлетворенности продукцией, предпочтениях в выборе напитков и ожиданиях от сервиса. Результаты показали, что 80 % клиентов ценят качество кофе, а 60 % хотели бы видеть больше веганских опций в меню. На основе этих данных Starbucks расширила ассортимент растительных напитков и запустила акции для повышения лояльности.

Карта эмпатии: визуализация опыта потребителей

Карта эмпатии – это инструмент, который позволяет исследовать эмоциональное восприятие бренда потребителями. Она представляет собой схему, разделенную на шесть ключевых областей: «Что говорит и делает?», «Что слышит?», «Что видит?», «Что думает и чувствует?», «Чего боится?» и «Что ценит?». Рассматриваемый метод помогает компаниям лучше понимать потребности и мотивации своих клиентов, что способствует созданию более ориентированных на них продуктов и услуг.

Карта эмпатии особенно полезна для изучения глубинных аспектов восприятия бренда. Данная методика позволяет выявить не только рациональные, но и эмоциональные факторы, которые влияют на поведение потребителей. Например, с помощью карты эмпатии можно понять, что отталкивает клиентов от бренда и какие аспекты их опыта требуют улучшения.

Jobs Stories: понимание мотивации потребителей

Jobs Stories – это метод, основанный на концепции «Jobs to Be Done» (JTBD), который фокусируется на выявлении задач, которые потребитель пытается решить. Подход подобного рода позволяет глубже понять мотивацию и контекст выбора клиента, что особенно важно для разработки новых продуктов и услуг.

Как отмечают Е.В. Васильева и Е.А. Морев, Jobs Stories помогают выявить скрытые запросы потребителей, которые еще не были озвучены, что позволяет компаниям разрабатывать продукты и услуги, которые лучше соответствуют потребностям целевой аудитории [3, с. 126].

Опыт использования Jobs Stories: рассмотрим пример компании, занимающейся производством умных часов. С помощью метода Jobs Stories исследователи выяснили, что потребители часто сталкиваются с ситуацией, когда они забывают зарядить свои устройства перед важными событиями, что приводит к разочарованию и снижению лояльности к бренду. На основе полученного заключения компания разработала функцию напоминания о необходимости зарядки, что значительно улучшило пользовательский опыт и повысило удовлетворенность клиентов.

Еще один пример – это компания, производящая бытовую технику. Исследование с использованием Jobs Stories показало, что потребители часто сталкиваются с трудностями при установке и настройке новых устройств. Это привело к разработке более простых инструкций и видео-руководств. В результате действий компании отмечен уровень снижения стресса у пользователей, повышена их лояльность к бренду.

Аватар клиента: портрет идеального потребителя

Аватар клиента – это детальный и эмоциональный портрет идеального потребителя, который отражает его демографические, поведенческие и психологические характеристики. Такой метод помогает компаниям лучше понимать свою аудиторию и адаптировать маркетинговые стратегии под её потребности.

Как отмечает Т.Н. Внучкова, аватар клиента позволяет разрабатывать более точные сообщения и продукты, которые находят отклик у потребителей, что особенно важно в условиях высокой конкуренции, когда компании стремятся дифференцировать свои предложения на потребительском рынке [4, с. 378].

Приведем следующий пример использования аватара клиента. Рассмотрим образец компании, занимающейся производством спортивного питания. Создав аватар клиента, исследователи выявили, что их целевая аудитория – это молодые люди в возрасте 20–35 лет, которые

активно занимаются спортом и стремятся к здоровому образу жизни. Они ценят качество продукции, но также обращают внимание на экологичность и натуральность ингредиентов. На основе подобной информации компания разработала новую линейку продуктов с натуральными компонентами и запустила маркетинговую кампанию, подчеркивающую экологичность бренда, что привело к увеличению продаж и укреплению лояльности потребителей.

Еще один пример – компания, занимающаяся производством детских игрушек. Создав аватар клиента, исследователи выяснили, что их основная аудитория – это родители в возрасте 30–45 лет, которые ценят безопасность и образовательную ценность игрушек. На основе полученной информации компания разработала новую линейку игрушек, которые не только безопасны для детей, но и способствуют их развитию. Это помогло компании укрепить свои позиции на рынке и привлечь новых клиентов.

Современные методы изучения потребительской лояльности Исследование через социальные сети

Социальные сети стали важным инструментом для изучения потребительской лояльности. Анализ комментариев, лайков и репостов позволяет компаниям оценить отношение потребителей к бренду и выявить ключевые тренды.

Примером применения может послужить компания Starbucks, которая активно использует социальные сети для изучения мнений потребителей. В 2022 году анализ постов в Instagram показал, что потребители ценят персонализированные предложения и экологическую ответственность бренда. На основе этих данных Starbucks запустила кампанию, предлагающую скидки на многоразовые кружки.

Инфлюенсеры и амбассадоры бренда

Инфлюенсеры и амбассадоры играют важную роль в формировании лояльности потребителей. Их рекомендации и отзывы могут значительно повлиять на восприятие бренда.

Пример применения: компания L'Oréal сотрудничает с быти-блогерами и инфлюенсерами для продвижения своей продукции. В 2021 году кампания с участием популярного блогера привела к увеличению продаж на 20 % и укреплению лояльности среди молодой аудитории.

Цифровые каналы и нативная реклама

Цифровые каналы, такие как поисковые системы, сайты и мобильные приложения, позволяют компаниям собирать данные о поведении

потребителей. Нативная реклама, интегрированная в контент, помогает укрепить лояльность потребителей.

Пример применения: компания Airbnb использует нативную рекламу для продвижения своих услуг. В 2022 году кампания, интегрированная в статьи о путешествиях, привела к увеличению бронирований на 15 % и укреплению лояльности среди путешественников.

Заключение

Исследование отношения потребителей к торговой марке является важным инструментом для компаний, стремящихся укрепить свои позиции на рынке. Комплексное использование традиционных и современных методов, таких как опросы, контент-анализ, исследование через социальные сети и сотрудничество с инфлюенсерами, позволяет получить целостное представление о восприятии бренда. Описываемые в настоящей статье методы помогают выявить проблемные зоны, понять глубинные мотивы поведения потребителей и разработать эффективные маркетинговые стратегии. В условиях высокой конкуренции изучение отношения к бренду становится необходимой составляющей успешного развития компании.

Список литературы:

1. Божук С.Г. Методы маркетинговых исследований. – Спб: Питер, 2019. – 320 с.
2. Васильева Е.В., Морев Е.А. Jobs Stories: новый подход к изучению потребительских предпочтений. – М.: Экономика, 2020. – 150 с.
3. Внучкова Т.Н. Аватар клиента: инструмент для понимания целевой аудитории. – М.: Маркетинг, 2021. – 200 с.
4. Голубкова Е.Н. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Финпресс, 2018. – 416 с.
5. Коротков А.В. Контент-анализ в маркетинговых исследованиях. – М.: Инфра-М, 2017. – 180 с.

2. МЕНЕДЖМЕНТ

ОЦЕНКА ТЕКУЩЕЙ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНСТИТУТА КОММУНИКАЦИЙ И КОСМИЧЕСКОЙ ИНЖЕНЕРИИ АЛМАТИНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ЭНЕРГЕТИКИ И СВЯЗИ

Алипбаев Куаныш

*PhD, проректор по науке,
Алматинский университет
Энергетики и Связи им. Г. Даукеева,
Казахстан, г. Алматы*

Меллатова Енлик

*студент,
Алматинский университет Энергетики
и Связи им. Г. Даукеева,
Казахстан, г. Алматы*

Торенияз Жадыра

*магистр,
Алматинский университет Энергетики
и Связи им. Г. Даукеева,
Казахстан, г. Алматы*

Мусапиров Хайролла

*DBA,
старший преподаватель,
Алматы Менеджмент Университет,
Казахстан, г. Алматы*

ASSESSMENT OF THE CURRENT OPERATIONAL ACTIVITIES OF THE INSTITUTE OF COMMUNICATIONS AND SPACE ENGINEERING OF THE ALMATY UNIVERSITY OF POWER ENGINEERING AND TELECOMMUNICATIONS NAMED AFTER G. DAUKEYEV

Kuanysh Alipbayev

PhD, Almaty University

of Power Engineering and Telecommunications

named after G. Daukeyev,

Kazakhstan, Almaty

Yenglik Mellatova

Student,

Almaty University

of Power Engineering and Telecommunications

named after G. Daukeyev,

Kazakhstan, Almaty

Toreniyaz Zhadyra

Master's degree,

Almaty University of Power

Engineering and Telecommunications

named after G. Daukeyev,

Kazakhstan, Almaty

Musapirov Khayroll

DBA,

Senior lecturer,

Almaty Management University,

Kazakhstan, Almaty

Аннотация. В статье проводится анализ динамики публикационной активности Института Коммуникации и Космической Инженерии (ИККИ) в базах данных Scopus и Web of Science за период 2018–2025 гг., а также исследуются ключевые аспекты инфраструктурного обеспечения, финансирования и удовлетворенности преподавателей, студентов и административного персонала. Применены методы факторного анализа и многомерной обработки данных с использованием Excel и SPSS для выявления основных проблем и перспектив развития

института. Основными вызовами остаются нехватка международной аккредитации, ограниченное финансирование, высокая учебная нагрузка преподавателей и необходимость модернизации лабораторной базы. В статье предлагаются стратегические меры по повышению конкурентоспособности ИККИ, включая расширение аккредитованных программ, привлечение дополнительного финансирования, оптимизацию учебного процесса и цифровизацию образовательной среды. Реализация данных мер позволит институту интегрироваться в мировое научное сообщество и повысить качество подготовки специалистов в области коммуникационных технологий и космической инженерии.

Ключевые слова: публикационная активность; стратегическое развитие; цифровизация; коммуникационные технологии; космическая инженерия; образовательные программы; финансирование.

Введение

Операционная деятельность образовательных учреждений является основой их функционирования и напрямую влияет на достижение стратегических приоритетов, включая обеспечение качества образования, внедрение инноваций и укрепление конкурентных позиций в глобальном научно-образовательном пространстве. В условиях трансформации образовательных систем, цифровизации и роста требований к компетенциям выпускников, оценка операционной деятельности вузов приобретает критическое значение для их устойчивого развития. Как показано в исследованиях [1, с. 73], эффективное управление организационным потенциалом, включающим кадровые, финансовые, образовательные и инновационные компоненты, позволяет вузам адаптироваться к вызовам рынка и оптимизировать внутренние процессы.

Институт Коммуникации и Космической Инженерии Алматинского университета энергетики и связи имени Гумарбека Даукеева занимает ключевое место в национальной образовательной экосистеме Казахстана, осуществляя подготовку специалистов в области космических технологий, телекоммуникаций и информационных систем. Однако, несмотря на значительный вклад в научно-техническое развитие страны, институт сталкивается с рядом вызовов, характерных для современных вузов: необходимостью интеграции в международные образовательные сети, повышением конкурентоспособности исследований, оптимизацией ресурсного обеспечения и усилением практико-ориентированной составляющей обучения.

Анализ существующих методик оценки операционной деятельности демонстрирует [2-4], что традиционные подходы, фокусирующиеся на отдельных показателях (например, академическая публикационная активность или финансовые метрики), не учитывают синергетический эффект взаимодействия структурных элементов организационного потенциала. Кроме того, внедрение систем мониторинга и прозрачной отчетности является ключевым фактором минимизации операционных ошибок и повышения эффективности. Применительно к ИККИ это актуализирует потребность в комплексной оценке, охватывающей не только образовательные и научные результаты, но и управленческие процессы, маркетинговую стратегию и международное сотрудничество.

Цель данного исследования – провести многоаспектийный анализ текущей операционной деятельности ИККИ, выявить ключевые узкие места и разработать рекомендации по оптимизации управленческих решений. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- Систематизация структурных компонентов организационного потенциала института (кадровый, финансовый, образовательный, инновационный блоки).
- Оценка эффективности операционных процессов на основе интегральных индикаторов, учитывающих региональные и отраслевые особенности [5-6].
- Идентификация резервов развития через сопоставительный анализ с лучшими практиками ведущих зарубежных университетов (на примере University of Edinburgh, Thammasat University).

Используемая методология сочетает количественный анализ (корреляционно-регрессионные модели, факторный анализ) с качественными экспертизами, что позволяет минимизировать субъективность оценок. Результаты исследования могут быть применены не только для повышения эффективности ИККИ, но и стать основой для разработки унифицированных подходов к оценке операционной деятельности технических вузов в условиях цифровой трансформации.

Методы

Для оценки операционной деятельности ИККИ были использованы следующие методы:

1. Анализ документов: изучение отчетов, стратегических планов и нормативных документов института. Это позволило выявить основные направления деятельности и оценить степень их соответствия стратегическим целям института. Были изучены годовые отчеты, внутренние нормативные акты, учебные планы и программы, а также данные о международных и национальных аккредитациях.

2. Опросы и интервью: проведение анкетирования среди преподавателей, студентов и административного персонала (выборка: 50 человек). Опросы были направлены на выявление проблемных аспектов в образовательном процессе, научной деятельности и управлении ресурсами института. Вопросы анкетирования касались удовлетворенности качеством образования, наличием необходимых ресурсов для научной работы, степени вовлеченности в международные проекты и перспектив карьерного роста. Интервью с представителями администрации позволили получить детальную информацию о стратегических инициативах и планах развития.

3. SWOT-анализ: оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз для операционной деятельности. Данный анализ позволил выявить ключевые факторы, влияющие на развитие института, и сформировать стратегические рекомендации. SWOT-анализ был проведен на основе собранных данных, а также с участием фокус-группы из числа преподавателей и студентов, что позволило учесть различные точки зрения.

4. Бенчмаркинг: сравнение ключевых показателей ИККИ с аналогичными институтами в регионе. Анализ включал сравнение числа научных публикаций, уровня аккредитации образовательных программ, а также структуры финансирования. Были выбраны несколько ведущих технических вузов Центральной Азии, данные которых были проанализированы по открытым источникам и отчетам.

5. Статистический анализ: обработка данных по количеству студентов, публикациям, грантам и другим показателям за последние 5 лет. Анализ данных проводился с применением методов регрессионного анализа и визуализации для выявления трендов и закономерностей. Использовались методы корреляционного анализа для оценки связи между различными параметрами, такими как уровень финансирования и публикационная активность.

Результаты

1. Анализ текущей операционной деятельности

Образовательный процесс. Институт предлагает 10 образовательных программ на уровнях бакалавриата, магистратуры и PhD [7]. Однако только 30% программ имеют международную аккредитацию, что ограничивает возможности выпускников при трудоустройстве за рубежом.

Опросы студентов показали, что 45% обучающихся считают уровень практической подготовки недостаточным. Данный показатель требует пересмотра учебных программ с акцентом на развитие лабораторных и проектных работ.

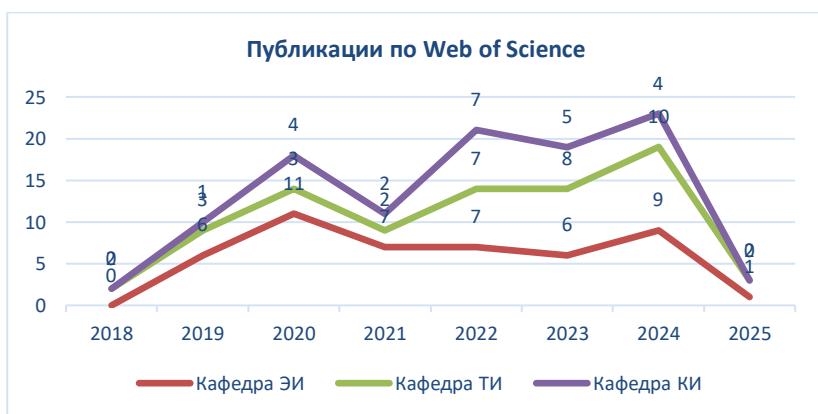
В последние годы число иностранных студентов в ИККИ увеличилось на 20%, что указывает на привлекательность института на международном уровне. Однако для дальнейшего роста необходимы дополнительные программы поддержки иностранных студентов.

Научная деятельность. Динамика публикационной активности за 2018–2025 годы показывает положительный рост [7]:

- Количество статей в Scopus и Web of Science увеличилось на 15%, но остается на 25% ниже среднего уровня ведущих технических вузов региона.

- Количество научных грантов увеличилось, однако доля международных грантов не превышает 10%, что указывает на необходимость усиления международного сотрудничества. Средний индекс цитирования научных работ преподавателей увеличился на 12%.

- Анализ тематик публикаций выявил, что большинство научных работ посвящено телекоммуникациям (40%) и космической инженерии (35%), тогда как направления, связанные с искусственным интеллектом и квантовыми технологиями, остаются слабо развитыми.



*Рисунок 1. Динамика количества публикаций
в Web of Science (2018–2025)*

Динамика публикационной активности института в Scopus и Web of Science за 2018–2025 гг. показывает положительный тренд, однако темпы роста требуют ускорения.



Рисунок 2. Динамика количества публикаций в Scopus (2018–2025)

Инфраструктура. Институт оснащен современными лабораториями, однако 40% оборудования требует модернизации [7]. Основные проблемы инфраструктуры:

- Недостаточное количество специализированных лабораторий для работы с передовыми технологиями.
- Ограниченный доступ к международным исследовательским платформам и базам данных.

Позитивные аспекты:

- В 2023 году было приобретено новое оборудование на сумму 120 млн тенге, что улучшило качество лабораторных исследований.
- Ведутся переговоры с международными партнерами о создании совместных лабораторий.

Финансирование. Государственное финансирование института составляет 70%, вклад частных инвесторов и индустриальных партнеров – 20%, международные гранты и программы – 10% [7].

Основные проблемы:

- Зависимость от государственного бюджета ограничивает гибкость в распределении ресурсов.
- Низкий уровень частного финансирования сдерживает внедрение инноваций.

Позитивные изменения:

- В 2024 году привлечены частные инвестиции на сумму 50 млн тенге.
- Ведутся переговоры с крупными технологическими компаниями о долгосрочном сотрудничестве.

Как видно из рисунка 3, объем финансирования по проектам института претерпел значительные изменения за последние годы. В 2021 году наблюдался пик финансирования, после чего произошел резкий спад. Однако с 2023 года отмечается постепенное восстановление, особенно по проектам кафедры «Телекоммуникационной инженерии» (ТИ), финансирование которых выросло с 36 млн тенге в 2023 году до 118 млн тенге, прогнозируемых на 2025 год. Стабильное финансирование кафедр «Электронной инженерии» (ЭИ) и «Космической инженерии (КИ)» остается на уровне около 200 млн и 358 млн тенге соответственно.



Рисунок 3. Динамика финансирования проектов кафедр ИККИ в 2018–2025 гг.

2. Результаты опросов

Преподаватели:

- 60% преподавателей считают, что высокая учебная нагрузка мешает активной научной деятельности.
- 40% преподавателей указали на нехватку ресурсов для подготовки научных публикаций.

Студенты:

- 45% студентов выразили недовольство качеством практической подготовки.
- 30% респондентов считают, что в институте недостаточно современных курсов, связанных с искусственным интеллектом и цифровыми технологиями.
- Удовлетворенность образовательными программами (рисунок 4): 55% студентов оценивают их как хорошие, но требуется доработка.

Административный персонал:

- 70% сотрудников отмечают необходимость автоматизации рутинных процессов.
- 50% сотрудников считают, что уровень цифровизации института недостаточен.

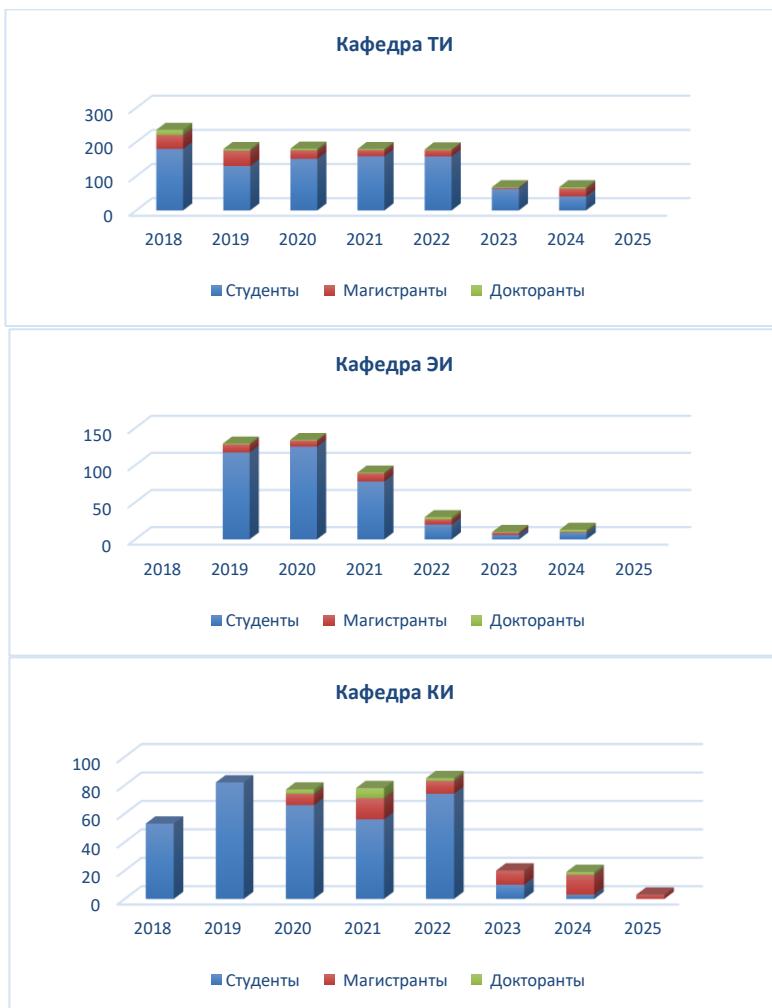


Рисунок 4. Удовлетворенность студентов качеством образовательных программ (в %)

3. SWOT-анализ

Таблица 1.

SWOT-анализ ИККИ

Сильные стороны	Слабые стороны	
Высококвалифицированный персонал	Недостаток международной аккредитации	
Современная инфраструктура	Ограничение финансирования	
Сильные связи с отраслью	Высокая учебная нагрузка	
Возможности		Угрозы
Расширение международного сотрудничества	Конкуренция со стороны других вузов	
Привлечение дополнительного финансирования	Снижение числа абитуриентов	
Внедрение цифровых технологий	Устаревание оборудования	

Были использованы методы факторного анализа для определения наиболее значимых факторов, влияющих на успешность операционной деятельности. В частности, анализ проводился с учетом влияния изменений в образовательных стандартах, демографических тенденций и экономических условий. Кроме того, был проведен контент-анализ стратегических документов института, а также материалов внешних аудиторских проверок, что позволило выявить несоответствия между декларируемыми целями и фактическими результатами деятельности.

Все данные были собраны за период с 2018 по 2025 год и проанализированы с использованием программного обеспечения Excel, SPSS. Применение многомерного анализа данных позволило построить прогнозы развития ключевых показателей, что является важным элементом стратегического планирования.

Обсуждение. Результаты исследования показали, что ИККИ обладает значительным потенциалом для развития, но сталкивается с рядом проблем, таких как недостаток международной аккредитации, ограниченное финансирование и высокая учебная нагрузка преподавателей.

Для повышения эффективности операционной деятельности предлагаются следующие меры:

1. Увеличение числа аккредитованных программ: Активное сотрудничество с международными организациями для повышения качества образования.

2. Привлечение дополнительного финансирования: Развитие партнерских отношений с частным сектором и участие в международных грантах.

3. Оптимизация учебной нагрузки: Пересмотр расписания и внедрение гибких форм обучения.

4. Модернизация инфраструктуры: Инвестиции в обновление лабораторного оборудования и внедрение цифровых технологий.

Заключение. Оценка текущего состояния Института Коммуникации и Космической Инженерии показала, что, несмотря на значительный потенциал для развития, существует ряд факторов, требующих оптимизации. Ключевыми проблемами остаются нехватка международной аккредитации, недостаточное финансирование, высокая нагрузка преподавателей и необходимость модернизации инфраструктуры. Реализация предложенных стратегических мер, таких как расширение числа аккредитованных программ, привлечение дополнительного финансирования, оптимизация преподавательской нагрузки и цифровизация образовательного процесса, позволит институту повысить конкурентоспособность на международном уровне. Комплексный подход к развитию института обеспечит улучшение качества образовательных программ, расширение международного сотрудничества и интеграцию научных исследований в мировую научно-техническую среду. Это создаст благоприятные условия для подготовки высококвалифицированных специалистов в области коммуникационных технологий и космической инженерии, что в перспективе усилит позиции ИККИ в глобальном образовательном и научном пространстве.

Список литературы:

1. Kaplan R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. Harvard Business Review. – Бостон, 1992. 70(1), 71-79.
2. Мусина, С.К. Применение цифровых инструментов в управлении высшими учебными заведениями Казахстана. Управление образованием: теория и практика, – Астана, 2024. 14(8-1), 278-285.
3. Жуковская, И.Е., Мамажанов, И.Г., Абдуллаев, М.К., Ходжаева, М.С. Пути повышения качества образовательного процесса в высших учебных заведениях на основе внедрения цифровых технологических и программных решений. Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, – Санкт-Петербург, 2024. 2(146).
4. Васич, Б., Сардарова, Ж., Кисметова, Г. Цифровая трансформация высшего образования: вызовы времени. Вестник КазНУ. – Алматы, 2024. 81(4), 54-64.
5. Porter M.E. What is Strategy? Harvard Business Review. – Бостон, 1996. 74(6).
6. Kaplan R.S., Norton, D.P. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Harvard Business School Press. – Бостон, 1996. 336 р.
7. Данные с отчетов Института Коммуникаций и Космической Инженерии Алматинского Университета Энергетики и Связи им. Г. Даукеева за 2018–2023 гг. (10.01.2025).

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА УСЛУГ В СФЕРЕ АРЕНДЫ ГОСТЕВЫХ ДОМОВ С ПОМОЩЬЮ ДИВЕРСИОННОГО АНАЛИЗА

Кашефразов Радэль Мнирович

аспирант,

Частное образовательное учреждение

Институт социальных и гуманитарных знаний,
РФ, г. Казань

Аннотация. В данной статье рассматривается применение диверсионного анализа для улучшения качества услуг и повышения прибыльности в сфере аренды гостевых домов на примере базы отдыха «Кемешле» в Лениногорском муниципальном районе. Были выявлены и устраниены уязвимости, связанные с безопасностью, комфортом и уровнем сервиса. Результаты показывают, что внедрение даже небольших изменений может существенно повысить удовлетворенность и лояльность клиентов.

Ключевые слова: диверсионный анализ, гостиничный бизнес, инновации, качество услуг, управление персоналом.

1. Исходная задача:

Улучшение сервиса в сфере аренды гостевых домов. В данной статье мы сосредоточимся на действующей базе «Кемешле», расположенная в Лениногорском муниципальном районе.

2. Решение задачи:

Для решения проблемы был применен диверсионный анализ. Обычно исследователь ищет способ, как решить конкретную проблему, улучшить состояние дел на объекте. Тем самым решается прямая задача – изменить процесс к лучшему.

В рамках же диверсионного анализа стоит обратная задача: «Как сделать так, чтобы процесс (проект) провалился? Как резко ухудшить состояние объекта». [1] [4]

Процедура диверсионного анализа представлена в виде ряда этапов:

1. Постановка задачи по поиску вариантов провала процесса. Выявление событий, которые могут привести к ухудшению параметров функционирования объекта.

2. Составление перечня вопросов, для того чтобы понять, насколько данные события или явления имеют место в реальности на объекте.

3. Постановка ключевых проблем базы отдыха.
4. Разработка решения выявленных проблем на базе отдыха и практическое решение проблем.

3. Практическая реализация метода:

1 этап. Формирование перечня негативных явлений.

На первом этапе был поставлен ключевой вопрос: «Как сделать так, чтобы клиенты не приезжали на базу отдыха?». Негативные факторы, которые могут оказывать на лояльность клиентов представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Перечень возможных негативных явлений на базе отдыха

№ п/п	Зрение
1	Вид насекомых, гусениц
2	Не убирать вовремя мусор
3	Обеспечить визуальный шум – бардак из вещей, подарков, статуэток
4	Снять москитную сетку, чтобы обеспечить нашествие мух
5	Оставить открытой корзину с мусором
6	Плохой дизайн
7	Грязные окна
8	Не ухаживать за растениями на территории, ввиду чего они выглядят неопрятно и портят вид
9	Разбросанные окурки по территории
Слух	
10	Шум оборудования, вентиляции, холодильника
11	Плохая шумоизоляция дверей, окон
12	Скрип окон, мебели, кроватей
13	Скрип от напольных покрытий или деревянных полов
14	Звук грызунов, насекомых, змей, тараканов, мух
15	Проведение ремонтных работ
16	Не работает акустическая система либо плохой звук
17	Шум от соседей
Обоняние	
18	Попадание дыма от костра
19	Запах избыточных вычурных ароматизаторов
20	Неприятные запахи от некоторых цветов
21	Запах еды готовящейся
22	Запах канализации
23	Запах сырости
24	Запахи пластмассы

№ п/п	Зрение
25	Запах цветущей воды
26	Запах хлорки и дешевой химии для уборки
	Осязание
27	Неприятное постельное белье
28	Не эргономичная мебель
29	Продавленные диваны
30	Неприятные на ощупь, дверные ручки, перила, краны и т.д.
31	Липкие (грязные) поверхности
32	Свалянная подушка, плохой матрац
33	Неудобные столовые приборы, посуда
	Безопасность
34	Наличие змей
35	Наличие газовой плиты
36	Обеспечить скрытую утечку газа
37	Нехватка медикаментов в аптечке
38	Не безопасная детская площадка
39	Ограждение печки в бане
40	Бьющаяся посуда в бане
41	Скользкие полы, скользкая лестница
42	Широкое расстояние между балюсинами
43	Дикие животные
44	Отсутствие штор, видно с улицы
45	Пить сырую воду из под крана
46	Мангальные решетки грязные
	Управление
47	Потерять пульт управления светом, телевизором
48	Сбить настройки пульта телевизора, кондиционера
49	Непонятные настройки электроплиты
50	Неудобная расположение выключателей света
51	Не знать как пользоваться пультом
	Впечатления
52	Не осталось впечатлений, ярких событий
53	Отсутствие фотозон
54	Отсутствие легенды
55	Якорь Авторитета
	Гигиена
56	Отсутствие или недостаточное качество зубных щеток и паст, мыла, шампуня, мочалок
57	Качество используемых гигиенических принадлежностей

№ п/п	Зрение
58	Наличие пыльцы
59	Наличие аллергенов
60	Шерсть животных

Этап 2. Разработка вопросника и сбор ответов.

На втором этапе был составлен вопросник, для того чтобы понять, какие негативные явления в реальности имеют место в заведении. Фрагмент вопросника представлен в таблице 2.

Таблица 2.

Вопросник для анализа

№ п/п	Вопрос	Ответ
1	Есть ли на территории насекомые, гусеницы?	Да, есть
2	Убирается ли на территории мусор и как часто?	Убирается, всегда после выезда гостей
3	На сколько сильно портит визуальный вид подарки от партнеров, мелких памятных вещей, статуэток?	Их не так много, они гармонично вписываются
4	На сколько хорошо закреплена москитная сетка, целая ли она?	Москитные сетки целые, закреплены хорошо
5	Как часто выбрасывают мусор из корзин, бывает ли такое что мусор остался от предыдущих гостей?	Мусор выкидывается сразу после выезда гостей.
6	На сколько хорошо продуман дизайн и интерьер дома?	Дизайн и интерьер дома продуман больше под свой уютный дом, чем под базу отдыха
7	Чистые ли окна, как часто жалуются на плохой вид из них?	Окна чистят, но в летний сезон из-за большого потока гостей, не успевают все чистить и появляются часты жалобы от гостей
8	Растения на территории, если ли кому за ними ухаживать и как хорошо это делают?	На территории есть растения, за ними ухаживает персонал.
9	На территории имеются предназначенные места для курения сигарет?	Конкретных зон для курения не предусмотрены, но возле дома стоит мусорные корзины с пепельницами

№ п/п	Вопрос	Ответ
10	Насколько хорошее и современное стоит оборудование, издает ли она шум?	Оборудование в доме стоит хоть уже и не новое, но сильного раздражающего шума не издает
11	Есть ли шумоизоляция?	Есть
12	В каком состоянии находится мебель, издает ли она скрипы?	Мебель в хорошем состоянии, скрипов не издает
13	На сколько качественно сделаны полы?	Полы сделаны качественно, но напольные покрытия спустя долгое время начали уже поскрипывать
14	На сколько хорошо продумана защита дома от грызунов, насекомых и тараканов?	Задача есть, осуществляется ежегодная дератизация
15	Если что-то сломалось, в какой период это ремонтируют?	Если поломка не большая, и не мешает отдыху гостям, ее устраняют, когда нет заездов либо при уборке А если поломка масштабная, например, котел сломался, проводятся незамедлительные ремонтные работы
16	Как часто проверяют акустическую систему?	Стараются проверять после каждого выезда
17	Мешают ли гости отдохнуть другим гостям?	Обычно гости друг другу не мешают
18	Имеются ли на территории зоны для мангала и как далеко они находятся от дома?	Зоны для мангала есть, она расположены в отдалении от дома и запах дыма не попадает в дома
19	Присутствуют ли в доме удушливые, приторные ароматизаторы?	В домах стравят ароматизаторы, но нейтральные естественные запахи
20	Есть ли цветы на территории и на сколько они нейтральны на обоняние?	Цветы есть, они без сильно запаха
21	Есть ли в домах вытяжка и в рабочем ли они состоянии?	Вытяжки в домах есть, но гости ими практически не пользуются
22	Есть ли запах из канализации?	Такой запах есть только на кухне

№ п/п	Вопрос	Ответ
23	На сколько в домах влажно, появляется ли плесень?	В домах стараются поддерживать комфортную температуру и влажность, плесени нету
24	Имеется ли в доме оборудование, техника или посуда из некачественного пластика?	Нету
25	Озеро цветет?	Нет, вода родниковая, проточная
26	Какой химией проводится уборка в домах?	Специальная профессиональная химия для уборки
27	Какого качества используется постельное белье?	Высокого качества
28	Эргономичная ли мебель?	Эргономична
29	В каком состоянии находятся диваны?	Диваны в хорошем состоянии, не продавленные
30	Из хорошего ли материала сделаны дверные ручки, перила, краны?	Из хорошего
31	При уборке все ли проходят поверхности?	Убираются каждый раз после выезда, иногда бывает, что пропускают что-то из вида и могут не пртереть
32	Как часто меняют матрасы и подушки?	Их меняют по необходимости
33	Удобны ли столовые приборы в использование?	Удобные
34	Предпринимаются ли защитные меры в сезон от змей, клещей?	Да
35	Какие плиты для готовки используются?	Электрические
36	Бываю ли утечки газа?	Установлена система, исключающая такие вероятности
37	Есть ли аптечка в наличии и как часто ее пополняют?	Есть, по мере необходимости
38	Безопасно ли детская площадка?	Да
39	Огорожена ли печь в бане?	Нет
40	Разрешено ли гостям брать в баню бьющуюся посуду?	Нет, но они ее берут
41	Какое покрытие используется для полов и лестниц?	Хорошее, чтобы не скользить
42	Какое расстояние между балюсами?	Установлены с соблюдением норм, безопасно для детей
43	Бывают ли на территории, дикие животные?	Очень редко, но ранним утром можно встретить сурков

№ п/п	Вопрос	Ответ
44	Имеются ли шторы или другая защита на окнах?	Есть, но не везде
45	Можно ли пить воду из-под крана?	Вода родниковая пригодная для питья, проведен химический анализ
46	Чистятся ли решетки для мангала и как часто?	Да, после выезда гостей
47	Есть ли пульты от техники?	Есть
48	Насколько просты пульты в управление?	Какие-то простые, с какими-то нужно подумать
49	Имеется ли инструкции к электрическим приборам?	Инструкций нету
50	Где расположены выключатели света?	Выключатель находится внизу, приметно 70 см от пола, расположение интуитивно понятное
51	Есть ли инструкции к пультам?	Инструкций нету
52	Остались ли хорошие впечатления о базе отдыха?	Остались, в основном о природе вокруг
53	Имеются ли фотозоны или красивые виды для фотографий?	Фотозон нету, но красивые места для фотографий есть
54	Есть ли какая ни будь легенда об этом месте?	Легенды нету
55	Имеются ли якоря авторитета?	Много приезжают знаменитых гостей
56	Какие есть средства гигиены?	Мыло для рук, туалетная бумага
57	Насколько качественные гигиенические принадлежности?	Среднего качества
58	Есть ли на территории цветы с пыльцой?	Цветов с пыльцой нету, но есть береза
59	На сколько аллергенные используются средства?	Средства используются гиппоаллергенные профессиональные для уборки
60	Возможно ли заселение с питомцами?	Заселение с питомцами невозможно

Вопросник позволил целенаправленно выявлять проблемные точки на базе отдыха «Кемешле».

3 этап. Постановка ключевых проблем базы отдыха.

Были сформулированы 5 ключевых проблем заведения.

1. Канализационные запахи на базе отдыха создают крайне негативное впечатление у гостей. Такая проблема значительно снижает

комфорт проживания и может привести к отрицательным отзывам, отказу от повторного посещения и потере потенциальных клиентов через "сарафанное радио". Кроме того, неприятные запахи канализации могут указывать на серьезные проблемы с системой водоотведения.

2. Отсутствие ограждения банной печи представляет серьезную угрозу безопасности гостей, так как при случайном контакте с раскаленной поверхностью можно получить тяжелые ожоги. Ситуация становится еще более опасной, когда баней пользуются гости в состоянии алкогольного опьянения. Несмотря на то, что в договоре прописан запрет на посещение бани в состоянии алкогольного опьянения, фактический контроль за соблюдением этого пункта крайне затруднителен, поскольку это потребовало бы постоянного наблюдения за гостями, что нарушило бы их право на приватность и комфортный отдых. Отсутствие такого важного элемента безопасности, как ограждение печи, не только создает риск причинения вреда здоровью клиентов, но и может повлечь за собой серьезную юридическую ответственность для владельцев базы отдыха.

3. Отсутствие инструкций к электрическим приборам на базе отдыха создает серьезные риски их неправильной эксплуатации. Клиенты, не имея четкого руководства по использованию техники, могут непреднамеренно нарушать правила эксплуатации, что не только сокращает срок службы оборудования, но и приводит к дополнительным расходам на ремонт или замену вышедшей из строя техники. Особенно часто возникают проблемы с настройками телевизоров, когда гости, пытаясь самостоятельно разобраться в управлении, случайно сбивают базовые настройки, что требует регулярного вмешательства персонала для восстановления корректной работы оборудования. Такие ситуации не только создают дополнительную нагрузку на обслуживающий персонал, но и вызывают недовольство гостей, которые не могут полноценно использовать предоставленное оборудование, что негативно влияет на общее впечатление от отдыха.

4. Отсутствие специально оборудованных фотозон на базе отдыха существенно ограничивает маркетинговый потенциал заведения в современную цифровую эпоху. Упускается ценная возможность бесплатной рекламы и повышения узнаваемости бренда через публикации гостей в социальных сетях. В результате база отдыха теряет существенный канал естественного продвижения и возможность создания дополнительной ценности для гостей, которые все больше ценят возможность создания качественного визуального контента во время своего отдыха.

5. Использование средств личной гигиены среднего качества снижает уровень комфорта проживания гостей и не позволяет базе отдыха позиционировать себя в более высоком ценовом сегменте.

4 этап. Разработка решения выявленных проблем на базе отдыха.

1. В ходе проверки возможных проблем по опроснику было выявлено наличие неприятного канализационного запаха в одном из номеров базы отдыха. При проведении проверки факт наличия запаха подтвердился, причиной оказался неисправный сифон. Проблема была оперативно устранена путем замены сифона, затраты на ремонт составили 745 рублей. В ходе разбора ситуации выяснилось, что обслуживающий персонал знал о проблеме, но не докладывал руководству. Для предотвращения подобных ситуаций в будущем, принято решение о внедрении регулярных проверок санитарного состояния номеров и наличия посторонних запахов лично управляющим базы отдыха. Такой подход позволит своевременно выявлять и устранять подобные проблемы до того, как они повлияют на комфорт проживания гостей.

2. Несмотря на наличие предупреждающих знаков и пунктов в договоре о правилах безопасности, данная ситуация требовала конструктивного решения. Было принято решение установить специальное защитное ограждение печи. Работы по установке ограждения были проведены в период минимальной загрузки базы отдыха, что позволило избежать неудобств для гостей. Это усовершенствование значительно повысило уровень безопасности при посещении бани, сохранив при этом комфорт и приватность отдыха гостей.

3. Для решения проблемы отсутствия инструкций к электроприборам были разработаны краткие, но понятные руководства пользователя для каждого типа оборудования на базе отдыха. В инструкциях изложены основные правила эксплуатации, пошаговый алгоритм включения/выключения и настройки оборудования, а также указаны часто возникающие проблемы и способы их решения. Все инструкции были заламиинированы для длительного использования и размещены в видимых местах рядом с соответствующей техникой. После внедрения данного решения количество обращений к персоналу по поводу настройки оборудования значительно сократилось. [2]

4. Для решения проблемы отсутствия фотозон на базе отдыха был разработан комплексный подход к созданию привлекательных мест для фотографирования. На территории базы было оборудовано несколько тематических фотозон: качели с видом на закат, цветочная арка у озера, уютный уголок с винтажной мебелью и тематическим декором. Каждая фотозона оснащена специальным освещением для качественных

фотографий в любое время суток. Рядом с фотозонами размещены таблички с хэштегами базы отдыха для публикаций в социальных сетях. В результате появления фотозон активность в соцсетях значительно выросла в первый же месяц.

5. Для повышения уровня сервиса и комфорта гостей было принято решение о полном обновлении линейки средств личной гигиены на базе отдыха. Ванных комнатах установлены дозаторы с профессиональной химией. [3] Новая линейка включает гипоаллергенное жидкое мыло, увлажняющий крем для рук, шампунь и гель для душа с натуральными компонентами и приятными ароматами. Все средства имеют необходимые сертификаты качества и подходят для чувствительной кожи. Несмотря на более высокую стоимость качественных средств, положительные отзывы гостей подтверждают правильность данного решения.

Заключение

Опыт базы отдыха «Кемешле» демонстрирует, что диверсионный анализ является мощным инструментом повышения конкурентоспособности и привлекательности гостиничных предприятий. Его регулярное применение позволяет своевременно выявлять и устранять недостатки, непрерывно совершенствуя сервис и адаптируясь к меняющимся запросам клиентов.

Список литературы:

1. Злотин, Б.Л. Решение исследовательских задач / Б.Л. Злотин, А.В. Зусман. – Кишинев: Каряя Молдовеняскэ, 1991. – С. 192-204.
2. Ушаков, Д.С. Маркетинг гостиничного предприятия / Д.С. Ушаков. – М.: Финансы и статистика, 2008. – С. 144-162.
3. Чудновский, А.Д. Психология в индустрии гостеприимства / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 91 с.
4. Шульц, В.Л. Диверсионный анализ стратегических решений / В.Л. Шульц, В.В. Цыганов, Р.Б. Шангараев. – М.: Наука, 2016. – 78 с.

HR-АНАЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Сергазин Эльдар

*магистрант,
Университет Туран,
Казахстан, г. Алматы*

Аннотация. HR-аналитика с каждым годом приобретает все большую актуальность при осуществлении работы с персоналом. Данный аспект приводит к необходимости более детального изучения подхода к изучаемому вопросу. В данной статье описаны теоретические аспекты, показатели международной статистики, а также программы, которые могут быть использованы для оптимизации процессов HR-аналитики.

Ключевые слова: HR аналитика, персонал, сотрудники, эффективность, система, программа, компания.

HR-аналитика представляет собой использование данных и аналитических методов для оценки и улучшения управлеченческих решений в области управления персоналом. В условиях современного бизнеса, где конкуренция за таланты становится все более жесткой, а производительность и удовлетворенность сотрудников влияют на успех компании, эффективное использование HR-аналитики позволяет значительно повысить результативность работы персонала. В этом контексте HR-аналитика служит важным инструментом контроля эффективности сотрудников, позволяя организациям не только отслеживать ключевые показатели, но и прогнозировать потенциальные проблемы и решения для оптимизации работы.

Основной целью HR-аналитики является сбор и анализ данных о работниках, их поведении, удовлетворенности, а также о результатах их деятельности. Применение аналитики в области HR охватывает несколько ключевых аспектов:

1. Привлечение и удержание талантов. Важно не только найти подходящих сотрудников, но и создать такие условия для их работы, которые бы способствовали долгосрочной приверженности компании. Использование аналитических данных помогает улучшить процесс найма, а также оценить потенциальные риски текучести кадров [1].

2. Оценка производительности. Одним из самых распространенных аспектов HR-аналитики является анализ производительности

работников. С помощью таких инструментов, как KPI (ключевые показатели эффективности) и OKR (цели и результаты), HR-аналитики могут отслеживать успехи и недостатки в работе сотрудников, что позволяет своевременно вмешиваться в процесс и корректировать действия для повышения результ ativности.

3. Обучение и развитие сотрудников. HR-аналитика помогает в определении потребностей сотрудников в обучении, анализирует эффективность программ обучения и развития, а также помогает установить связь между обучением и повышением производительности.

4. Удовлетворенность и вовлеченность. Определение уровня удовлетворенности сотрудников и их вовлеченности является ключевым аспектом в HR-аналитике. Через регулярные опросы и анализ обратной связи можно своевременно реагировать на проблемы, что способствует повышению лояльности и производительности.

Мировая практика показывает, что компании, активно использующие HR-аналитику, демонстрируют высокие результаты в области удержания и развития персонала. Согласно отчету McKinsey, 63% организаций, активно внедряющих HR-аналитику, заявляют о повышении производительности сотрудников. Также исследования показывают, что на 25% увеличивается вероятность привлечения и удержания талантов в тех компаниях, где активно используется анализ данных.

Примером успешного применения HR-аналитики является компания Google*. Google* использует аналитические данные для улучшения всех аспектов работы с персоналом, начиная от найма и заканчивая развитием карьерных траекторий сотрудников. Один из их известных проектов, "Project Oxygen", использует данные для того, чтобы понять, какие качества важны для эффективных руководителей, что помогает не только в обучении, но и в подборе новых лидеров для компаний.

После того как мы рассмотрели теоретические основы и современные инструменты HR-аналитики, следующим шагом будет внедрение на практике. Компании, заинтересованные в применении HR-аналитики, должны:

Проведите анализ потребностей. Важно оценить текущие задачи HR-отдела и определить, какие из них можно улучшить с помощью аналитики. Например, это может быть улучшение процесса найма, прогнозирование текучести кадров или повышение производительности [2].

Выберите подходящие инструменты. Существует множество платформ и программ для HR-анализа, и важно выбрать те, которые подходят именно вашей организации, с учетом ее целей и размеров. Например, для небольших компаний могут подойти более простые и

доступные инструменты, такие как Tableau, а для крупных – системы вроде SAP SuccessFactors или Workday.

Интеграция данных. После выбора инструментов необходимо провести интеграцию с уже существующими базами данных и системами, такими как CRM, системы управления талантами и другие. Это позволит собирать всю необходимую информацию о сотрудниках и анализировать ее в одном месте.

Обучение сотрудников. Чтобы HR-аналитика работала эффективно, необходимо обучить сотрудников HR-отдела работе с новыми инструментами и правильной интерпретации полученных данных. Это важный момент, так как успешное использование аналитики напрямую зависит от компетентности персонала.

Мониторинг и корректировка. Внедрение HR-аналитики – это не разовое действие. Важно постоянно отслеживать результаты и корректировать методы анализа, чтобы получать максимально точные и полезные данные для принятия управленческих решений. [3].

В странах СНГ для внедрения и развития HR-аналитики также доступны различные программы и платформы. Они помогают автоматизировать процессы управления персоналом, анализировать данные сотрудников, прогнозировать текучесть кадров и повышать производительность. По данным таблицы 1, можно рассмотреть несколько реальных программ, которые активно используются в странах СНГ, их плюсы и минусы. Данная информация.

Таблица 1.

Примеры программ HR аналитики

1С:Зарплата и Управление Персоналом	
Плюсы:	Минусы:
Широкие функциональные возможности: 1С – это универсальная система управления персоналом, которая включает в себя модули для расчета заработной платы, учета рабочего времени, анализа производительности и планирования карьерного роста. Интеграция с другими системами 1С: платформа интегрируется с другими продуктами 1С, что позволяет создать единую экосистему для управления бизнесом.	Сложность настройки: несмотря на свою функциональность, система требует профессиональной настройки и может быть сложной в освоении для пользователей без технического образования. Ограниченнная гибкость: для некоторых специфических задач HR-аналитики система может быть недостаточно гибкой.

Окончание таблицы 1.

МойСклад (HR-аналитика)	
Плюсы:	Минусы:
Простота использования: МойСклад Интерфейс на русском языке: удобный интерфейс на русском языке делает его доступным для пользователей из стран СНГ. Модуль для учета персонала и аналитики: система позволяет отслеживать рабочее время сотрудников, анализировать их результаты и составлять отчеты о производительности.	Ограничения аналитики: несмотря на наличие инструментов для HR-анализа, возможности платформы в этой области ограничены по сравнению с более сложными решениями. Не подходит для крупных компаний: для крупных предприятий с большим количеством сотрудников функционала может быть недостаточно.
HR-Облако	
Плюсы:	Минусы:
Облачное решение: HR-Cloud предоставляет доступ к данным через Интернет, что удобно для компаний с удаленными командами. Аналитика и отчетность: в системе есть инструменты для создания различных отчетов и аналитики, что помогает отделу кадров отслеживать ключевые показатели эффективности (KPI). Гибкость и масштабируемость: платформа подходит как для малых, так и для крупных организаций и может быть гибко настроена в соответствии с потребностями бизнеса.	Сложности с интеграцией: некоторые пользователи сообщают о трудностях при интеграции с другими системами, что может быть проблемой для крупных организаций с уже настроенными процессами. Цена: стоимость облачного решения может быть высока для небольших компаний, особенно если необходимо подключить дополнительные модули.

В странах СНГ для эффективного внедрения HR-аналитики доступны различные платформы: от локальных решений, таких как 1С:Зарплата и управление персоналом и PeopleForce, до международных программ, например BambooHR. Выбор подходящей программы зависит от размера бизнеса, специфики работы, бюджета и потребностей в аналитике. У каждой из программ есть свои сильные и слабые стороны, и важно тщательно их оценивать, прежде чем принимать решение о внедрении [4].

Для определения дополнительных возможностей, некоторые компании нашего рынка используют также программы дальнего зарубежья. На сегодняшний день существует множество программ и инструментов,

предназначенных для разработки и внедрения HR-аналитики. Среди наиболее популярных:

1. Workday. Эта облачная платформа предоставляет решения для управления персоналом, анализа данных и создания отчетности. Workday использует данные для прогнозирования потребностей компаний в кадрах, улучшения процесса найма и оценки эффективности сотрудников.

2. SAP SuccessFactors. Решение от SAP представляет собой облачный сервис для управления талантами и анализа данных. Оно позволяет анализировать производительность сотрудников, удержание, а также прогнозировать будущие потребности в обучении и кадровых ресурсах.

3. Tableau. Этот инструмент помогает HR-специалистам визуализировать и анализировать данные о сотрудниках с помощью удобных графиков и диаграмм. Tableau позволяет интегрировать данные из различных источников и эффективно работать с ними.

4. ADP DataCloud. Это аналитическое решение от ADP, которое помогает компаниям анализировать данные о рабочей силе, удержании сотрудников, а также следить за эффективностью трудовых ресурсов.

5. IBM Watson Talent. Эта платформа от IBM использует искусственный интеллект для анализа данных сотрудников, помогая находить наилучших кандидатов, предсказывать успех на различных должностях и повышать общую эффективность работы команды [5].

В Казахстане опыт компаний в HR аналитике постепенно растет. Многие организации начинают использовать данные для оптимизации процессов найма, оценки работоспособности сотрудников и повышения уровня удержания персонала.

Некоторые ключевые направления:

Анализ текучести кадров – выявление причин увольнений и поиск способов их снижения.

Оценка эффективности обучения – мониторинг результатов программы обучения и его влияния на производительность.

Производительность сотрудников – использование KPI для оценки и сравнения результатов работы.

Прогнозирование потребностей в персонале – анализ данных для определения будущих потребностей в кадрах.

Компании, такие как Kaspi.kz и Halyk Bank, внедряют аналитические инструменты для улучшения HR процессов и повышения конкурентоспособности.

Подводя итог, можно отметить, что HR-аналитика является мощным инструментом для управления персоналом, который помогает повысить эффективность работы сотрудников, улучшить процессы найма,

обучения и удержания. Современные технологии и аналитические инструменты предоставляют HR-отделам возможность не только контролировать производительность, но и предсказывать изменения в структуре компании, оптимизировать рабочие процессы и повышать общую продуктивность. Внедрение таких решений, как Workday, SAP SuccessFactors и других, открывает новые горизонты для эффективного управления человеческими ресурсами, что является ключом к успешному развитию компании в условиях динамично меняющегося рынка.

Список литературы:

1. Яворский, Н.К. HR-аналитика как один из трендов управления персоналом // Молодой ученый. 2020. № 19 (309). С. 262–264.
2. How HR Analytics Enhance The Hiring Process? .[Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rchilli.com/blog/straight-facts-about-hr-analytics/>. – (дата обращения 25.09.2023).
3. Recruitment Analytics: Use Data to Improve Your Quality of Hire. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.contractrecruiter.com/data-improve-quality-hire/>. – (дата обращения 25.09.2023).
4. HR Analytics: A modern tool in HR for predictive decision making .[Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/333238246_HR_ANALYTICS_A_MODERN_TOOL_IN_HR_FOR_PREDICTIVE_DECISION_MAKING. – (дата обращения 25.09.2023).
5. Types of HR Analytics: A Comprehensive Guide.[Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.chrmp.com/typesof-hr-analytics/> (дата обращения 25.09.2023).

*По требованию Роскомнадзора информируем, что иностранное лицо, владеющее информационными ресурсами Google является нарушителем законодательства Российской Федерации – прим. ред.

3. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

ЭВОЛЮЦИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Шестакова Анна Васильевна

магистрант,
Дальневосточный федеральный
университет – ДВФУ,
РФ, г. Владивосток

EVOLUTION AND CURRENT STATE OF THE GLOBAL FINANCIAL MARKET

Anna Shestakova

Graduate student,
Far Eastern Federal University – FEFU,
Russia, Vladivostok

Аннотация. Данная работа рассматривает структуру и эволюцию мирового финансового рынка, начиная с конца XIX века и до наших дней. Особое внимание уделяется современному состоянию российского финансового рынка, его вызовам и адаптационным мерам в условиях внешних санкций и геополитической напряженности.

Abstract. This work examines the structure and evolution of the global financial market, from the end of the 19th century to the present day. Special attention is paid to the current state of the Russian financial market, its challenges and adaptation measures in the face of external sanctions and geopolitical tensions.

Ключевые слова: мировой финансовый рынок, эволюция финансового рынка, международные экономические связи, российский финансовый рынок

Keywords: global financial market, financial market evolution, international economic relations, Russian financial market

Мировые финансовые рынки (МФР) основой формирования глобальной экономики, предоставляя платформы для обмена капиталом,

управления рисками и стимулирования экономического роста. С момента первых торговых операций в древности до сегодняшнего дня финансовые рынки эволюционировали, претерпев значительные изменения в структуре, технологиях и объеме операций.

Данная работа посвящена анализу структуры и эволюции мирового финансового рынка, а также особенностям функционирования современного финансового рынка.

Первоначально финансовые рынки возникли как реакция на общественные нужды в ресурсах и инвестициях. По мере роста значимости международной торговли и процессов глобализации они становились всё сложнее, включая разнообразные финансовые инструменты. Их развитие отражает воздействие политических, экономических и технологических факторов – начиная с примитивных рынков земли и товаров и заканчивая современными высокотехнологичными биржами, где торгаются акции, облигации и валюты.

Так, например, большинство стран недавно интернационализировали свои финансовые рынки для привлечения иностранного бизнеса. Этот процесс финансовой глобализации стал возможен благодаря развитию технологий обработки данных и коммуникаций, а также снятию барьеров на движение капиталов между странами [2, с. 87].

Мировой финансовый рынок представляет собой площадку, где в роли биржевых активов выступают капитал и деньги (или их эквиваленты), а также разнообразные финансовые инструменты, права на привлечение капитала и производные финансовые инструменты [1, с. 48].

Структура мирового финансового рынка на сегодняшний день представляет сложную систему, включающую разнообразные финансовые инструменты, институты и участников, взаимодействующих между собой для обеспечения движения капитала и инвестиций. Эта структура начала свое формирование во второй половине XIX века и прошла длительный эволюционный путь, прежде чем приняла современный облик (рисунок 1).

Важно учитывать, что законодательство играет на сегодняшний день существенную роль в инфраструктуре МФР. Мы наблюдаем весьма сложную многоуровневую систему и с уверенностью можем сказать, что инфраструктура финансового рынка будет более сложной и многослойной. В новом тысячелетии возникнет необходимость в постоянном законодательном регулировании (как на межнациональном уровне, так и через локальные нормативные акты), чтобы все участники рынка могли учитывать интересы друг друга, не нанося ущерба.



Рисунок 1. Структура мирового финансового рынка

Формирование международного финансового рынка можно рассматривать с двух сторон. Во-первых, оно является неотъемлемой частью международных экономических связей. Во-вторых, этот процесс стал следствием эволюции национальных финансовых рынков, их сегментации и расширения функциональных возможностей.

Конец XIX – начало XX веков ознаменовалась ускорением международных экономических связей. Страны начали активно торговать и инвестировать в иностранные проекты, что привело к возникновению современного международного финансового рынка. Его основная цель состояла в эффективном управлении денежными средствами и капиталами между странами. Рынок обеспечивал сбор свободных денежных ресурсов и их направление туда, где возникал спрос, способствуя экономическому росту инациональному распределению ресурсов. Формирование международного финансового рынка прошло несколько этапов, начиная с развития национального валютного рынка, который стал своеобразной «экспериментальной моделью».

С начала XX века и до середины 1950-х годов международный валютный рынок столкнулся с серьезными трудностями, неоднократно останавливая свою деятельность. Это происходило во времена Первой мировой войны (1914–1918), Великой депрессии (1929–1933) и Второй мировой войны (1939–1945), когда вводились строгие валютные ограничения и жесткие меры регулирования национальных финансовых рынков.

После учреждения Бреттон-Вудской валютной системы (1944–1946) началось восстановление международного валютного рынка и постепенный рост международного кредитного рынка. Важной особенностью второго этапа стало отделение денег от физических активов. Система позволила доллару США свободно конвертироваться в золото по фиксированному курсу. Тем не менее, в 1971 году эта система прекратила свое существование по ряду причин:

1. Невозможность поддержания фиксированного курса доллара. Соединенные Штаты начали эмитировать больше долларов, чем имели золотых резервов, что породило сомнения в надежности американской валюты.

2. Инфляционные процессы в США. Ускоренная инфляция в стране привела к снижению покупательской способности доллара.

3. Западноевропейские государства и Япония восстановили свои экономики гораздо быстрее, чем предполагали эксперты, что увеличило спрос на золотые запасы и долларовые резервы, усиливая давление на США.

4. Недостаточная гибкость обменных курсов.

5. Увеличение дефицита торгового баланса США.

6. Внутренняя политическая ситуация, а также международные конфликты, такие как война во Вьетнаме.

С 1980-х годов начался третий этап формирования международной финансовой системы, характеризующийся началом системных страховых операций и формированием международного страхового рынка.

В 1990-х гг. наступил четвертый этап становления мирового финансового рынка. В этот период стремительно развивается рынок производных финансовых инструментов (деривативов). Резкое увеличение объемов всех сегментов мирового финансового рынка за счет развития технологий.

Для наглядности структурируем этапы формирования мирового финансового рынка на рисунке 2.



Рисунок 2. Основные этапы формирования структуры мирового финансового рынка

На сегодняшний день финансовый рынок сталкивается с рядом вызовов и особенностей, связанных как с внутренними экономическими процессами, так и с внешнеполитической ситуацией. К концу отчетной недели наблюдалось сохранение негативного тренда на американском фондовом рынке. Основные биржевые индикаторы продемонстрировали снижение: индекс S&P500 потерял 1,39%, NASDAQ Composite опустился на 1,96%, а промышленный индекс Dow Jones сократился на 1,30%. Основной причиной падения стали негативные тенденции в секторе высокотехнологичных компаний, где акции Adobe Systems упали на 13,7%, а бумаги Microsoft потеряли 1,28%. Дополнительное давление на рынок оказали высказывания президента США Дональда Трампа, усилившие опасения относительно возможного усиления торгового конфликта, особенно на фоне угроз введения 200-процентных тарифов на импорт европейских вин и крепкого алкоголя. Индекс цен производителей в феврале остался неизменным по сравнению с январем.



Рисунок 3. Доходность основных индексов американского рынка за последние 12 месяцев [3]

Россия с 2022 года находится под влиянием экономических санкций, что привело к ограничению доступа к международным рынкам и использованию зарубежных финансовых инструментов, которые делают невозможным привлечение иностранных инвестиций. Несмотря на внешнеэкономические шоки, в стране развивается внутренний долговой рынок, увеличивается выпуск облигаций федерального займа (ОФЗ).

Центральный Банк РФ активно включает регулирование ключевой ставки, влияющей на стоимость заимствований в банковской системе, что, в свою очередь, отражается на уровне кредитования и потребительском поведении, для стабилизации инфляции. К 7 марта 2025 года ключевая ставка достигла отметки в 21% [4]. Несмотря на предпринятые шаги для обеспечения стабильности, на российском финансовом рынке продолжают существовать серьезные риски. К ним относятся геополитическая напряженность, неопределенность в экономической политике западных стран и угроза эскалации конфликтов.

Банк РФ будет поддерживать развитие финансового рынка на ближайшие годы, сосредоточившись на нескольких направлениях (рисунок 4).

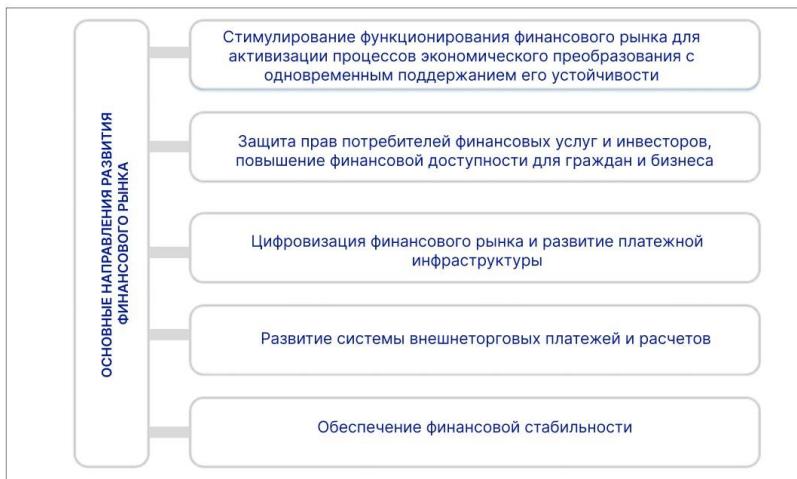


Рисунок 4. Основные направления развития финансового рынка

Список литературы:

1. Аржаев, Ф.И. Мировой финансовый рынок и его роль в обеспечении гегемонии доллара [Электронный ресурс] / Ф.И. Аржаев, Н.В. Мижарева, С.В. Емельянов // Дискуссия. – 2022. – № 114. – С. 46-60 Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-finansovyy-tupok-i-ego-rol-v-obespechenii-gegemonii-dollara/viewer>.
2. Гурбанберди, Э. Международные финансовые рынки: формирование и особенности функционирования [Электронный ресурс] / Э. Гурбанберди // Ceteris paribus. – 2023. – № 5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-finansovye-ryynki-formirovaniye-i-osobennosti-funktzionirovaniya/viewer>.
3. Ежедневный обзор зарубежных рынков акций. В Америке заявления Трампа все больше омрачают картину [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bcs-forex.ru/analytics/overviews/overview/134382/> (дата обращения: 14.03.2025).
4. Ключевая ставка Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbr.ru/hd_base/KeyRate/ (дата обращения: 09.03.2025).

4. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

РОЛЬ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ ЭЛЕКТРОННУЮ КОММЕРЦИЮ

Андреев Артём Андреевич

аспирант

*Базовой кафедры торговой политики,
Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

THE ROLE OF DIGITAL TRANSFORMATION IN ENHANCING RETAIL COMPETITIVENESS THROUGH E- COMMERCE

Artem Andreev

*Postgraduate Student,
Department of Trade Policy,
Plekhanov Russian University of Economics,
Russia, Moscow*

Аннотация. В статье рассматривается роль цифровой трансформации в контексте повышения конкурентоспособности предприятий розничной торговли посредством электронной коммерции. На основе анализа современных тенденций подчеркивается значимость внедрения инновационных цифровых решений, таких как искусственный интеллект, анализ больших данных, платформенные экосистемы, омниканальные стратегии и интернет вещей (IoT). Особое внимание уделено изучению влияния указанных технологий на оптимизацию бизнес-процессов, персонализацию клиентского опыта и стратегическую адаптацию компаний к динамично меняющимся условиям рынка. Исследование обосновывает необходимость пересмотра традиционных бизнес-моделей и внедрения цифровых платформ для сохранения и укрепления позиций на рынке в условиях активного развития цифровой экономики и растущей конкуренции.

Abstract. The article examines the role of digital transformation in enhancing the competitiveness of retail enterprises through e-commerce. Based on an analysis of current trends, the study emphasizes the importance of implementing innovative digital solutions such as artificial intelligence, big data analytics, platform ecosystems, omnichannel strategies, and the Internet of Things (IoT). Particular attention is given to exploring the impact of these technologies on optimizing business processes, personalizing customer experience, and strategically adapting companies to rapidly changing market conditions. The research substantiates the necessity of revising traditional business models and integrating digital platforms to maintain and strengthen market positions amid the rapid development of the digital economy and increasing competition.

Ключевые слова: цифровая трансформация, электронная коммерция, конкурентоспособность, розничная торговля, искусственный интеллект.

Keywords: e-commerce, competitiveness, retail trade, artificial intelligence.

В условиях стремительного развития цифровых технологий и изменений в поведении потребителей розничная торговля переживает кардинальные преобразования.[3] Цифровая трансформация становится ключевым фактором повышения конкурентоспособности компаний, способствуя оптимизации бизнес-процессов, расширению каналов продаж и улучшению клиентского опыта. Внедрение инновационных технологий, таких как искусственный интеллект, анализ больших данных, платформенные экосистемы и омниканальные стратегии, позволяет розничным предприятиям адаптироваться к новым условиям рынка и эффективно взаимодействовать с покупателями.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью понимания влияния цифровых инструментов на розничную торговлю и разработкой стратегий, обеспечивающих конкурентные преимущества в условиях цифровой экономики. В последние годы наблюдается значительный рост электронной коммерции и цифровых платформ, что требует от розничных компаний оперативного внедрения современных технологий и пересмотра традиционных бизнес-моделей.

Электронная коммерция – это совокупность предпринимательской деятельности и коммерческих операций, осуществляемых с использованием цифровых технологий, включая интернет, электронные платежные системы, автоматизированные бизнес-процессы и средства обмена данными, с целью продажи товаров, оказания услуг и управления

деловыми взаимодействиями. Она охватывает как традиционные формы торговли, адаптированные к электронной среде, так и инновационные модели бизнеса, такие как интернет-маркетплейсы, цифровые платформы и мобильные коммерческие приложения.[2]

Таблица 1.

Развитие электронной торговли в РФ 2019-2023 год

Год	Объем рынка (трлн руб.)	Количество заказов (млрд шт.)	Средний чек (руб.)	Рост объема рынка (%)	Рост количества заказов (%)
2019	1.14	0.58	1970	28	35
2020	1.42	0.9	1580	30	55
2021	1.66	1.63	1450	25	81
2022	1.78	2.55	1340	7	56
2023	2.15	5.15	1520	21	102

В последние годы наблюдается значительный рост объемов электронной торговли в России. Данные показывают, что объем рынка увеличился с 1,14 трлн рублей в 2019 году до 2,15 трлн рублей в 2023 году, что соответствует среднегодовому темпу роста на уровне 20-30%. Несмотря на рост количества заказов, средний чек демонстрирует волатильность, снизившись с 1970 рублей в 2019 году до 1340 рублей в 2022 году, но с восстановлением до 1520 рублей в 2023 году. Это может свидетельствовать о повышении доли недорогих товаров в онлайн-продажах или изменении покупательского поведения в условиях экономической нестабильности. Рынок электронной торговли продолжает активно развиваться, увеличивая свое присутствие в розничной торговле.

Цифровая трансформация – это процесс комплексного внедрения цифровых технологий, автоматизации бизнес-процессов и использования данных для повышения эффективности, персонализации клиентского опыта и конкурентоспособности розничных компаний.

Она включает в себя такие аспекты, как:

- Интеграция цифровых платформ и электронной коммерции: переход от традиционных торговых моделей к онлайн-каналам, маркетплейсам и омниканальным решениям
- Использование искусственного интеллекта и больших данных: анализ покупательского поведения, динамическое ценообразование, персонализированные рекомендации

- Автоматизация и оптимизация бизнес-процессов: применение ERP-систем, роботизированных складов, цифровых касс и инструментов управления цепочками поставок
- Развитие омниканальных стратегий: синергия офлайн- и онлайн-продаж, внедрение технологий дополненной реальности (AR), голосовых помощников и чат-ботов для взаимодействия с клиентами.

Таким образом, цифровая трансформация не ограничивается просто выходом на онлайн-рынок, а представляет собой стратегическую перестройку бизнес-модели, ориентированную на адаптацию к быстро меняющимся условиям цифровой экономики и требованиям современных потребителей.

Цифровая трансформация розничной торговли опирается на несколько ключевых технологических драйверов, которые формируют новые бизнес-модели, улучшают операционные процессы и повышают конкурентоспособность компаний. К ним относятся искусственный интеллект (ИИ), большие данные, интернет вещей (IoT), блокчейн и облачные технологии.[6]

Таблица 2.

Применение цифровых технологий в розничной торговле

Цифровые технологии	Область применения в розничной торговле	Эффекты и преимущества
Искусственный интеллект (ИИ)	Персонализированные рекомендации, прогнозирование спроса, чат-боты	Повышение лояльности клиентов, рост продаж
Большие данные (Big Data)	Анализ поведения потребителей, динамическое ценообразование	Оптимизация маркетинга, увеличение эффективности продаж
Интернет вещей (IoT)	Умные полки, RFID-метки, автоматизация складов	Снижение операционных издержек, улучшение логистики
Платформенные экосистемы	Маркетплейсы, цифровые платформы	Расширение каналов продаж, доступ к новым рынкам
Омниканальные стратегии	Интеграция онлайн и офлайн-каналов, технологии AR, чат-боты	Улучшение клиентского опыта, повышение конверсии

1. Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение

ИИ является одним из важнейших инструментов цифровизации, позволяя розничным компаниям автоматизировать процессы, персонализировать предложения и повышать качество обслуживания клиентов.

Основные применения ИИ в ритейле:

- Персонализированные рекомендации: анализируя поведение покупателей, ИИ предлагает персонализированные товары и услуги, что увеличивает конверсию и средний чек.
- Чат-боты и голосовые помощники: автоматизированные сервисы, такие как чат-боты, обеспечивают круглосуточную поддержку клиентов. Lamoda в 2023 году запустила умный визуальный поиск товаров. С помощью искусственного интеллекта виртуальный помощник помогает подобрать одежду.
- Прогнозирование спроса: машинное обучение анализирует исторические данные, тренды и внешние факторы для точного управления запасами. В 2021 году гипермаркеты «Лента» снизили списания товаров на 4% благодаря искусенному интеллекту, компания автоматизировала систему прогнозирования спроса на товары. Автоматический заказ на базе умного прогноза высвободил сотрудников магазинов.

• Компьютерное зрение: используется для автоматизации кассовых операций, анализа поведения покупателей в магазине и предотвращения краж. Торговая сеть «Улыбка радуги» протестировала технологию поиска, обнаружения и предотвращения воровства в магазинах на основе ИИ. Система оценивает данные с видеокамер по 11 параметрам и предупреждает сотрудников охраны о воровстве.

2. Большие данные (Big Data) и аналитика

Обработка и анализ больших объемов данных позволяют розничным компаниям принимать более точные решения и адаптировать маркетинговые стратегии.

Ключевые преимущества больших данных:

- Глубокий анализ потребительского поведения: компании могут изучать предпочтения клиентов и формировать персонализированные предложения.
- Динамическое ценообразование: цены на товары могут меняться в зависимости от спроса, конкуренции и покупательской активности.
- Оптимизация логистики: анализ больших данных позволяет прогнозировать задержки поставок, оптимизировать маршруты и снижать затраты.

Ozon использует BigData для анализа влияния более 250 различных факторов на спрос (ассортимент составляет более 2,5 товарных позиций). Также и Ozon и Wildberries используют BigData в системах ранжирования товаров в каталогах, поисковой выдаче и рекламных позициях.

Ситилинк смог создать систему для анализа работы с BigData, что позволяет отслеживать конверсии на всех воронкам покупки (от перехода в карточку товара до выкупа товара с ПВЗ)

3. Интернет вещей (IoT) и интеллектуальная автоматизация

IoT включает в себя подключенные к интернету устройства, которые обеспечивают мониторинг и автоматизацию в розничной торговле.

Применение IoT в ритейле:

- Умные полки: сенсоры отслеживают наличие товаров на полках и автоматически пополняют запасы.
- RFID-метки и отслеживание товаров: технологии позволяют контролировать движение товаров от склада до покупателя, снижая потери и улучшая логистику.
- Цифровые витрины и интерактивные магазины: IoT-устройства могут персонализировать рекламный контент в зависимости от аудитории.
- Автоматизация складов: использование IoT и роботов позволяет ускорять обработку заказов и минимизировать ошибки.

Компании Магнит, X5 Retail Group X5 Retail Group используют IoT решения: умные полки, электронные ценники. Компании прогнозируют от 2 до 5% увеличения товарооборота за счет повышения показателя наличия товаров и своевременной переоценки позиций.

4. Облачные технологии и SaaS-решения

Облачные вычисления позволяют компаниям хранить и обрабатывать большие объемы данных, обеспечивая гибкость и масштабируемость.

Ключевые преимущества облачных решений:

- Гибкость и масштабируемость: компании могут оперативно расширять свои мощности по мере роста бизнеса.
- Доступ к данным в режиме реального времени: облачные ERP- и CRM-системы позволяют управлять бизнесом из любой точки мира.
- Снижение затрат на ИТ-инфраструктуру: компании не нужно вкладываться в дорогостоящее оборудование и обслуживание серверов.

Такие решения как «МойСклад» помогают контролировать большинство процессов для интернет-магазинов. Начиная с фиксации продаж, компании могут вести закупки, учёт остатков, работу первичные документы в одной системе. Схожие решения набирают популярность не только среди крупных компаний, но также среди малых и средних торговых предприятий.

Рассмотрев преимущества внедрения цифровых технологий в розничные предприятия можно предложить 3-х этапную модель внедрения.

На 1 этапе необходимо произвести глубокий анализ бизнес-процессов и выявить проблему. В результате данного этапа должен получиться глубокий и полный отчет, в котором отражено текущее состояние, выявлены ключевые проблемы и определены ключевые показатели для оценки эффективности данного процесса.

На 2 этапе происходит подбор наиболее подходящих и эффективных цифровых технологий для решения проблемы. Например, для оптимизации логистических процессов стоит рассмотреть IoT, автоматизированные склады, RFID-метки. Для увеличения продаж: Big Data, динамическое ценообразование. На данном этапе производится сравнительный анализ предложенных решений, сроков/стоимости внедрения, а также разработка планов внедрения, разработка дорожной карты.

3 этап подразумевает пилотное тестирование и оценку эффективности внедрения. Тестовое внедрение происходит на ограниченном сегменте бизнеса (1 товарная категория, 1 отдел, 1 магазин), что помогает оценить его влияние перед масштабированием. По результатам происходит сбор данных, анализ изменений ключевых показателей, которые были определены на 1 этапе. Если эффективность подтверждена – предлагаются масштабирование внедрения на всю компанию, с учетом корректировок, выявленных при тестировании.

Данная модель позволяет избежать неэффективные внедрения и минимизировать риски нерентабельных инвестиций. Модель построена на реальных данных, а не гипотезах, позволяет тестировать решения перед масштабированием.

Цифровая трансформация стала неотъемлемой частью современного розничного бизнеса, обеспечивая компаниям возможности для повышения конкурентоспособности, расширения каналов продаж и оптимизации бизнес-процессов.[10] Внедрение цифровых технологий, таких как искусственный интеллект, анализ больших данных, интернет вещей, облачные решения и блокчейн, позволяет адаптироваться к динамично меняющимся рыночным условиям и повышать уровень персонализации клиентского опыта.

Электронная коммерция, являясь ключевым элементом цифровой трансформации, обеспечивает гибкость и эффективность розничной торговли, позволяя компаниям выходить на новые рынки и привлекать аудиторию с использованием инновационных маркетинговых стратегий.[7] В то же время развитие омниканальных подходов, автоматизации складской и логистической деятельности, а также применение искусственного интеллекта способствуют формированию бесшовного покупательского опыта и сокращению операционных затрат. [9]

Список литературы:

1. Akin M.S. Enhancing e-commerce competitiveness: A comprehensive analysis of customer experiences and strategies in the Turkish market // Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. Vol. 10, 2024.
2. Гелисханов И.З., Юдина Т.Н., Бабкин А.В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2018. Т. 11, № 6.
3. Иванов А.В., Федосеев И.К. Проблемы развития интернет-торговли в России // Сибирская финансовая школа. 2023. №3. С. 183–190.
4. Кауракова М.В. Изучение опыта исходного состояния отрасли электронной коммерции в России // Евразийская адвокатура. 2023. Т. 4, №63.
5. Ma X., Gu X. New marketing strategy model of E-commerce enterprises in the era of digital economy // Heliyon. Vol. 10, 2024.
6. Purnomo Y.J. Digital Marketing Strategy to Increase Sales Conversion on E-commerce Platforms // Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN). Vol. 1, Issue 2, August 2023, pp. 54-62.
7. Shih I.-T., Silalahi A.D. K., Eunike I.J. Engaging audiences in real-time: The nexus of socio-technical systems and trust transfer in live streaming e-commerce // Computers in Human Behavior Reports. Vol. 13, 2024.
8. Симаков В. История формирования предприятий электронной коммерции как субъектов инновационного предпринимательства // Three Seas Economic Journal. 2020. Т. 1, №1.
9. Sugiharto B.H. The Role of E-commerce for MSMEs as a Digital Marketing Strategy in Facing Industrial Revolution 4.0 // Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY). Vol. 1, No. 1, 2024, pp. 99-107
10. Сугихарто Б.Х. Роль электронной коммерции для малого и среднего бизнеса как стратегии цифрового маркетинга в условиях четвертой промышленной революции // Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY). 2024. Т. 1, №1. С. 99–107.

СУЩНОСТЬ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Гайдукова Валерия Вадимовна

канд. экон. наук,

Мариупольский государственный
университет имени А.И. Куинджи
РФ, г. Мариуполь

THE ESSENCE OF MEDIA MANAGEMENT IN ECONOMIC ACTIVITIES

Valeria Gaidukova

*Candidate of Economic Sciences,
Mariupol State University
named after A.I. Kuindzhi,
Russia, Mariupol*

Аннотация. В результате выделения медиа-производства в отдельный вид экономической деятельности появилось такое понятие, как медиаменеджмент. Сущность медиаменеджмента определена посредством системы, состоящей из четырех основных механизмов: организационно-административного, экономического, персонал-ориентированного и информационного. В результате проведенного исследования оказывается, что именно эти четыре механизма являются взаимообусловленными, необходимыми, а их применение достаточно для осуществления менеджмента на медиапредприятиях.

Abstract. As a result of the separation of media production into a separate type of economic activity, media management appears. The essence of media management is defined through a system consisting of four main mechanisms: organizational and administrative, economic, personnel-oriented and informational. As a result of the conducted research, it turns out that these four mechanisms are interdependent, necessary, and their application is sufficient for the implementation of management at a media enterprise.

Ключевые слова: медиаменеджмент, механизмы менеджмента, медиапродукт, информация.

Keywords: media management, management mechanisms, media product, information.

В наше время медиапроизводство, имеющее свои собственные особенности, окончательно выделяется из существующих видов экономической деятельности. В литературе «медиа» понимают как средства осуществления коммуникации между разными группами, индивидуумами, а также донесение каких-либо содержательных результатов аудитории [1, с. 330]. К сфере медиа относят средства массовой информации, носителей информации, общественные коммуникационные системы. Медиапроизводство происходит на медиапредприятиях, требующих собственных приемов управления, учитывающих специфику данного производства, что приводит к появлению медиаменеджмента как ответа на потребность живой экономической практики.

Целью написания настоящей статьи является уточнение сущности медиаменеджмента с учетом актуальности проблемы и недостаточности ее освещения в научной литературе, особенно отечественной.

Менеджмент (от англ. *to manage* – управлять) – это совокупность принципов, форм, методов, мероприятий и средств управления производством, функционированием организации и персоналом с применением новейших достижений теории и практики. Определений понятия менеджмент много, это не единственное. Большинство из них называют менеджмент одновременно и наукой и искусством. Также есть такое понятие как управленческая культура, составляющими которой являются рациональный подход, знания, современные концепции, новейшие технологии [7].

Управление предусматривает достижение целей, задач как общества в целом, так и отдельного предприятия в частности с помощью определенных методов, действий, направленных на получение конечного результата. Для общества он заключается в количественном и качественном улучшении жизни его граждан, достижении устойчивого экономического роста, преодолении макроэкономической нестабильности. Для предприятия таким результатом является прибыль. Согласно этому задача управления на данном уровне – повышение эффективности деятельности предприятия.

Деятельность в медиасфере осуществляется организациями разных форм собственности. Медиасфера относится к функционированию любых предприятий, учитывая ее продукт – информацию.

При анализе менеджмента в сфере медиа следует принимать во внимание несколько важных моментов. Во-первых, учитывая большое разнообразие медиапредприятий, в медиасфере возможны варианты применения любых технологий менеджмента. Во-вторых, менеджмент на медиапредприятиях должен предусматривать конкуренцию и быть направленным на сотрудничество медиасферы с предприятиями других

отраслей экономики. В-третьих, следует помнить о высоких требованиях к компетентности медиа-менеджеров и работников медиа-предприятий в целом [4, с. 6–7]. Рассмотрим каждый из перечисленных механизмов менеджмента и аспекты их применения на медиапредприятиях.

Первым мы назвали организационно административный механизм. Он представляет собой систему распределения полномочий (прав и обязанностей), которая фиксируется в документах медиапредприятия (уставе, положениях, должностных инструкциях), иногда понимается как аппарат управления. Воплощение рассматриваемого механизма на медиапредприятии проходит в два этапа. На первом этапе распределяются полномочия, а на втором – данные полномочия отражаются в документах предприятия. Следовательно, как результат реализации вышеописанного механизма каждому сотруднику известно, для кого он является подчиненным, для кого – руководителем, кто его контролирует и по каким вопросам и т.п. Безусловно, этот механизм чрезвычайно важен, но не достаточен для нормального функционирования медиапредприятия в частности.

Не менее важен экономический механизм как система ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности медиапредприятия. Любой процесс производства предполагает сочетание его личного и вещественного факторов, без которого он невозможен вообще. Этот механизм предполагает поиск материальных, финансовых и человеческих ресурсов для обеспечения производственного процесса [5]. Рыночная ситуация требует постоянной экономической оценки целесообразности определенного медиапроизводства. Кроме того, вышеописанное предполагает и экономическое стимулирование работников в виде заработной платы, материального поощрения или наказания. Без учета рассматриваемого механизма нельзя рассчитывать на получение прибыли медиапредприятием.

Медиапредприятие – это определенная группа людей, его сотрудников. Именно способность коллектива медиаспециалистов к труду, создание медиапродукта и является необходимым условием экономической эффективности деятельности медиапредприятия и достижения им своих целей. Поэтому возникает еще одно средство менеджмента – персонал-ориентированное, состоящее в мотивации к активной, новаторской деятельности работников предприятия, с постоянно растущим качеством труда. Безусловно, медиа-предприятие нуждается в перспективных, инициативных работниках, однако не только под конкретную уже существующую программу. Производство в сфере медиа предполагает поиск и предложение новых медийных проектов, в том числе со стороны наемных сотрудников, которые должны иметь

значительный потенциал для их воплощения в жизнь. Следовательно, медиаменеджмент начинается не с финансовых или материальных ресурсов, не с создания структурами проектов, а наоборот, на медиапредприятии структуры создаются под проекты и программы [2]. Для того, чтобы медиапродукт был выработан, необходимо единство людей на основе общности интересов. Отсутствие такой общности – путь к поражению менеджмента вообще в медиаструктуре. Поэтому работа с персоналом должна выделяться как отдельный, относительно самостоятельный механизм медиа-менеджмента, эффективное действие которого очень важно для всего медиапредприятия. Следовательно, подобный механизм – это система мероприятий по поиску, подготовке и расстановке специалистов в медиа, а также формированию и развитию мотивации к инициативной, ответственной и эффективной работе на медиапредприятии [4, с. 5]. Мы рассмотрели три механизма медиаменеджмента, однако только в контексте применения данных средств недостаточно для нормального функционирования менеджмента на медиапредприятии. Отдельно следует выделить информационный механизм, задача которого интегрировать и приводить в действие всю систему медиаменеджмента. Менеджер постоянно принимает решения по разным вопросам, которые должны дополняться контролем за их выполнением. Решения часто связаны с определением целей, желаемого результата и путей их достижения (планированием).

Процессы принятия решений, планирования и контроля связаны с соответствующим документооборотом. Следовательно, информационный механизм предполагает следующее. Во-первых, появляется актуальная информация и ее документальное оформление. Во-вторых, эта информация распадается на запланированные показатели и фактически полученные результаты, последовательно перемещаясь посредством реализации всех трех механизмов медиаменеджмента.

Система четырех механизмов менеджмента: организационно-административного, экономического, персонал-ориентированного и информационного необходима и достаточна не только для менеджмента вообще, но и медиаменеджмента в частности.

Отсутствие или бездействие хотя бы одного из механизмов медиаменеджмента приводит к несостоятельности функционирования всего медиапредприятия в целом. Если нет распределения полномочий, то нет и четкой иерархической структуры организации, то есть сотрудники не знают свои профессиональные обязанности, меру и предмет своей ответственности. Если нет экономического механизма, то деятельность предприятия не может быть эффективной даже при наличии четкой иерархии, не учитывающей рыночную конъюнктуру. Если на

медиапредприятии не работает профессиональный и мотивированный персонал, то любые ресурсы и попытки будут тщетны [2]. Если постоянно не принимаются решения, не составляются планы, не осуществляется контроль, не наложен документооборот, то не существует менеджмент на медиапредприятии вообще. Сущность медиаменеджмента как процесса по выработке и достижению целей медиапредприятия осуществляется с помощью его четырех механизмов: организационно-административного, экономического, персонал-ориентированного, информационного.

Список литературы:

1. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика". – М.: Аспект Пресс, 2003. – 334 с.
2. Головко Б. Информационный менеджмент массовой коммуникации: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2015. – 288 с.
3. Иванов Г.П. Экономика культуры: учеб. пособие для вузов, 2018. – 184 с.
4. Кириллова Н.Б. Медиакультура как интегратор социокультурного пространства. – М. : Рус. академия гос. службы при Президенте РФ, 2018. – С. 686–689.
5. Кириллова Н.Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система. – М.: Академический Проект, 2018. – 416 с.
6. Переверзев М.П., Косцов Т.В. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие по направлению подготовки 031600 "Искусства и гуманитарные науки". – М.: ИНФРА-М, 2007. – 192 с.
7. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры. – СПб.: Изд-во «Лань», 2001. – 384 с.

ФИЛОСОФСКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Севастьянов Николай Сергеевич

аспирант,

Нижегородский Государственный Технический

Университет им. Р.Е. Алексеева,

РФ, г. Нижний Новгород

PHILOSOPHICAL AND METHODOLOGICAL SUPPORT FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY

Nikolay Sevastyanov

Postgraduate student,

Nizhniy Novgorod State Technical

University n.a.R.E. Alekseev,

Russia, Nizhniy Novgorod

Аннотация. В статье оценивается соответствие философско-методологического обеспечения инновационного развития экономики России логике постнеклассической научной рациональности. Анализ показывает, что философско-методологическое обеспечение инновационного развития определяется правовым полем в области государственной научно-технической политики, исходя из связи инноваций с новыми знаниями и научной деятельностью. По итогам анализа сделан вывод о возросшей степени соответствия философско-методологического обеспечения инновационного развития экономики логике постнеклассической научной рациональности.

Abstract. The article assesses the compliance of the philosophical and methodological support for innovative development of the Russian economy with the logic of post-non-classical scientific rationality. The analysis shows that the philosophical and methodological support for innovative development is determined by the legal field in the field of state scientific and technical policy, based on the connection of innovations with new knowledge and scientific activity. Based on the results of the analysis, a conclusion is made about the increased degree of compliance of the philosophical and methodological support for innovative development of the economy with the logic of post-non-classical scientific rationality.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, инновационное развитие, экономика, философско-методологическое обеспечение.

Keywords: innovations, innovative activity, innovative development, economics, philosophical and methodological support.

На протяжении длительного времени российская экономика сталкивается с возрастающими вызовами и угрозами, воздействие которых со временем лишь усиливается. В условиях испытываемого давления важно не только сохранить и увеличить темы роста основных экономических показателей, но и обеспечить устойчивое инновационное развитие, являющееся залогом международной конкурентоспособности.

В настоящий момент устойчивость и эффективность инновационного развития российской экономики в целом и отдельных представителей промышленности в частности зависит не только от целесообразности применения экономических стимулов, но и от особенностей концепта существующего подхода к организации такого стимулирования. Иными словами, важно не только то, какими экономическими инструментами стимулировать инновационное развитие, но и то, какую цель оно должно иметь, каких социально значимых результатов должно достигнуть и т.д., т.е. иметь логически обоснованное философско-методологическое обеспечение.

Инновационной развитие экономики, с точки зрения её философско-методологического обеспечения, должно укладываться в логику превалирующего в научном сообществе типа научной рациональности. Научная рациональность, в свою очередь, объединяет в себе модель системных отношений в науке и научном сообществе, присущую современному этапу, и методологические основы познавательной деятельности.

Впервые в привычном на сегодняшний день виде разделение типов научной рациональности предложил Степин В.С., выделив классическую, неклассическую и постнеклассическую научную рациональность [2, с. 18]. Разграничение типов научной рациональности происходит по следующим критериям:

- способы системной организации исследуемых объектов;
- особенности средств и операций научной деятельности;
- ценностно-целевая установка субъекта научной деятельности и рефлексия над такой установкой.

На современном этапе, рассуждая о доминирующем типе научной рациональности, следует говорить о постнеклассической научной рациональности. Постнеклассическая научная рациональность как доминирующий

типа научной рациональности современного этапа развития научного познания характеризуется следующими критериями:

- анализ объектов научно-исследовательской деятельности как саморазвивающихся систем, активно взаимодействующих с внешней средой, имеющих как внутренние, так и внешние источники и стимулы развития;
- междисциплинарный характер научно-исследовательской деятельности, выражющийся в комплексных формах, имеющих проблемно-ориентированный характер и находящихся на пересечении двух или более областей знания;
- объединение внутри- и внеучастных ценностных идеалов не только для достижения цели научно-исследовательской деятельности, но и для удовлетворения запросов общества.

Инновационное развитие является результатом инновационной деятельности, т.е. деятельности, связанной с разработкой и внедрением инноваций. Инновации, в свою очередь, представляют собой новое знание, воплощенное в принципиально новом или усовершенствованном продукте (товаре, работе или услуге), бизнес-процессе, внедренном в деятельность субъекта (например, предприятия промышленности) для получения коммерческой выгоды (в виде прибыли, снижении издержек и т.д.). Инновации, таким образом, тесно связаны с новым знанием, являющимся продуктом научно-исследовательской и научно-технической деятельности.

Научно-исследовательская и научно-техническая деятельность, являясь одними из объектов государственной научно-технической политики, являются источником новых знаний, на которые опираются инновации и инновационная деятельность, а, следовательно, и инновационное развитие. Федеральным законом от 23.08.1196 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» (далее – ФЗ № 127) установлены следующие дефиниции, имеющие отношение к созданию нового знания:

1. Научная (научно-исследовательская) деятельность – деятельность, направленная на получение и применение новых знаний [3].
2. Научно-техническая деятельность – деятельность, направленная на получение, применение новых знаний для решения технологических, инженерных, экономических, социальных, гуманитарных и иных проблем, обеспечения функционирования науки, техники и производства как единой системы [3].

Взаимосвязь категорий научно-исследовательской и научно-технической деятельности (а, следовательно, и их государственного регулирования) с инновациями, инновационной деятельностью и инновационным развитием представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Взаимосвязь рассматриваемых категорий

Таким образом, определив взаимосвязь государственной научно-технической политики с инновационным развитием, можно утверждать, что концептуальные, или – в контексте исследования – философско-методологические, основы обеспечения инновационного развития российской экономики закладываются на уровне нормативных правовых актов.

В частности, речь идет ранее упомянутом ФЗ № 127, а также о распоряжении Правительства Российской Федерации от 20.05.2023 № 1315-р «Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года» (РП № 1315-р). Стоит отметить тот факт, что ФЗ № 127 определяет лишь категорийный аппарат, относящийся к исследованию, а также общие принципы государственной поддержки научно-исследовательской, научно-технической и инновационной деятельности, в то время как РП № 1315-р определяет цели и основные направления реализации политики в рассматриваемой области.

В рамках исследования особый интерес представляет собой ответ на вопрос о соответствии современного философско-методологического обеспечения инновационного развития российской экономике логике постнеклассического типа научной рациональности, критерии которого были представлены выше.

В отношении первого критерия, связанного с рассмотрением объекта научной (и в контексте исследования – инновационной) деятельности, следует отметить следующее.

Организации, осуществляющие коммерческую деятельность на территории России, в экономическом смысле уже рассматриваются как саморазвивающиеся системы. Однако, в контексте освоения технологий предприятиями и их технологического развития РП № 1315-р определяет только как цель переход к инновационно ориентированному экономическому росту, усиление роли технологий как фактора развития экономики [1] – соответственно, поддержка инновационного развития на текущий момент представляется как средство для построения базиса технологического саморазвития предприятий.

Кроме того, и как целевой показатель устанавливается технологическое обеспечение устойчивого функционирования и развития производственных систем [1], что также говорит о том, что у законодателя сложилось мнение о характере саморазвития отечественных производственных предприятий как о недостаточном, требующем внешнего вмешательства и поддержки. Таким образом, в современном правовом поле сложилась концепция недостаточного уровня и возможностей саморазвития (особенно – технологического) отечественных коммерческих (прежде всего – производственных) предприятий, что, однако, хоть в некоторой степени и противоречит логике постнеклассической научной рациональности, но в то же время обосновывает необходимость осуществления мер государственной поддержки инновационного и технологического развития.

В части, касающейся междисциплинарного характера научно-исследовательской деятельности в эпоху постнеклассики, необходимо отметить тот факт, что, согласно РП № 1315-р, для полноценного инновационного и технологического развития следует создавать новые формы интеграции научно-исследовательской и производственно-технической сферы. В частности, одним из предполагаемых к реализации мероприятий в данной связи является содействие созданию объединений, включающих образовательную, исследовательскую, опытно-конструкторскую и производственную компоненты, с вовлечением технологических стартапов [1]. Соответственно, предполагается, что для обозначенных выше целей планируется применения не только междисциплинарных, но также и межотраслевых инструментов, что не только соответствует логике постнеклассической научной рациональности, но и несколько расширяет её, обеспечивая бесшовность развития с момента его планирования и разработки на фундаментальном уровне до его внедрения в производственную деятельность.

Наибольшее соответствие современного философско-методологического обеспечения инновационного развития российской экономики логике постнеклассической научной рациональности можно наблюдать в её ценностно-мотивировочной части. Перестраивая цели, определенные утратившими силу нормативными документами (в частности –

распоряжением Правительства Российской Федерации от 08.12.2011 № 2227-р «О Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года»), РП № 1315-р отказывается от концепции, связанной с необходимостью «догнать» развивающиеся страны по перечню определенных показателей, и сосредотачивается на обеспечении технологического суверенитета за счет выстраивания собственной научной, кадровой и технологической базой технологий [1], национального контроля над воспроизведением технологий [1]. Можно сказать, что российское правовое поле, особенно РП № 1315-р, с учетом сложившейся внешнеполитической и внешнеэкономической обстановки сделало серьезный прогресс, связанный с пересмотром философско-методологического обеспечения инновационного развития российской экономики.

При этом некоторые исключения, усматриваемые в действующем законодательстве и выходящие за рамки логики постнеклассической научной рациональности, можно рассматривать, во-первых, как отражение «реальности на земле», во-вторых, как необходимость, связанную с потребностью обосновать применение мер государственной поддержки и, в-третьих, как задел для дальнейшего развития самого правового поля и государственного регулирования инновационного развития.

Подводя итог вышесказанному, необходимо отметить, что современное философско-методологическое обеспечение инновационного развития в России стало больше соответствовать логике постнеклассической научной рациональности, что, помимо прочего, свидетельствует об увеличивающейся кооперации государственной, научно-исследовательской и производственно-технической сфер, а также о выстраивании стратегии развития экономики (в том числе инновационного и технологического) на основе общенациональных интересов и интересов национальной экономики.

Список литературы:

1. Распоряжение Правительства РФ от 20.05.2023 № 1315-р «Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_447895/?ysclid=m82v0r9v92330559469 (дата обращения: 05.03.2025).
2. Степин В.С. Научное познание и ценности техногенной цивилизации // Вопросы философии. – 1989. – № 10. – С. 3-18.
3. Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/ (дата обращения: 05.03.2025).

ДИНАМИКА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ

Севастянов Николай Сергеевич

аспирант,

Нижегородский Государственный

Технический Университет им. Р.Е. Алексеева,

РФ, г. Нижний Новгород

DYNAMICS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN PROCESSING INDUSTRIES

Nikolay Sevastyanov

Postgraduate student,

Nizhniy Novgorod State Technical

University n.a.R.E. Alekseev,

Russia, Nizhniy Novgorod

Аннотация. В статье проводится анализ показателей инновационной активности и инновационного развития обрабатывающей промышленности России. В ходе анализа установлены наиболее активные виды экономической деятельности – производство компьютеров, электрических и оптических изделий, а также производство машин и оборудования. По итогам анализа обнаружена недостаточная степень финансирования инновационной деятельности по направлению обучения и подготовки кадров, а также сформирована позиция о необходимости развития не только материально-технического, но и кадрового потенциала.

Abstract. The article analyzes the indicators of innovative activity and innovative development of the processing industry of Russia. During the analysis, the most active types of economic activity were established – the production of computers, electrical and optical products, as well as the production of machines and equipment. Based on the results of the analysis, an insufficient degree of financing of innovative activity in the direction of education and training of personnel was discovered, and a position was formed on the need to develop not only material and technical, but also human resources potential.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, инновационная активность, инновационное развитие, обрабатывающая промышленность.

Keywords: innovations, innovative activities, innovative activity, innovative development, processing industry.

В условиях действий беспрецедентных санкций, применяемых в отношении российской экономики, важной задачей продолжает оставаться не только обеспечение прироста основных экономических показателей, но и поддержание интенсивного инновационного развития отечественного производства. Обрабатывающая промышленность, по оценкам экспертов, в настоящий момент является флагманом инновационной активности не только российской экономики, но также и экономик зарубежных государств. В связи с этим существует реальная необходимость оценки динамики инновационного развития и инновационной активности организаций обрабатывающей промышленности.

По данным Всемирной организации интеллектуальной собственности, в 2023 году Россия опустилась в глобальном инновационном индексе на 4 позиции (с 47-го на 51-е место) [5, с. 19; 6, с. 19], за счет снижения индикаторов в группах «институциональная среда», «инфраструктура», «сложность рынка», «знания и технологии», «креативность» (под которой подразумевается использование нематериальных активов, сети Интернет и др.). При этом отдельные эксперты из банковской сферы, как, например, зампред правления Сбербанка Ведяхин А.А., оценивают текущий уровень внедрения инноваций по мировым меркам как средний [4]. С другой стороны, отдельные исследователи, в частности Бабич С.Г. и Ушанина А.О., считают, что уровень инновационного развития страны в целом, а также отдельных регионов страны находится на достаточно низком уровне [1, с. 38].

По итогам 2023 года, инновационная активность (т.е. доля инновационно активных организаций в общей структуре предприятий, по которым ведется соответствующий статистический учет) организаций обрабатывающей промышленности достигла 22,5%, все еще имея непозволительное отставание от стран-лидеров инновационной активности. Статистика уровня инновационной активности организаций обрабатывающей промышленности по странам в 2023 году представлена на Рисунке 1.

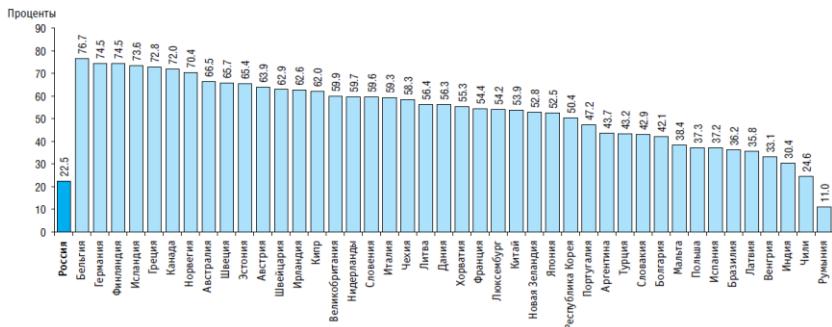


Рисунок 1. Уровень инновационной активности организаций обрабатывающей промышленности по странам в 2023 году [2, с. 165]

При этом, оценивая уровень инновационной активности организаций обрабатывающей промышленности, нельзя не отметить, что в 2023 году обрабатывающей промышленности практически удалось достичь показателей доковидного уровня или практически равноценному уровню инновационной активности, наблюдавшемуся до начала СВО. Данные о динамике инновационной активности обрабатывающей промышленности за период с 2018 по 2023 годы представлены в Таблице 1.

Таблица 1.

Динамика уровня инновационной активности организаций обрабатывающей промышленности России [2, с. 17]

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Уровень инновационной активности организаций обрабатывающей промышленности, %	23,2	20,5	21,3	23,1	20,7	22,5
Темп прироста уровня инновационной активности, %	X	-11,6	3,9	8,5	-10,4	8,7

Как видно из Таблицы 1, прирост инновационной активности наблюдался во всех годах рассматриваемого периода, кроме 2019 и 2022, оказавших наибольшее негативное влияние на российскую и мировую экономику – годы распространения ковида и начала СВО соответственно. При этом следует отметить, что «откат» к докризисным показателям произошел с небольшой задержкой, что, прежде всего, говорит о повышившемся уровне приспособляемости российского бизнеса к внутренним и внешним проблемам и ограничениям, а также,

вероятно, о действенности мер государственного регулирования в анализируемой области. В части, касающейся наиболее инновационно активных видов экономической деятельности (в рамках обрабатывающей промышленности), следует незначительные сдвиги, произошедшие в распределении лидеров по уровню инновационной активности. Распределение лидеров по уровню инновационной активности представлено в Таблице 2.

Таблица 2.

Распределение лидеров по уровню инновационной активности [2, с. 21]

Вид экономической деятельности	Уровень инновационной активности, %		Позиция в рейтинге	
	2022	2023	2022	2023
Производство компьютеров, электронных и оптических изделий	48,4	49,5	2	1
Производство летательных аппаратов, включая космические, и соответствующего оборудования	51,1	48	1	2
Производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки	38,7	42,9	3	3
Производство электрического оборудования	38,5	39,1	4	4
Производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов	34,6	38,5	5	5

При неизменности состава пятерки лидеров в 2023 году относительно 2022 года произошли незначительное изменение в их распределении: производство летательных аппаратов спустилось на второе место (-3,1 п.п.), уступив производству компьютеров, электронных и оптических изделий (+1,1 п.п.). В то же время увеличился уровень инновационной активности организаций обрабатывающей промышленности, находящихся на местах с третьего по пятое:

- производство машин и оборудования – +4,2 п.п.;
- производство электрического оборудования – +0,6 п.п.;
- производство автотранспортных средств – +3,9 п.п.

Как видно, состав лидеров инновационной активности включает в себя виды экономической деятельности, продукция предприятий которых имеет важное значение не только для промышленности (машины и оборудование различных видов), но и для государства в целом (автотранспорт, летательные аппараты). Наблюдаемая динамика усиления

уровня инновационной активности по видам экономической деятельности в рамках обрабатывающей промышленности, соответственно, позволяет делать вывод о тенденции к повышению уровня инновационности не только продукции отрасли, но и самих предприятий, положительно сказывающегося на их конкурентоспособности. Повышение уровня инновационности выпускаемой продукции также подтверждают данные о доле инновационных продукции (товаров, работ, услуг) в общей структуре реализованной продукции, представленные в Таблице 3.

Таблица 3

**Динамика доли инновационной продукции
в общей структуре реализованной продукции [2, с. 51]**

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Объем отгруженных инновационных товаров, работ, услуг, млрд. руб.	2995,9	2986,6	3429,9	3659,8	3802,5	4933,6
% от общего объема реализованной продукции	7,7	7,7	8,5	7,1	7	8

Как видно из Таблицы 3, стоимостной объем реализации инновационной продукции на протяжении рассматриваемого периода имеет тенденцию к росту, однако, что немаловажно, доля такой продукции в общем объеме реализации менее стабильна. Так, в частности, в 2021-2022 годах наблюдалось снижение процентного соотношения реализации инновационной продукции к общему объему реализации продукции, произведенной предприятиями обрабатывающей промышленности, однако, в 2023 году удалось добиться прироста данного показателя на 14,2% по отношению к предыдущему периоду и на 3,9% по отношению к базисному году.

В части, касающейся затрат, связанных с инновационной деятельностью, необходимо сообщить следующее: в течение последних пяти лет происходит постоянный прирост соответствующих затрат предприятий в действующих ценах, при этом затраты в постоянных ценах (2010 г.) имеют иную динамику. Спад показателей в 2021-2022 годах, прежде всего, связан с неполным восстановлением в постковидный период и началом СВО. Данные об объеме затрат на инновационную деятельность представлены в Таблице 4.

Таблица 4.

Объем затрат на инновационную деятельность [2, с. 32, 42]

Показатель	2019	2020	2021	2022	2023
Затраты в текущих ценах, млрд. руб.	760,2	960,7	1053,9	1156,5	1271, 8
Темп прироста, %	X	26%	10%	10%	10%
Затраты в постоянных ценах, млрд. руб.	403,5	505,4	465,5	441,5	453,7
Темп прироста, %	X	25%	-8%	-5%	3%
Динамика распределения затрат организаций по видам инновационной активности, %					
Исследования и разработки	31,9	42,1	36,6	37,8	30,9
Приобретение машин и оборудования, прочих основных средств	39,2	31	39,7	39,1	42,1
Маркетинг и создание бренда	0,4	0,5	0,3	0,2	0,3
Обучение и подготовка персонала	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2
Дизайн	0,7	0,7	0,5	0,5	1,1
Инжиниринг	15,6	8,7	8,7	7,1	7,4
Разработка и приобретение программ для ЭВМ и баз данных	2,6	2,7	0,9	1,1	2,2
Приобретение прав на результатов интеллектуальной деятельности	0,7	3,5	1,5	2,8	2,7
Другие	8,8	10,7	11,6	11,3	13,1

Как видно из Таблицы 4, наибольший приоритет в финансировании инновационной деятельности организации обрабатывающей промышленности отдавали таким ее направлениям, как исследования и разработки и приобретение машин и оборудования, прочих основных средств. В обрабатывающей промышленности традиционно большое внимание уделяется материально-техническому обеспечению производственного и смежных процессов, что и демонстрируют представленные выше данные. Необходимо однако отметить, что положительным фактом является весомая доля исследований и разработок в структуре расходов на инновационную деятельность, которая достигается в том числе путем кооперации научно-исследовательских институтов и промышленных предприятий. При этом в качестве негативной тенденции необходимо назвать низкий уровень затрат на инновационную деятельность, связанную с обучением и подготовкой персонала (в среднем, в рассматриваемом периоде – 0,14%) – меньше, чем на иные категории,

что противоречит нормативному стратегическому планированию, заложенному распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.05.2023 № 1315-р «Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030» [3] и направленному на привлечение (формирование) высококвалифицированных кадров и противодействие их оттоку.

Подводя итоги вышесказанному, необходимо сделать вывод о том, что в течение последних лет, несмотря на очевидные вызовы и угрозы (как внутренние, так и внешние) инновационное развитие обрабатывающей промышленности движется в позитивном направлении: инновационная активность организаций, объем реализации инновационных товаров, затраты на инновационную деятельность растут. Однако, наблюдаются и негативные явления, в том числе связанные с недостаточностью финансирования формирования кадрового ресурса в контексте обеспечения инновационного развития. Для организаций обрабатывающей промышленности России уже традиционно наиболее приоритетным направлением инновационной деятельности является развитие материально-технической базы. При безусловной необходимости технико-технологической модернизации не следует забывать и о развитии кадров, отток которых уже также стал традиционной негативной тенденцией для российской экономики. Естественно, существующие проблемы инновационного развития не решатся путем изменения вектора деятельности только в направлении развитии кадров – в данной сфере требуется осуществление комплекса мероприятий, в том числе при участии органов власти. Так, в частности, для дальнейшей интенсификации инновационного развития необходимо, во-первых, расширить внутриорганизационные программы по развитию персонала всех уровней, во-вторых, продолжить развитие институтов кооперации производства и научно-исследовательских центров, образовательных организаций и, наконец, расширить меры государственной поддержки инновационного бизнеса – особенного малого и среднего, в том числе за счет льготных ставок по кредитам, денежные средства от которых будут направлены на инновационную деятельность.

Список литературы:

1. Бабич С.Г., Ушанина А.О. Инновационная деятельность в Российской Федерации: состояние и особенности развития // Экономические науки. – 2023. – № 7 (224). – С. 28-39.
2. Индикаторы инновационной деятельности: 2024 : статистический сборник / В.В. Власова, Л.М. Гохберг, Г.А. Грачева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2024 – 260 с.

3. Распоряжение Правительства РФ от 20.05.2023 № 1315-р «Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_447895/?ysclid=m82v0r9v92330559469 (дата обращения: 09.03.2025).
4. Сквозные и критические: как изменилась стратегия развития технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/657835827a8aa9eebbb3f230?ysclid=m870opzu08560701668> (дата обращения: 09.03.2025).
5. Global Innovation Index 2022: What is the future of innovation-driven growth? – Retrieved from: <https://www.wipo.int/documents/d/global-innovation-index/docs-en-wipo-pub-2000-2022-en-main-report-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf> (accessed date: 09.03.2025).
6. Global Innovation Index 2023: Innovation in the face of uncertainty. – Retrieved from: <https://www.wipo.int/documents/d/global-innovation-index/docs-en-wipo-pub-2000-2023-en-main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf> (accessed date: 09.03.2025).

ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА ФОНЕ ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ «ОТТЕПЕЛИ» В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Севастянов Николай Сергеевич

аспирант,

Нижегородский Государственный

Технический Университет им. Р.Е. Алексеева,

РФ, г. Нижний Новгород

PROSPECTS FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY AGAINST THE BACKGROUND OF A POTENTIAL “THAW” IN INTERNATIONAL RELATIONS

Nikolay Sevastyanov

Postgraduate student,

Nizhniy Novgorod State Technical

University n.a.R.E. Alekseev,

Russia, Nizhniy Novgorod

Аннотация. В статье проведен анализ перспектив инновационного развития российской экономике за счет возврата к импорту высокотехнологичного оборудования из недружественных стран и обратного выкупа локальных активов инвесторами-резидентами таких стран. На основе данных об объеме и структуре российского импорта, темпах отечественного производства и прямых иностранных инвестициях, а также на основе заявлений властей сделан вывод о непривлекательности возврата к прежней модели и источникам инновационного развития, в том числе из соображений обеспечения национальной безопасности.

Abstract. The article analyzes the prospects for innovative development of the Russian economy through a return to importing high-tech equipment from unfriendly countries and the buyback of local assets by investors-residents of such countries. Based on data on the volume and structure of Russian imports, the rates of domestic production and foreign direct investment, as well as on government statements, a conclusion is made about the unattractiveness of returning to the previous model and sources of innovative development, including for reasons of national security.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, экономика, санкции, импорт.

Keywords: innovation, innovative development, economy, sanctions, import.

Инновационное развитие российской экономики с началом осуществляющейся в ее отношении санкционной политики группы стран столкнулось с рядом проблем. Проблемы инновационного развития российской экономики, прежде всего, связаны с невозможностью импорта высокотехнологичного оборудования зарубежного производства или высокими затратами на его осуществление, уходом иностранных инвесторов и другими факторами. На сегодняшний день наблюдаются признаки возможной «оттепели» в политических и экономических отношениях (в первую очередь, с США, на данный момент возглавляемыми Д. Трампом), перспективы которой пока что многие обоснованно считают туманными и затруднительными для быстрой реализации на практике. Если представить, что пресловутая «оттепель» настанет, то каковы реальные основания для того, чтобы национальная экономика быстро перестроились на новые «рельсы» и интенсифицировала инновационное развитие за счет прежнего набора факторов? Сложно не согласиться со скептиками, считающими, что «оттепель» не вернет экономику в прежнее состояние в контексте отношений с иностранными инвесторами и контрагентами. В подтверждение этой позиции существует ряд объективных факторов, препятствующих 180-градусному повороту. В первую очередь, рассмотрим импорт производственного оборудования (и его частей и комплектующих), ранее являвшийся одним из значимых факторов инновационного развития отечественных производств. Характер развития российской промышленности во многом определил ее добывающую направленность ввиду ее наиболее высокой налогоемкости и доходности, в связи с чем развитие обрабатывающих производств в сравнении с аналогичными отраслями экономически развитых стран шло меньшими темпами. «Добывающий» характер национальной экономики предопределил также и недостаточный уровень (количественный и качественный) собственного производства средств труда в обрабатывающей промышленности, что способствовало высоким объемам импорта технологического оборудования и внушительной степени зависимости от него. В таблице 1 представлены данные, характеризующие объемы российского импорта технологического оборудования (группы 84-84 ТН ВЭД ЕАЭС) по последним сведениям, содержащимся в таможенной статистике внешней торговли.

Таблица 1.**Объемы и структура российского импорта оборудования [5]**

Год	Импорт, млрд. долл. США	Китай		Недружественные страны (топ-10)	
		млрд. долл. США	%	млрд. долл. США	%
2014	85,9	23,4	27	38,38	45
2015	55,3	17	31	23,2	42
2016	56,2	20,1	36	21,19	38
2017	72,1	25,5	35	26,64	37
2018	73,6	26,5	36	27,46	37
2019	73,1	26,8	37	26,38	36
2020	73,3	28,2	38	25,4	35

Как видно, годы, предшествующие началу санкционного давления, привели к тому, что доля российского импорта технологического оборудования, приходящегося на недружественные страны (преимущественно – Германии и США), была приближена к 50%. С введением в 2014 году первых западных санкций, запрещающих поставки нефтегазового оборудования в Россию, наметилась динамика снижения импорта оборудования из недружественных стран при параллельном росте доли китайского оборудования в структуре российского импорта и проведении политики импортозамещения. Уже в 2019 году доля Китая в структуре российского импорта технологического оборудования превысила долю недружественных стран, и эта тенденция только усиливается. Необходимо отметить, что с 2014 года список технологий и оборудования, запрещенных к продаже в Россию, увеличился. Кроме того, расширились инструменты обеспечения подобных рестрикций, в том числе за счет внесения физических и юридических лиц в SDN-лист, запрета банковских операций и введения вторичных санкций в отношении контрагентов (например, китайских и турецких), способствующих обходу санкционного давления. Введение санкций и использование обеспечивающих их исполнение инструментов также значительно усложнило логистику и, следовательно, затраты импортера. Может сложиться мнение, что в условиях «оттепели» и снятия действующих ограничений российский рынок может быстро переориентироваться на возврат к закупке «недружественного» оборудования, но этому препятствует ряд обстоятельств, среди которых, в частности:

1. Свершившиеся факты закупки китайского оборудования и введения его в эксплуатацию, означающие необходимость его поддержания в

исправном технологическом состоянии на протяжении срока эксплуатации, в том числе за счет закупки его частей и комплектующих у китайского производителя.

2. Поступающие предложения об организации нормативного запрета на закупку импортного оборудования при наличии на рынке его отечественных аналогов, выдвигаемые, в частности, и первым вице-премьером Д. Мантуровым [2].

Не способствует быстрому возврату к закупкам технологического оборудования из недружественных стран и увеличение отечественного производства машин и оборудования для промышленности, темпы роста которого представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Темпы роста производства оборудования в России, % [4, с. 32]

Группа продукции	Год					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Производство машин и оборудования общего назначения	98,6	102,6	100	125,5	117,1	101,1
Производство электрического оборудования	102,7	105,4	101,3	99,2	107,7	101,1
Производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки	108,3	102,4	113,5	109,6	117,1	100,5

Как видно из таблицы 2, производство отечественного оборудования для промышленного применения демонстрирует тенденцию к росту, что способствует увеличению предложения и, соответственно, удовлетворению спроса за счет внутреннего ресурса. Суммируя вышеизложенные сведения, можно сделать вывод о том, что смещение импортных потоков из недружественных стран в Китай и увеличение собственного производства и предложения оборудования для промышленного применения если не полностью, то в значительной части удовлетворили внутренний российский спрос на промышленное оборудование. В таких условиях наиболее острую нехватку поставок оборудования и его частей из недружественных стран ощущают те российские компании, которые длительное время используют в производственных процессах ранее ввезенное европейское, американское, корейское или японское оборудование, в то время как компании, традиционно использующие китайское или российское оборудование, испытывают гораздо меньше проблем, связанных с санкционным режимом. В части, касающейся оттока иностранных инвесторов, следует сообщить следующее.

Значительное снижение объема прямых иностранных инвестиций в Россию пришлось на 2014 год, при этом ЮНКТАД ООН оценило падение в 70% [3] По оценкам того же ЮНКТАД ООН [6], российская экономика переживает существенный отток прямых иностранных инвестиций, объемы которого представлены в таблице 3.

Таблица 3.

**Отток прямых иностранных инвестиций,
млрд. долл. США [6, с. 156]**

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Отток ПИИ, млрд. долл. США	35,82	22,02	6,78	64,07	11,51	29,11

Массовый «исход» иностранных инвесторов из России связан с событиями 2022 года. По подсчетам Центра стратегических разработок 7% крупнейших иностранных компаний заявили об уходе из России без передачи локального подразделения новым собственникам, 15% – с передачей, 34% – объявили об ограничении деятельности на российском рынке (сократили инвестиции, ассортимент продукции, часть сервисов и т.д.) [1, с. 3]. Необходимо отметить, что более 57% подразделений иностранных компаний, в конечном счете, сменили конечного бенефициара на резидентов Российской Федерации [1, с. 3]. При этом реализуя активы локальным собственникам иностранные инвесторы не менее чем в 30% сделок предусмотрели возможность обратного выкупа ранее проданных активов [1, с. 4]. По тем же условным 70% сделок, не предусматривающих обратный выкуп активов, возникает закономерный вопрос о целесообразности возврата недружественному бенефициару, ранее демонстративно покинувшему российский рынок, локального бизнеса и необходимости его присутствия на рынке в принципе. В ответ на этот вопрос Президент России В. Путин на пленарной сессии Форума будущих технологий поручил кабмину обеспечить российскому бизнесу преференции, облегчающие конкуренцию с иностранными брендами, готовыми вернуться в Россию. Таким образом, иностранный бизнес, решивший триумфально вернуться на российский рынок, ждут две проблемы: нежелание развернувшегося локального бизнеса местных бенефициаров «впускать» его на рынок и позиция властей, нацеленных на дальнейшее развитие отечественного производства, в том числе за счет преференциального режима (например, в области госзакупок). Подводят итоги вышесказанному, необходимо сделать вывод о том, что в настоящий момент не усматривается существенных оснований для возврата российской экономики к прежней модели обеспечения

инновационного развития – за счёт импорта оборудования и привлечения прямых иностранных инвестиций из недружественных стран. Действительно, за предшествующие годы модель инновационного развития российской экономики претерпела вынужденные существенные изменения, научившись искать и реализовывать инновации с источниками не только за пределами России и недружественных стран, но и за счет внутренних ресурсов. Какой бы заманчивой ни была «оттепель», не стоит забывать, что в условиях постоянно изменяющейся политической и экономической конъюнктуры, она может столь же внезапно, как и началась, закончиться, приведя к началу нового витка холодной войны. Следовательно, во избежание ошибок прошлого необходимо продолжать наращивать собственный, отечественный инновационный потенциал, тем самым в рамках комплексного и межотраслевого подхода укрепляя национальную экономику и с тем – национальную безопасность.

Список литературы:

1. Картина иностранного бизнеса: уйти нельзя остаться [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.csr.ru/upload/iblock/7d7/sftonnumrobki28bulojpjqqbufmb7gd3.pdf> (дата обращения: 05.03.2025).
2. Мантуров предложил запретить закупку импортного оборудования при наличии российского [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.forbes.ru/biznes/530106-manturov-predlozil-zapretit-zakupku-importnogo-oborudovaniya-pri-nalicii-rossijskogo?ysclid=m7wzcedc66336438078](https://www.forbes.ru/biznes/530106-mantuров-predlozil-zapretit-zakupku-importnogo-oborudovaniya-pri-nalicii-rossijskogo?ysclid=m7wzcedc66336438078) (дата обращения: 05.03.2025).
3. ООН оценила масштаб падения иностранных инвестиций в Россию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/30/01/2015/54cb66719a7947da938b8b22?ysclid=m7x47778kw547030690> (дата обращения: 05.03.2025).
4. Промышленное производство в России. 2023 : статистический сборник. – М. : Росстат, 2023. – 259 с.
5. Экспорт и импорт России по товарам и странам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru-stat.su/date-Y2014-2020/RU/import/world/16> (дата обращения: 05.03.2025).
6. Word Investment Report 2024 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2024_en.pdf (дата обращения: 05.03.2025).

5. ЭКОНОМИКА ТРУДА

КАКАЯ СТРУКТУРА ДОМОХОЗЯЙСТВА ПООЩРЯЕТ ИННОВАЦИИ? СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАНИЙ ЖЕНСКОГО ТРУДА В КЫРГЫЗСТАНЕ И КАЗАХСТАНЕ

Ковалева Ирина Викторовна

докторант,
ассистент деканата колледжа социальных наук,
Казахстанский институт менеджмента,
экономики и прогнозирования,
Республика Казахстан, г. Алматы

Тейлор Леон Эрл,
д-р экон. наук (PhD), проф.,
Университета Тьюлейн,
США, Новый Орлеан

Пек Джеральд
д-р экон. наук (PhD),
ассоциированный профессор кафедры экономики,
Казахстанский институт менеджмента,
экономики и прогнозирования,
Республика Казахстан, г. Алматы

Мадумаров Эльдар Рустамович
д-р экон. наук (PhD),
зав. кафедрой экономики,
Казахстанский институт менеджмента,
экономики и прогнозирования,
Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация. В рамках исследования анализируется влияние патрилокальности на работу женщин в Кыргызстане и Казахстане. Авторы изучают, как доминирование мужа в принятии решений влияет на активность женщин на рынке труда. Обнаружено, что патриархальный уклад домохозяйства препятствует инновационному развитию стран и

ограничивает предпринимательский потенциал женщин. Авторы используют данные источника “Жизнь в Кыргызстане” 2019 года в контексте эконометрического анализа с применением метода наименьших квадратов и модели Тобита. Статистический анализ фокусируется на взаимосвязи между структурой домохозяйства и участием в рабочей силе замужних женщин в Кыргызстане. Поскольку аналогичные данные по Казахстану недоступны, сравнительный анализ основан на обзоре литературы. Авторы предполагают, что патриархальная структура семей получила широкое распространение в обеих соседних странах из-за схожего менталитета, традиций и истории кыргызов и казахов. Авторы обнаружили, что женщины в патрилокальных домохозяйствах проводят больше часов дома по сравнению с женщинами в домохозяйствах с другими семейными структурами. Более того, доминирование мужа в принятии семейных решений положительно коррелирует с количеством часов, которые жена работает вне дома. Это демонстрирует положительный эффект механизмов распределения доходов внутри домохозяйств.

Результаты подчеркивают необходимость политики поддержки экономической активности женщин в обеих странах. Авторы приходят к выводу, что устранение барьеров, создаваемых традиционными домохозяйствами, возглавляемыми мужчинами, может увеличить вклад женщин в инновации и предпринимательство, тем самым способствуя экономическому росту и развитию в Центральной Азии.

Ключевые слова: гипотеза патрилокальности; инновации; предпринимательство; распределение домашней работы; эконометрический анализ; предложение женской рабочей силы; брачные соглашения

Введение

Во многих развивающихся странах женщины гораздо чаще мужчин выполняют домашние обязанности в силу исторически сложившихся традиционных семейных структур с мужчиной во главе. Это, в свою очередь, ограничивает участие женщин в экономической деятельности, особенно их шансы на полноценное участие на рынке труда и возможности вести своё дело. Такое гендерное неравенство особенно заметно в патрилокальных домохозяйствах, где женщины вынуждены жить с семьёй мужа после замужества. Результаты других стран показывают, что подобные семейные условия проживания заставляют женщин заботиться о домашнем хозяйстве и детях, тем самым ограничивая карьерные и образовательные возможности. Таким образом, исключается более половины рабочей силы страны из участия в инновационной

деятельности и предпринимательстве [3]. Исследования Chen & Mace (2023) и Jayachandran (2020) соответствуют гипотезе патрилокальности, которая утверждает, что такие культурные установки сокращают предложение женской рабочей силы на рынке. Это снижает фактический и потенциальный экономический рост [3;7]. Патрилокальность является распространенной культурной практикой в странах Центральной Азии. Она связана с культурными практиками, касающимися ухода за детьми и семейной лояльности. Внедрение практик подобного рода блокирует интеграцию женщин в экономику развивающихся стран. Это документировано OECD (2019) и Jayachandran (2020). В рамках проведенных исследований обнаружено, что неоплачиваемая работа по уходу за детьми в значительной степени ложится на плечи женщин, что ухудшает их шансы на карьеру [7;13].

Проблемы, связанные с патрилокальностью, наиболее выражены в двух государствах Центральной Азии, Кыргызстане и Казахстане, которые имеют много общего в своих исторических и культурных традициях, формирующих сегодняшние гендерные роли и структуру семьи. Текущее исследование фокусируется на этих двух мусульманских странах бывшего Советского Союза. Они в высокой степени патрилокальны и, таким образом, предлагают уникальную возможность для сравнительных исследований гендерного равенства.

В Кыргызстане данные панельного исследования «Жизнь в Кыргызстане» 2019 года показывают, как условия жизни влияют на участие женщин на рынке труда. Результаты согласуются с более ранним исследованием Landmann и других ученых (2018), которое показывает, что патрилокальные домохозяйства часто увеличивают обязанности женщин по уходу за детьми, ведением дома и сокращают их возможности для внешней занятости [11]. При этом по Казахстану ранее вовсе не было проведено исследований аналогичных количественных данных, тем не менее приведенные в настоящей работе данные Бюро национальной статистики за 2018 год убедительно свидетельствуют о том, что женщины в Казахстане также страдают от тех же проблем. Гендерный разрыв в домашней работе очевиден во всех регионах Казахстана, при этом женщины несут большую ответственность за домашние дела по сравнению с мужчинами.

В данной работе также рассматривается альтернативная структура домохозяйства, в которой доминирует гендерное равенство и где оба супруга совместно принимают такие экономические решения, как то, где будет работать женщина. Авторы считают, что этот тип домохозяйства является наиболее предпочтительным для современного общества, поскольку он расширяет возможности женщин и стимулирует их

предпринимательскую деятельность. Это приводит к росту количества инноваций во всех сферах общества. Например, по данным OECD (2019), инвестиции в инфраструктуру, а именно улучшение доступа к уходу за детьми, были определены как критически важные государственные вмешательства для облегчения бремени неоплачиваемой работы для женщин и повышения их участия в качестве рабочей силы. Помимо этого, в Казахстане политика, направленная на сокращение гендерного неравенства, должна быть сосредоточена на конкретной помощи сельским женщинам. Они должны брать на себя больше домашней работы, чем городские женщины [13].

В данной статье представлено несколько примеров вкладов в науку. Во-первых, она заполняет пробел в существующей литературе, эмпирически проверяя гипотезу патрилокальности в контексте экономики труда и инноваций. Подобное исследование ранее не проводилось с большой базой данных. Во-вторых, она демонстрирует, что гендерно-равные семейные структуры могут смягчить ущерб, нанесенный традиционными нормами и религией в странах Центральной Азии. В-третьих, авторы дают действенные рекомендации по политике для продвижения гендерного равенства в Центральной Азии.

Обзор литературы

Патрилокальность является распространенной структурой домохозяйств в большинстве частей мира. Используя кросс-культурные данные из Южной Азии, стран Африки к югу от Сахары и Восточной Азии, исследования показывают, что патрилокальность подчиняет женщин, увеличивает для них бремя неоплачиваемой домашней работы и ограничивает их доступ к образованию и занятости [11;12].

Например, Ebenstein (2014) связывает патрилокальность с устойчивостью гендерного неравенства. Он объясняет, что нормы, которые заставляют женщин жить со своими родственниками, угнетают невесток. Такие обычай определяют гендерные роли за счет экономических интересов женщин [5]. Аналогично, в Китае Chen & Mace (2023) обнаружили, что женщины, живущие в патрилокальных домохозяйствах, выполняют значительно больше физической работы, чем мужчины [3]. Эта тенденция также наблюдается в сельской Индии [4].

Семейному уходу за детьми и другим ролям женщин в экономике домохозяйств также не уделяется должного внимания, а в некоторых случаях они вообще не признаются, особенно в условиях бедности. Okeyo (1979) отмечает, что женщины играют жизненно важную роль в натуральном хозяйстве сельской Кении. Их обязанности включают сельскохозяйственное производство, получение дохода и уход [14]. То

же самое наблюдается в других странах мира, как обнаружил Antonopoulos (2008) при изучении взаимосвязи между работой по уходу за детьми и формальными рынками труда. Работа по присмотру за детьми и пожилыми людьми, выполняемая женщинами, поддерживает экономические структуры, но не учитывается в стандартных экономических показателях [1].

Роль женщин в домашнем хозяйстве влияет как на оплачиваемую, так и на неоплачиваемую работу. Riggio и др. (2010) обнаружили значительную связь между домашними обязанностями и уровнем самоэффективности молодых женщин. Чем больше молодые женщины были вовлечены в домашние дела, тем лучше были их навыки на рынке труда [15]. Также, Zunaidi & Maghfiroh (2021) изучали роли женщин в Индонезии и экономическое давление, которое заставляло их работать в формальном секторе, выполняя при этом домашние обязанности в довольно неблагоприятных условиях. Это двойное бремя, называемое «второй сменой», является общепринятой концепцией в глобальных исследованиях. Всемирный обзор роли женщин в экономическом развитии подчеркивает, что нехватка дохода и времени мешает женщинам освободиться от нищеты и реализовать свой экономический потенциал [19].

Хотя патрилокальность более распространена в Центральной Азии, результаты исследований эгалитарных обществ показывают, что гендерно-справедливая политика может привнести позитивные изменения. Grönlund и др. (2017) пришли к выводу, что политика, поддерживающая разделение домашних обязанностей, усилила привязанность женщин к рынку труда в скандинавских странах [6]. Вышеуказанные результаты согласуются с библиометрическим анализом семейной экономики в условиях бедности, проведенным Meseguer-Sánchez и др. (2020). Они подтверждают необходимость включения Целей устойчивого развития в гендерно-специфическую политику [12].

В Центральной Азии Landmann и др. (2018) исследовали влияние патрилокального проживания на участие женщин на рынке труда в Кыргызстане и обнаружили, что участие женщин в работе снижается из-за обязанностей по уходу за детьми [11]. Количественные показатели по Казахстану довольно ограничены, и поэтому их невозможно напрямую сравнить с данными по Кыргызстану, однако необходимо отметить, что две постсоветские страны очень похожи с точки зрения контекста и культурных убеждений, которые мешают женщинам в полной мере заниматься инновациями и предпринимательством, как отметили Okeyo в 1979 году и Zunaidi, A., & Maghfiroh в 2021 году [14;19].

Культура патрилокальности в Кыргызстане представляет собой наглядный пример того, как структуры домохозяйств формируют

экономическую деятельность женщин. Около 60 % замужних женщин в сельских районах Кыргызстана живут с семьей мужа и, скорее всего, берут на себя обязанности домохозяйки, воспитывающей детей, что затрудняет ее перспективы трудоустройства. Это гармонирует с националистической риторикой, которая укрепляет патриархальную идеологию в сельском обществе [2]. Более того, согласно исследованию Junisbai (2010), экономическая незащищенность в Кыргызстане усиливает эти ограничения, поскольку семьи реагируют на социально-экономическое давление, принимая традиционные гендерные роли [8].

Хотя Кыргызстан в некоторой степени выиграл от своей интеграции в мировую экономику, особенно с точки зрения участия женщин в рабочей силе, в Казахстане интеграция гораздо сильнее. Около 75 % женщин в Казахстане либо работают, либо ищут работу. Это можно объяснить усилиями, предпринятыми в сферах образования и рынка труда [17]. Тем не менее, согласно Zadayev (2024) патрилокальность и традиционные гендерные нормы по-прежнему преобладают в сельской местности [18]. Sadykova и др. (2022) утверждают, что подобного рода различия между сельскими и городскими районами отражают то, как и в какой степени глобализация и экономическая модернизация влияют на гендерные отношения в этих двух странах [16].

Хотя и Кыргызстан, и Казахстан ощущают влияние патрилокальности, результирующая разница в их экономическом развитии даетному научиться. Урбанизация и более современная политика привели к большей экономической активности женщин в Казахстане в двух крупнейших городах, Алматы и Астане. С другой стороны, Кыргызстан в основном сельский, с культурой, которая по-прежнему благоприятствует традиционным гендерным ролям, отсюда, согласно исследованию Junisbai (2017), большее гендерное неравенство [9]. Sadykova и др. (2022) также утверждают, что эти проблемы еще больше усугубляются культурной глобализацией, которая влияет на две страны [16].

Методология

Анализ патрилокальности включает в себя применение моделей наименьших квадратов и Тобита для оценки влияния структуры домохозяйства на предложение рабочей силы замужних женщин в Кыргызстане. Kovaleva & Taylor (2023) предоставляют теоретическую математическую модель для этого широкого направления исследований. Она рассматривает мужа как решающего, сколько домашней работы будет выполнять его жена, чтобы максимизировать свою полезность от удобства избегания домашней работы самому. Такая польза компенсируется потерей внешнего дохода, который его жена могла бы получить, а также

потерей его привязанности к ней. Муж уравновешивает эти факторы при решении, сколько домашней работы должна выполнять его жена [10].

Ниже представлена более точная модель текущего исследования. Обозначим заработанный доход жены как “Y”. Это произведение ее заработной платы “w” и количества часов “X”, которые она работает вне дома. Таким образом, $Y = wX$. В свою очередь, “X” является положительной функцией доли “A” рабочего времени жены, которую она тратит вне дома, то есть на свою карьеру, $0 \leq A \leq 1$. В свою очередь, “A” является положительной, но убывающей функцией богатства “W” мужа и жены. Большее богатство наделяет жену повышением уровня образования и предпринимательских возможностей. Эти факторы увеличивают количество времени, которое она может потратить на свою карьеру. Таким образом, заработанный доход жены составляет $Y = w * X[A(W)]$.

Мы предполагаем, что изначально жена живет с семьей мужа, которая вынуждает ее работать полностью дома. Чтобы иметь карьеру, она и ее муж должны переехать в собственное место жительства. Стоимость такого переезда составляет “TC”, функция местоположения “L”. Муж и жена переедут, если доход от карьеры, который она будет получать, будет более чем покрывать стоимость переезда. В сумме, заработанный доход жены составляет $Y = w * X[A(W)] - TC[L]$.

Модель подразумевает, что заработанный доход жены выше, когда богатство семьи выше и когда потенциальное место жительства для пары находится ближе к дому семьи мужа. Таким образом, женарабатывает больше в высокодоходных городских экономиках, чем где-либо еще. И поскольку она занимаетсянейшей предпринимательской деятельностью в этих экономиках, инновации и экономический рост в них также выше.

Набор данных по Кыргызстану включает 11 913 наблюдений из панельного исследования «Жизнь в Кыргызстане» 2019 года, в котором было выделено 3063 замужних женщин. Для Казахстана мы используем данные, собранные Бюро национальной статистики в 2018 году с гендерной разбивкой распределения неоплачиваемой работы по регионам и типам населенных пунктов (городские и сельские). Эти данные включены в сравнительную структуру ниже.

Панельное исследование «Жизнь в Кыргызстане» является богатым источником панельных данных, ежегодно собираемых среди домохозяйств по всему Кыргызстану. Исследование охватывает различные социально-экономические аспекты, включая занятость, образование, принятие решений домохозяйствами и региональные различия. Для

Казахстана, хотя сопоставимые показатели панельного исследования недоступны, существующие исследования и отчеты предполагают схожие социально-экономические модели, особенно в отношении разрывов между городом и деревней, уровня образования и участия на рынке труда.

Мы используем как модель наименьших квадратов, так и модель регрессии Тобита для анализа данных по Кыргызстану. Модель наименьших квадратов обеспечивает базовые оценки взаимосвязи между зависимыми и независимыми переменными. Учитывая значительную долю нулевых значений в переменной *Всего_часов*, представляющих женщин, которые не занимаются внешней работой, модель Тобита используется для решения этой проблемы усечения. Для Казахстана результаты, полученные на основе данных по Кыргызстану, служат точкой отсчета, поскольку эти две страны сопоставимы на рынке труда.

Определения переменных:

- *Всего_часов*: количество часов, которые женщины работают в неделю вне дома. Это измеряет их вовлеченность на рынке труда.
- *Переезд*: бинарная переменная, которая равна 1, если женщина переехала в семью мужа, и 0 в противном случае, чтобы показать патрилокальное место жительства.
- *Решения*: бинарная переменная, которая обозначает мужа как главу домохозяйства, принимающего экономические решения за женщины.
- *Обучение*: годы обучения женщины в качестве контрольной переменной для человеческого капитала.
- *Восток*: бинарная переменная, которая классифицирует домохозяйства как проживающие в городских и экономически благополучных районах (например, Бишкек в Кыргызстане и Алматы или Астана в Казахстане).

Анализ предполагает, что переменная *Переезд* адекватно отражает патрилокальность, которая распространена в обеих странах, хотя такие нюансы, как размер и состав расширенных семей, могли бы дополнительно уточнить эту меру. Кроме того, хотя прямые измерения инноваций или предпринимательской активности недоступны, нерабочие часы и образование служат прокси-параметрами динамики труда. Для Казахстана сравнительный анализ основан на вторичных источниках, которым может не хватать детализации первичных данных.

Чтобы убедиться в достоверности результатов для Кыргызстана, мы провели несколько проверок надежности, в том числе:

- Тестирование мультиколлинеарности среди независимых переменных с использованием факторов инфляции дисперсии (VIF).

- Сравнение результатов по различным спецификациям моделей, включая взаимодействие между переменными обучения и принятия решений.

- Изучение региональных подвыборок для исследования географических различий в эффектах патрилокальности.

В случае Казахстана данные Бюро национальной статистики анализируются описательно на предмет моделей неоплачиваемой домашней работы по полу и типу поселения. Результаты расширяются с использованием регионального анализа для изучения различий и их влияния на участие женщин в системе рабочей силы.

Наш выбор регрессионных моделей отражает как теоретические, так и практические соображения. Модель наименьших квадратов обеспечивает простоту и интерпретируемость для базового анализа, в то время как регрессия Тобигта устраняет ограничения цензурированных данных. Сравнительная структура подчеркивает социально-культурные и экономические параллели между Кыргызстаном и Казахстаном, используя общие исторические контексты для расширения понимания обеих стран. Этот подход с двумя странами обогащает наше понимание того, как структуры домохозяйств влияют на предложение женской рабочей силы и, как следствие, на потенциал инноваций в Центральной Азии.

Результаты

Согласно Таблице 1, среднестатистическая замужняя женщина в Кыргызстане работает 14,3 часа в неделю вне дома, имеет почти 11 классов образования и, скорее всего, не переехала в семью мужа после замужества (Переезд = 0,013).

Например, в Казахстане (Рисунок 1) данные Национального статистического бюро (2018) показывают, что женщины занимаются неоплачиваемой домашней работой в среднем 13,4 % своего времени, а мужчины – 4,9 %. Это указывает на гендерный разрыв. Данные согласуются с Кыргызстаном, где традиционные системы расширенной семьи по-прежнему доминируют в сельской местности. Для обеих стран характерны патрилокальность и домохозяйства, возглавляемые мужчинами, а также принятие решений мужчинами, что затрудняет экономическую деятельность сельских женщин.



Рисунок 1. Неоплачиваемая домашняя работа в Казахстане по полу и региону (2018 г.)

В городских районах Кыргызстана, таких как Бишкек, данные показывают более высокий уровень образования женщин и их большее участие в рабочей силе, чем в сельских районах (таблица 1). Аналогичным образом, как указано на рисунке 1, данные Бюро статистики Казахстана показывают, что городские женщины были заняты неоплачиваемой домашней работой в течение 10,9 % своего времени, в то время как их сельские коллеги были заняты в течение 15,9 %.

Городские объекты Казахстана, такие как Алматы и Астана, также отражают прогрессивные тенденции, при этом урбанизация приводит к более высокой вовлеченности женщин в систему рабочей силы. Напротив, сельские районы в обеих странах сохраняют более сильную приверженность традиционным семейным отношениям, демонстрируя ограниченное экономическое участие женщин. Эти географические и культурные сходства подчеркивают региональные факторы, формирующие экономические возможности женщин в Центральной Азии.

Таблица 1.
Описательная статистика по Кыргызстану

Переменные	Количество респондентов	В среднем	Стандартное отклонение	Минимум	Максимум
Всего_часов	3055	14.285	20.514	0	70
Переезд (=1)	3055	0.013	0.112	0	1
Решения (=1)	2785	0.198	0.399	0	1
Обучение	2916	10.602	2.115	0	15
Восток (=1)	3055	0.327	0.469	0	1

Таблица 2 для Кыргызстана показывает низкие корреляции между независимыми переменными, что указывает на минимальную мультиколлинеарность. Самая высокая корреляция (-0,225) между *Решения* и *Восток*, что является весьма значимым (*t*-статистика равна -11,351).

Общее отсутствие простой коллинеарности предполагает региональные различия в культурных установках относительно принятия решений мужчинами.

Таким образом, в выборке мужья с большей вероятностью определяют распределение работы жены в сельской местности, чем в городской. Аналогичным образом в Казахстане разделение на город и село должно влиять на динамику принятия решений внутри домохозяйства, при этом городские домохозяйства, вероятно, принимают более эгалитарные подходы. Эти закономерности усиливают региональные сходства между двумя странами.

Таблица 2.

Матрица корреляции

	Всего_часов	Переезд	Решения	Обучение	Восток
Всего_часов	1.0000				
Переезд	-0.062	1.000			
Решения	-0.002	-0.044	1.000		
Обучение	0.182	0.015	-0.067	1.000	
Восток	0.151	0.061	-0.225	0.125	1.000

Согласно регрессии методом наименьших квадратов (Таблице 3), в Кыргызстане коэффициент *Переезд* составляет -12,62 ($p<0,001$), что указывает на то, что женщины в патрилокальных домохозяйствах испытывают значительное сокращение часов работы вне дома. Подобная динамика ожидается и в Казахстане, где сохраняются патрилокальные традиции, особенно в сельской местности. *Решение* положительно влияет на часы работы вне дома (+2,02, $p=0,045$) в Кыргызстане, что говорит о том, что поддерживающие мужья способствуют большему участию женщин в экономике. Этот эффект, вероятно, отражается в Казахстане, учитывая его общий культурный фон. Кроме того, локальный анализ Казахстана (Рисунок 2) показывает, что женщины в некоторых регионах, таких как Южный Казахстан (15,6 %), Кызылординская (16,1 %) и Северный Казахстан (15,8 %), взяли на себя наибольшие домашние обязанности. Это, в свою очередь, снизило их способность заниматься оплачиваемой работой или начинать собственный бизнес.

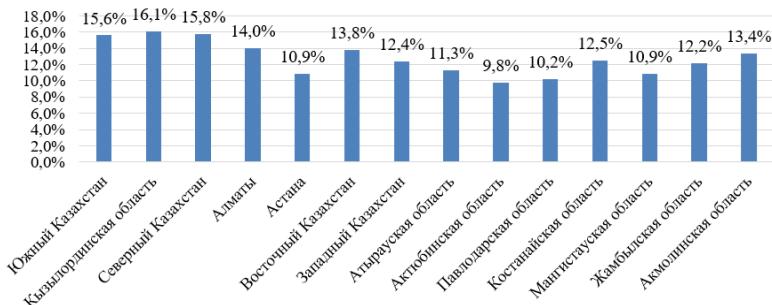


Рисунок 2. Региональные бытовые нагрузки женщин в Казахстане, 2018 г.

Данные указывают, что *Образование* становится преобразующим фактором в Кыргызстане, причем каждый дополнительный год обучения увеличивает количество часов вне работы на 1,66. *Городское проживание* (*Восток в Кыргызстане*) также оказывает положительное влияние на количество часов вне работы. В Казахстане более образованные регионы, которые являются городскими районами, включая Алматы и Астану, сократили гендерный разрыв. Образование улучшает перспективы трудоустройства женщин и повышает их статус в домохозяйствах, позволяя им тратить меньше времени на домашние дела и больше на карьеру (Рисунок 1). Рисунок 1 также отображает изменения в социальных отношениях в городских условиях, где образование меняет гендерные нормы разделения труда в домохозяйстве.

Модель Тобита (Таблица 3) для Кыргызстана подтверждает результаты метода наименьших квадратов, при этом *Переезд* сокращает часы работы вне дома на 48,29 ($p<0,001$), а *Решения* увеличивает их на 5,94 ($p = 0,026$). Та же тенденция наблюдается в Казахстане, где урбанизация облегчает бремя домашней работы для женщин, а городские женщины тратят меньше времени на неоплачиваемую работу по дому, чем их сельские коллеги (Рисунок 1). Полученные результаты подчеркивают важность структурных факторов и политик, которые смягчают гендерное неравенство. Результаты также показывают, что жены в патрилокальных домохозяйствах тратят мало времени на работу на рынке труда. Лево-центрированная статистика показывает, что 1718 наблюдений сообщили об отсутствии рабочих часов вне дома. Отрицательный и значимый отсекаемый фактор, -62,05 в модели Тобита, и низкие значения R-квадрата или псевдо R-квадрата модели указывают на то, что некоторые факторы сокращают работу женщин вне дома сверх тех, которые контролируются в моделях. Это согласуется с большой долей

наблюдений (62,7 %), в которых сообщается об отсутствии внешних забот у женщин.

В Кыргызстане городские женщины работают на 15,98 часов в неделю вне дома больше, чем сельские женщины. Городские центры Казахстана также предлагают большие экономические возможности, а региональные различия играют решающую роль в формировании результатов рынка труда. Политики в обеих странах должны устраниć эти различия, чтобы способствовать равноправному участию в рабочей силе.

Таблица 3.

Регрессии наименьших квадратов и Тобита

	Метод квадратов		Регрессия Тобита	
Переезд	-12.623***	(0.000)	-48.290***	(0.000)
Решения	2.017**	(0.045)	5.942**	(0.026)
Образование	1.664***	(0.000)	4.238***	(0.000)
Восток	6.278***	(0.000)	15.975***	(0.000)
Сигма			46.192	
Константа	-4.348**	(0.032)	-62.051***	(0.000)
Количество ответов	2738		2738	
Лево-центризованных			1718	
R²	0.0562			
Псевдо R²			0.0122	
Логарифм вероятности			-6352.523	

Термины взаимодействия в анализе Кыргызстана показывают, что более высокий уровень образования смягчает негативные последствия патрилокальных условий проживания. Авторы утверждают, что эти выводы применимы и к Казахстану, где образование аналогичным образом предоставляет женщинам свободу выбора структуры своего домохозяйства и смягчает влияние религии и традиций на степень патриархата. Например, женщины с университетским образованием в патрилокальных домохозяйствах имеют более высокие показатели участия в рабочей силе, чем менее образованные женщины. Авторы полагают, что такие различия в участии в системе рабочей силы демонстрируют важность достижений женщин в обеих странах, особенно в сельской местности.

Кроме того, авторы обнаружили, что проживание в городах значительно увеличило количество часов, которые замужние женщины работали вне дома в Кыргызстане. Это отражает больший доступ к возможностям трудоустройства из-за большего предложения на рынке труда и лучшей инфраструктуры. Аналогичные закономерности наблюдаются в городском Казахстане, где урбанизация, как известно, способствует экономическому участию на рынке труда. Однако культурные традиции и поведенческие нормы сохраняются в обеих странах, ограничивая возможности женщин участвовать на рынке труда даже в городах. Поэтому авторы приходят к выводу, что политики должны помочь устраниить эти культурные барьеры посредством целевых вмешательств и социальной помощи. Проведенные проверки надежности данных “Жизнь в Кыргызстане–2019” подтверждают стабильность результатов регрессии. Альтернативные спецификации модели, включающие запаздывающие переменные и анализ подвыборки, дают согласованные результаты. Включение терминов взаимодействия между *Решения* и *Восток* подчеркивает прогрессивное влияние урбанизации на динамику домохозяйств. Подобная надежность ожидается и в Казахстане, учитывая сопоставимые социально-экономические и культурные контексты.

Сравнительный анализ подчеркивает сходство между Кыргызстаном и Казахстаном с точки зрения структуры домохозяйств, образования и региональных различий, влияющих на участие женщин в рабочей силе. Хотя обе страны демонстрируют традиционные нормы, которые препятствуют экономическим возможностям женщин, урбанизация и образование становятся критически важными рычагами для изменений. Будущие исследования должны быть сосредоточены на сборе сопоставимых данных для Казахстана, чтобы углубить сравнительные идеи и информировать о политических вмешательствах, направленных на сокращение гендерного неравенства на рынках труда.

Выводы

Статистический анализ подтверждает гипотезу патрилокальности. Рабочие часы женщин значительно сокращаются, когда они находятся в патрилокальных домохозяйствах по сравнению с не патрилокальными домохозяйствами. Это означает, что патрилокальные изменения в структуре семьи сокращают участие женщин в рабочей силе и усугубляют гендерный разрыв. Таким образом, исследование подтверждает тот факт, что женщины в патрилокальных домохозяйствах работают дома больше часов, чем их коллеги в не патрилокальных домохозяйствах. Более того, данные по Казахстану показывают, что сельские женщины выполняют больше неоплачиваемой работы по уходу за детьми,

пожилыми людьми и домом в целом, чем их городские коллеги, что также наблюдается и в Кыргызстане. По-видимому, культурные стандарты, такие как патрилокальность и принятие решений мужчинами, препятствуют трудоустройству женщин, особенно когда происходит усугубление гендерными предубеждениями. Культурные стандарты, которые лишают женщин равных возможностей для оплачиваемой работы и вместо этого поощряют их становиться сиделками, особенно очевидны в сельских районах Казахстана и Кыргызстана. Последствия являются как социальными, так и экономическими.

Данные по Казахстану показывают, что женщины тратят 2 часа и 16 минут на неоплачиваемую домашнюю работу в городских районах и на одну десятую больше времени, 2 часа и 29 минут, в сельской местности. Это подтверждает существующие выводы о значительной разнице между городскими и сельскими районами в участии на рынке труда; подобное также наблюдается в Кыргызстане. Условия взаимодействия в анализе Кыргызстана показывают, что образование снижает неблагоприятное воздействие патрилокальных условий проживания. Эти выводы также относятся к Казахстану, где образование позволяет женщинам иметь больше возможностей в выборе структуры домохозяйства и частично освобождает их от религии и традиций. Женщины с университетским образованием, которые принадлежат к патрилокальным домохозяйствам в Казахстане, с большей вероятностью будут вовлечены в деятельность на рынке труда, чем другие женщины.

Графические данные по Казахстану показывают, как неоплачиваемый домашний труд женщин неравномерно распределен по регионам. Они выполняют больше всего неоплачиваемой работы в сельских округах Южно-Казахстанской, Кызылординской и Северо-Казахстанской областей.

Кыргызстан и Казахстан довольно похожи по структуре домохозяйств, образованию и региональным особенностям, которые влияют на занятость женщин. Хотя обе страны сохранили много архаичных взглядов на трудовые права женщин, урбанизация и образование являются движущими силами изменений.

Заключение

Текущее исследование анализирует патриархальную структуру семей в Казахстане и Кыргызстане и её влияние на женщин. С помощью эконометрического тестирования гипотезы патрилокальности авторы обнаружили, что традиционные структуры и нормы домохозяйств влияют на женщин, увеличивая домашнее бремя. Это также ограничивает

их доступ к образованию и, следовательно, их занятость на рынке труда, препятствуя предпринимательской деятельности и инновациям.

Кроме того, авторы приходят к выводу о том, что женщины в патрилокальных домохозяйствах работают меньше часов вне дома. С другой стороны, когда супруги совместно решают вопрос распределения доходов, это повышает потенциал женщин, способствуя их более активному участию на рынке труда, что ослабляет ограничения традиционных патриархальных домохозяйств. Для расширения прав и возможностей женщин образование и урбанизация являются важнейшими рычагами. Городские женщины и женщины с более высоким уровнем образования демонстрируют значительно более высокую степень участия в рабочей силе. Наш сравнительный анализ Кыргызстана и Казахстана применим к другим постсоветским странам Центральной Азии. Обе страны сталкиваются со схожими проблемами, связанными с патриархальными и религиозными традициями, но они также демонстрируют, как решать эти проблемы посредством целенаправленного вмешательства правительства. Политика, способствующая гендерному равенству на рынке труда и дома, расширит доступ женщин к образованию и предпринимательству. Она также создаст среду, благоприятствующую инновациям и экономическому росту. Будущие исследования должны быть направлены на сбор и анализ сопоставимых данных по Казахстану для углубления понимания региональной динамики. Расширение этого исследования с целью включения других стран Центральной Азии может обеспечить более широкое понимание взаимодействия между структурами домохозяйств, гендерными ролями и экономическими инновациями. Кроме того, продольные исследования воздействия политики могут дать ценнное руководство для разработки масштабируемых вмешательств. Также важно выявить факторы, влияющие на предложение труда женщин, помимо социальных и экономических, указанных в моделях. Одна из возможностей заключается в том, что предложение труда женщин также зависит от культуры Кыргызстана или Центральной Азии. Добавление казахстанских наблюдений в набор данных может прояснить этот вопрос. Другие исследования авторов показывают, что значимые факторы включают в себя региональное местоположение, готовность женщины идти на риск на работе, основан ли брак на любви или невеста была похищена женихом, есть ли маленькие дети в семье, а также возраст женщины и кыргызская культура. Таким образом, предложение труда женщин зависит от географических, психологических, демографических, брачных и национальных культурных факторов, а также социальных и экономических факторов, контролируемых моделями. Тем не менее, явное влияние социальных и экономических факторов

является ценным вкладом этой работы. В заключение, устранение барьера, создаваемых патрилокальностью, является не только вопросом гендерного равенства, но и стратегическим императивом для раскрытия неиспользованного потенциала в Центральной Азии. Расширение прав и возможностей женщин посредством справедливой динамики домохозяйств, образования и поддерживающей политики может стимулировать инновации, способствовать экономическому развитию и создавать более инклюзивное общество во всем регионе. Используя общие культурные и исторические контексты, Кыргызстан и Казахстан могут стать лидерами в содействии гендерно-инклюзивному росту и подать пример соседним странам.

Благодарность

Исследование финансировалось Министерством науки и высшего образования Республики Казахстан (AP23487405). Авторы благодарят Институт изучения труда за предоставление данных для панельного опроса «Жизнь в Кыргызстане».

Список литературы:

1. Antonopoulos R. The unpaid care workpaid work connection. – Working paper, 2008. – № 541.
2. Belafatti F. Gendered nationalism, neo-nomadism, and ethnic-based exclusivity in Kyrgyz, Kazakh and Uzbek nationalist discourses // Studia Orientalia Electronica. – 2019. – Vol. 7. – P. 66-81.
3. Chen Y., Mace R. Women work harder than men–our anthropological study reveals why // The Conversation, January. – 2023. – Vol. 9.
4. Dhanaraj S., Mahambare V. Family structure, education and women's employment in rural India // World Development. – 2019. – Vol. 115. – P. 17-29.
5. Ebenstein A. Patrilocality and missing women – 2014. – Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2422090 (accessed date: 05.03.2025).
6. Grönlund A., Halldén K., Magnusson C.A. Scandinavian success story? Women's labour market outcomes in Denmark, Finland, Norway and Sweden // Acta Sociologica. – 2017. – Vol. 60. – № 2. – P. 97-119.
7. Jayachandran S. Social norms as a barrier to women's employment in developing countries. – National Bureau of Economic Research, 2020. – №. w27449.
8. Junisbai A.K. Understanding economic justice attitudes in two countries: Kazakhstan and Kyrgyzstan // Social Forces. – 2010. – Vol. 88. – № 4. – P. 1677-1702.
9. Junisbai B., Junisbai A., Zhussupov B. Two countries, five years: Islam in Kazakhstan and Kyrgyzstan through the lens of public opinion surveys // Central Asian Affairs. – 2017. – Vol. 4. – № 1. – P. 1-25.

10. Kovaleva I., Taylor L. A model of why women work harder than men. – 2023. – Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/372698339_A_model_of_why_women_work_harder_than_men (accessed date: 05.03.2025).
11. Landmann A., Seitz H., Steiner S. Patrilocal residence and female labor supply: evidence from Kyrgyzstan // Demography. – 2018. – Vol. 55. – № 6. – P. 2181-2203.
12. Meseguer-Sánchez V., López-Martínez G., Molina-Moreno V., Jesús Belmonte L. The role of women in a family economy. A bibliometric analysis in contexts of poverty // Sustainability. – 2020. – Vol. 12. – №. 24. – P. 10328.
13. OECD. Enabling women's economic empowerment: New approaches to unpaid care work in developing countries. – Paris: OECD Publishing, 2019.
14. Okeyo A.P. Women in the household economy: Managing multiple roles // Studies in family planning. – 1979. – Vol. 10. – № 11/12. – P. 337-343.
15. Riggio H.R., Valenzuela A.M., Weiser D.A. Household responsibilities in the family of origin: Relations with self-efficacy in young adulthood // Personality and Individual differences. – 2010. – Vol. 48. – №. 5. – P. 568-573.
16. Sadykova T. et al. Globalization of culture in Kazakhstan and Kyrgyzstan: Ways of its manifestation // Croatian International Relations Review. – 2022. – Vol. 28. – № 91. – P. 147-161.
17. World Bank. Women's Economic Participation in Central Asia: Trends and Challenges. – Washington, D.C.: World Bank Publications, 2022.
18. Zadayev E. Leadership and Democratization in Kazakhstan and Kyrgyzstan: Comparative Analysis of Political Systems of Post-Soviet Countries // Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi. – 2024. – Vol. 10. – № 2. – P. 60-77.
19. Zunaidi A., Maghfiroh F.L. The role of women in improving the family economy // Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam. – 2021. – Vol. 8. – №. 1. – P. 61-79.

6. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ: ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ И ОБЩЕСТВО

Асрян Гретта Артуровна
канд. экон. наук, доцент,
Пятигорский институт (филиал)
ФГАОУ ВО Северо-Кавказский
федеральный университет,
РФ, г. Пятигорск

Буравлева Анна Сергеевна
студент,
Пятигорский институт (филиал)
ФГАОУ ВО Северо-Кавказский
федеральный университет,
РФ, г. Пятигорск

DIGITAL TRANSFORMATION: TECHNOLOGICAL INNOVATIONS AND THEIR IMPACT ON THE ECONOMY AND SOCIETY

Gretta Asryan
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
Pyatigorsk Institute (branch) North
Caucasus Federal University,
Russia, Pyatigorsk

Anna Buravleva
Student,
Pyatigorsk Institute (branch) North
Caucasus Federal University,
Russia, Pyatigorsk

Аннотация. Сегодня цифровая трансформация рассматривается как одна из преобразующих и глобальных процессов, действующих на экономическую, социальную, культурную и политическую сферы и формирующих мир будущего. Процесс цифровой трансформации, в котором мы живем, проявляется в распространении цифровых технологий практически во всех сферах жизни, что приводит к глубоким изменениям.

Abstract. Today, digital transformation is seen as one of the transformative and global processes affecting the economic, social, cultural and political spheres and shaping the world of the future. The process of digital transformation in which we live is manifested in the spread of digital technologies in almost all spheres of life, which leads to profound changes.

Ключевые слова: цифровая трансформация, технологические инновации, цифровые технологии, конкурентоспособность, экономика.

Keywords: digital transformation, technological innovation, digital technologies, competitiveness, economy.

Цифровая трансформация – это процесс использования технологий таким образом, чтобы они служили целям государственного и частного секторов, облегчения различных. Соответственно, цифровая трансформация подчеркивается как активный процесс, требующий не только разработки новых технологий, но и широкого внедрения рассматриваемых новых технологий различными слоями общества.

Цифровая трансформация в более широком смысле относится к процессу экономических и социальных изменений в результате достижений в области информационных и коммуникационных технологий. Тем не менее в международных дискуссиях и литературе особое внимание уделяется различным аспектам процесса цифровой трансформации, будь то вторая машинная эра, третья промышленная революция или четвертая промышленная революция, Индустрия 4.0. В частности, особое внимание уделяется скорости и масштабам изменений в этом процессе, а также потенциалу развития и массового распространения технологий, лежащих в основе цифровизации, для создания промышленных преобразований, которые повлияют на всю экономическую и социальную жизнь в степени, сопоставимой с последствиями промышленной революции.

Цифровая трансформация описывает всевозможные серьезные изменения, вызванные массовым внедрением цифровых технологий, которые генерируют, обрабатывают, обмениваются и передают информацию. Однако с цифровой трансформацией происходят изменения, связанные с применением цифровых технологий во всех сферах жизни. В этом контексте цифровизация определяет трансформацию всех

секторов экономики, государства и общества в зависимости от широкого внедрения новых и новых цифровых технологий [1]. Рассматриваемое определение явно включает всех участников цифровой трансформации и демонстрирует важность массового внедрения новых технологий в отношении изменений.

Однако цифровая трансформация также может быть выражена в форме работы, задачах и вопросах, связанных с работой, в зависимости от внедрения цифровых технологий в организации или на предприятии, или в виде изменений, произошедших в рабочей среде рассматриваемой организации или предприятия.

Одним из условий обеспечения и поддержания конкурентоспособности на сегодняшний день является эффективное использование широкого спектра передовых производственных технологий. В целом, большая часть доступной литературы рассматривает эти технологии как движущую силу для обеспечения конкурентного преимущества, повышения эффективности и скорости производства, а также для улучшения потребления энергии и сырья. Способность фирм внедрять и использовать цифровые технологии прямо или косвенно создает конкурентное преимущество, и в этом смысле цифровая трансформация становится элементом, следует рассматривать как определяющий фактор конкурентоспособности [4]. В этом контексте цифровая трансформация относится к внедрению цифровых технологий с целью достижения конкурентоспособности и продолжения процесса накопления, и, соответственно, к радикальным изменениям, возникающим в результате трансформации производства и экономической и социальной структуры.

В основе современных технологических изменений лежит производство и использование цифровых логических схем, а также таких технологий, как компьютеры, сети Интернет и смартфоны. Другими словами, в качестве важного источника современных изменений, происходящих в экономической и социальной сферах, можно назвать, по сути, Интернет, мобильный телефон и все другие инструменты, которые собирают, хранят, анализируют и обмениваются информацией в цифровом виде.

Компьютерные технологии (компьютеры / ноутбуки, беспроводные устройства / планшеты), телекоммуникационные сети (мобильные или фиксированные широкополосные сети), разработка программного обеспечения (операционные системы, машинное обучение и искусственный интеллект) и побочный эффект от внедрения указанных технологий (общие платформы для разработки приложений, электронное представление государственных услуг, электронная коммерция, доступность онлайн-информации в социальных сетях, форумах, блогах и порталах) имеют важное значение для процесса оцифровки.

Компьютерные, телекоммуникационные и микроэлектронные технологии – это технологии, которые предлагают радикальные инновации в области сбора, обработки, хранения, вызова и передачи информации, когда это необходимо. В то время как технологические системы для производственного процесса, которые привели к первой и второй промышленным революциям, были основаны на энергии, вместе с упомянутыми технологиями системы теперь стали эксплуатироваться не только на энергии, но и, в частности, на знаниях. В этом смысле кажется, что знания имеют столь же широкое влияние, как и энергия, и приобретают «экономическую ценность» в результате выдающихся достижений, достигнутых в области технологий. Однако достижения в области электронных технологий оказали влияние на способ передачи информации, а также на инструменты, обеспечивающие передачу информации. Компьютеры стали инструментами, используемыми для сбора и обработки информации, а также для ее передачи, и благодаря связи между компьютерами обеспечивается трансграничный поток данных. Однако с развитием и распространением Интернета и мобильных технологий начался процесс, при котором не только компьютеры, но и все люди, объекты, учреждения и предприятия могут быть связаны друг с другом, каждое устройство и процесс генерируют данные, достигается интеграция всех производственных процессов, от закупок до производства, от проектирования до обслуживания клиентов, а инновации в продуктах и процессах развиваются с невероятной скоростью.

Тот факт, что Интернет, облегчающий доступ и обмен информацией, стал общедоступным. Использование и значительное увеличение числа пользователей Интернета позволили установить гораздо больше подключений, чем в прошлом, и привели к увеличению производства и потребления информации во всем мире.

Основными элементами современной цифровой трансформации являются:

1. Большие данные (англ. big data) – совокупность или общая сумма личных, деловых, географических и связанных с поведением человека данных, содержащихся в цифровых сетях, таких как системы, которые сообщают пользователю о его местонахождении в транспортных средствах и других местах через Интернет, мобильный телефон, компьютер и спутник. Характеристики больших данных выражаются в виде объема (количества), скорости и разнообразия данных, называемых 3V (volume, velocity, variety). Благодаря этим функциям, которыми он обладает, благодаря большим данным в процессе цифрового преобразования можно за очень короткое время огромное количество информации, состоящей из совершенно разных данных, и ожидается, что это

развитие откроет беспрецедентные возможности в самых разных областях. Например, большие данные позволяют предвидеть поведение потребителя, водителя, продавца или сотрудника, позволяя им действовать в соответствии с необходимыми условиями.

2. Киберфизические системы – это системы, которые в широком смысле определяют инженерные приложения следующего поколения, объединяют вычислительные, коммуникационные и физические процессы. Киберфизические системы соединяют виртуальное и физическое пространства и значительно изменяют способ взаимодействия людей с физическим миром. Киберфизические системы в целом можно выразить как системы, которые делают машины и оборудование интеллектуальными за счет оснащения их передовыми технологическими элементами, могут предлагать решения для различных и изменяющихся ситуаций, а также могут автономно реализовывать указанные решения.

3. Системы облачных вычислений. Хранение больших объемов данных в виртуальных местах подразумевает облачное хранилище, а параллельное использование аппаратной инфраструктуры, которая может быть географически удаленной, относится к облачным вычислениям [2]. Облачные вычисления позволяют хранить приложения, программы или данные на виртуальном сервере и легко доступны через устройства в любой среде, которая может быть подключена к Интернету. Облачные вычисления определяются как архитектура компьютерных систем, и благодаря этой технологии сеть удаленных серверов, подключенных через Интернет, выполняет операции по размещению, управлению и обработке данных. Другими словами, облачные технологии позволяют совместно использовать инфраструктуру хостинга и получать доступ к ресурсам

4. Интеллектуальные роботы – это машины, которые могут быть запрограммированы компьютером и способны автоматически выполнять множество сложных действий. Благодаря встроенному информационно-коммуникационному оборудованию и программному обеспечению, которые роботы имеют в своем распоряжении, они могут демонстрировать приложения искусственного интеллекта (автономность принятия и принятия решений) и общаться с внешним миром. Например, тип робота, называемый автономным роботом, может самостоятельно принимать решения и предпринимать действия в процессе производства без какого-либо вмешательства оператора. В зависимости от разнообразия и глубины свойств, которыми они обладают, они также классифицируются как автономные и полуавтономные. С этой точки зрения роботы считаются интеллектуальными и связанными (способными к общению) машинами с имеющимися у них характеристиками.

Однако машины, которые подпадают под категорию роботов, могут быть промышленными роботами, медицинскими операционными роботами, микроскопическими нанороботами, роями роботов, коллективно программируются и вступают в действие в зависимости от областей.

5. Искусственный интеллект – это технологии, которые обладают способностью к самообучению и выполняют задачи, требующие человеческого интеллекта, делая собственные выводы из того, что они изучают. Благодаря рассматриваемым технологиям многие системы, транспортные средства или машины могут работать автономно. Алгоритмы машинного обучения, лежащие в основе приложений искусственного интеллекта, позволяют компьютерам принимать решения, используя опыт, накопленный до сих пор, в ситуациях, с которыми они раньше не сталкивались, например, с людьми.

6. Трехмерные (3D) принтеры – это машины, которые могут преобразовывать компьютерные данные, подготовленные в трех измерениях, в трехмерные физические объекты и благодаря этой функции занимают важное место в производственной деятельности. В настоящее время трехмерные принтеры все чаще используются в процессе производства из-за снижения цен на принтеры и материалы, а также повышения качества производимых объектов.

7. Моделирование.

Таким образом, цифровизация набирающая сегодня обороты, цифровые технологии, в основе которых лежат компьютерное оборудование, программное обеспечение и сети, становятся все более продвинутыми и интегрированными, трансформируя мировую экономику и общества [3]. Темпы, масштабы и влияние технологических инноваций, лежащих в основе цифровой трансформации, могут привести к значительным преобразованиям существующих экономических и социальных систем, регулирующих нашу жизнь. Преобразующая сила крупных технологических инноваций, таких как искусственный интеллект, робототехника, облачные вычисления, трехмерные принтеры, цифровые платформы и алгоритмы, признана показателем того, что в истории человечества наступает новый период развития. В этом контексте эпоха цифровых технологий характеризуется в одном аспекте значительными социально-экономическими преобразованиями, аналогичными тем, которые произошли на предыдущих этапах промышленной революции. С этой точки зрения ясно, что влияние цифровых преобразований с точки зрения экономических и социальных изменений будет сопоставимо с предыдущими волнами инноваций, как это было в прошлом в процессе механизации и внедрения электрической энергии.

Список литературы:

1. Елохина, Э.Э. Цифровизация современного социума: достоинства и угрозы / Э.Э. Елохина. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2023. – № 24 (471). – С. 187-189. – URL: <https://moluch.ru/archive/471/104131/> (дата обращения: 20.02.2025).
2. Маркова, В.Д. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 186 с. – (Высшее образование). – DOI 10.12737/textbook_5a97ed07408159.98683294. – ISBN 978-5-16-019134-8. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082732> (дата обращения: 20.02.2025).
3. Старков, А.Н. Цифровая экономика : учебное пособие / А.Н. Старков, Е.В. Сторожева. – Москва : Флинта, 2023. – 82 с. – ISBN 978-5-9765-3697-5. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/2091330> (дата обращения: 20.02.2025).
4. Шаронина, Л.В. Макроэкономика : учебное пособие : в 2 частях / Л.В. Шаронина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2023. – Часть 2. – 100 с. : ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499017> (дата обращения: 20.02.2025).– Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9969-0. – DOI 10.23681/499017. – Текст : электронный.

CONFERENCE PAPERS IN ENGLISH

1. GLOBAL ECONOMY

ASSESSMENT OF THE INNOVATION POTENTIAL OF THE CENTRAL ASIAN COUNTRIES AND THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Dana Akylbekova

*Master's student,
Al-Farabi Kazakh National University,
Almaty, Kazakhstan*

Abstract. This article comparatively analyzes the innovative potential of the countries of Central Asia and the Republic of Kazakhstan. In particular, the main leading principles of the economic system that contribute to the economic development of the countries of the Central Asian region, including Kazakhstan, are considered: Kyrgyzstan, Tajikistan, Turkmenistan, Uzbekistan. An overview of the main steps in diversifying the economies of these countries will be conducted, the main approaches to attracting investments and improving the quality of life of citizens will be analyzed.

Today, the innovation system is one of the most pressing problems. Analyzing the current state of the innovation system in Central Asia and determining the main directions for assessing the potential of innovative development in the region, it can be concluded that Kazakhstan is a country with high economic activity and innovative potential, ahead of the development trajectory of the Central Asian countries

Keywords: innovation potential, strategy, economic activity, development trajectory, digitalization.

Introduction. Innovation plays a key role in the pursuit of economic progress and sustainable development of Central Asian countries, including the Republic of Kazakhstan. Rich in resources and cultural heritage, this region is becoming more and more attractive to investors and innovators. The innovative potential of these countries is determined by their unique

geographical and economic characteristics, as well as strategies aimed at stimulating the development of high technology and scientific research sectors. Despite its potential, Central Asia faces a number of difficulties in developing its innovative system. However, thanks to the active support of public and private initiatives, as well as international cooperation, the region has the opportunity to become the main center of innovation, attracting the attention of investors and entrepreneurs from all over the world. In this article, we will consider the current state of innovation potential in Central Asia, assess its potential and discuss the development prospects, identifying the main factors contributing to the emergence of this region as a center for innovation on a global scale.

Literature review. Thanks to the works of foreign scientists studying the innovation system, the theoretical basis of this area was formed. Among them are M.M. Barbary, A.R. Tawfiq, C.V. Nguyen, J.G. Ingersoll, J.F. Moore, D.J. Isenberg, B. There is Cohen. A review of this literature highlights various definitions of innovative potential. For example, Moore viewed innovation systems as clusters of interacting entities such as firms, research parks, universities, and government that coexist and develop [1]. Isenberg gave a theoretical basis for innovation potential by suggesting that resource configuration increases service productivity beyond the factors of production that affect economic results [2]. Cohen subsequently theorizes as interrelated entities of a particular geography focused on Sustainable Development [3]. One of the main sources of information on the state of the innovation system in Central Asia is the work of T. Narbayev and Sh. Amirkelkova "innovative potential of Central Asia: problems and prospects". In this article, the authors analyze the current state of the innovation sector in the countries of Central Asia, discuss the main obstacles to its development and suggest ways to overcome them [4].

Discussion and results. The socio-economic development of each country always requires meeting the needs of travel, promoting trade and commodity exchange, tourism and investment, as well as economic development [5]. The main guiding principle of any economic system should be [6]. Central Asian countries are striving to diversify their economies, attract investment from developed states, and improve the standard of living of their population. For the effective implementation of such a goal, it is necessary to be able to correctly direct national finances to a market system with sustainable development.

There are also international organizations interested in the development of the innovative potential of Central Asia. One of them is the United Nations. The organization believes that in order to increase the sustainable economic growth and competitiveness of seven Central Asian countries (Azerbaijan,

Afghanistan, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Turkmenistan and Uzbekistan), a systematic experiment with innovation or new ideas is necessary. These projects are aimed at achieving sustainable development in accordance with the UN Agenda for the period up to 2030. The Sustainable Development Goals are prioritizing innovation to ensure the transition to a knowledge-based economy and as a tool to address national economic and social challenges, including poverty reduction and access to basic infrastructure and services, and the transition to circular economy principles [7].

Another factor that directly affects the innovative potential of the countries of Central Asia and the Republic of Kazakhstan is the issue of digitalization. According to international experts, Kazakhstan's innovative system can serve as an example for the countries of Central Asia. It was announced at the regular meeting of the Asian Development Bank in Almaty. It assumes the formation of a powerful foundation for Higher Education, Science, Technology and innovation [8].

According to the Global Innovation Index 2023, Kazakhstan ranks 3rd in terms of innovation in the countries of Central and South Asia-after India and Iran. Such a rating was published by the World Intellectual Property Organization (WIPO).

According to the govttech15 (GTMI) Maturity Index developed by the World Bank to assess the level of digitalization of Public Administration in Central Asian countries, Kazakhstan, Kyrgyzstan and Uzbekistan pay significant attention to state Technologies (category «B»). However, Turkmenistan is the only country in the region with the lowest level of Public Sector Modernization (category «D») [9]. Given the likelihood of such unforeseen events, it is very important to identify their patterns and develop active measures to ensure that countries are ready to respond to events related to them [10].

To compare the level of innovative development of different countries, it is customary to use the study of the INSEAD International Business School, which since 2007 publishes an annual rating of countries based on various innovation indicators. The so-called "Global Innovation Index" is calculated on the basis of two groups of indicators [11].

In order to observe the level of innovation potential of Central Asian countries in innovative development, as well as pay attention to the features of creating their national innovation potential, let us turn to the above-mentioned rating at the end of 2023.

Table 1.**Global Innovation Index 2023**

Place in the ranking	State	Index
1	Switzerland	67,6
2	Sweden	64,2
3	US	63,5
4	UK	62,4
5	Singapore	61,5
81	Kazakhstan	26,7
82	Uzbekistan	26,2
106	Kyrgyzstan	20,2
111	Tajikistan	18,3

Warning. Compiled by the author on the basis of a source of analysis of indicators of innovation ecosystems of world leadership countries [12]

As can be seen from the above table, the countries of Central Asia, including Kazakhstan, took the 81st place, Uzbekistan-the 82nd place, Kyrgyzstan-the 106th place, Tajikistan-the 111th place. In addition, the World Intellectual Property Organization (WIPO) suggested that according to 2023 data, Kazakhstan is among the three leaders in the development of innovation in Central and South Asia [13].

Having studied the main features of the innovative potential of the Central Asian states, it is possible to conduct a comparative analysis of them for a number of important indicators.

Table 2.**Comparative analysis of innovative systems**

Indications	Kazakhstan	Uzbekistan	Kyrgyzstan	Turkmenistan	Tajikistan
Population in the state, million.man	20 053 665	36 800 000	6 813 306	6 577 801	10 284 246
Gross domestic product (GDP), billion. dollar	104 560,6	86,1	41,2	58,52	54,2
Costs in relation to gross domestic product	0,13%	0,13%	0,08%	0,03%	0,09%
Education spending as a percentage of GDP	21%	20,5%	16,5%	28%	19,9%

Indications	Kazakhstan	Uzbekistan	Kyrgyzstan	Turkmenistan	Tajikistan
Number of enterprises, units	1 657 570	477 000	51762,7	205 054	29 700
Number of patents issued per 1 billion GDP, units	651	298	39	68	
Warning. Compiled by the author based on sources from the World Intellectual Property Organization (WIPO) [14]					

Based on the above indicators, the data of the five Central Asian countries for 2023 are shown. The leading country in terms of population is Uzbekistan, although Kazakhstan ranks first in terms of gross domestic product (GDP). If we pay attention to costs in relation to GDP, the minimum amount of losses is allocated to Turkmenistan, in turn, special attention is paid to the field of Science and research. For example, at the competition of scientific work among the youth of Turkmenistan in 2023, 1 thousand 362 people presented their developments, of which 67 young scientists won prizes [15]. Although costs were low, overall education costs accounted for 28% of GDP. In terms of the number of enterprises and the number of patents, Kazakhstan is also at the forefront.

Conclusion. The assessment of the innovation potential in Central Asia shows that there are a number of key factors contributing to its development. First of all, the strategic location of the region provides access to the markets of Eastern Europe, China, Russia, the Middle East and South Asia, which creates favorable conditions for International Cooperation and integration into global innovation chains. Secondly, the presence of qualified personnel, especially in the field of information technology, will become the basis for the development of technological startups and innovative projects. In addition, state support, investments in education and infrastructure, as well as active initiatives to create innovation clusters and technoparks contribute to the creation of favorable conditions for entrepreneurship and innovation.

References:

1. Moore, J.F., 2017. Predators and prey: a new ecology of competition. Harv. Bus. Rev. 71 (3), 75–86
2. Isenberg, D.J., 2010. How to start an entrepreneurial revolution. Harv. Bus. Rev. 88 (6), 40–50.
3. Cohen, B., 2018. Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. Bus. Strat. Environ. 15 (1), 1–14

4. Narbaev T, Amirbekova D. Research Productivity in Emerging Economies: Empirical Evidence from Kazakhstan. 2021; 9(4):51. Стр. 19. (Basel, Switzerland) Процентиль Scopus CiteScore – 79%, Scopus квартиль (Q1) <https://doi.org/10.3390/publications9040051>
5. Nguyen C.V. Air Transport Resilience, Tourism and Its Impact on Economic Growth. *Economies*. 2024; 12(9):236. <https://doi.org/10.3390/economics12090236>
6. Ingersoll JG. Inequality in the Distribution of Wealth and Income as a Natural Consequence of the Equal Opportunity of All Members in the Economic System Represented by a Scale-Free Network. *Economies*. 2024; 12(9):232. <https://doi.org/10.3390/economics12090232>
7. UNECE, 2023. United nations economic commission for Europe New Innovation Policy for transition economies in the SPECA subregion UNECE Policy Handbook. ISBN: 978-9-2100-2963-6. <https://unece.org/sites/default/files/2024-01/NIPTE-SPECA-2023-EN-WEB%20SIGNED.pdf>
8. 24kz TV channel. Elimizdін innovasialyq jüesi Orta Azia elderine ülgі bolmaq [Kazakhstan's innovation system will serve as an example for Central Asian countries]. https://www.youtube.com/watch?v=m2A8g_44VTg
9. Farrukh Khakimov. The overview of national digitalization strategies of Central Asian states: challenges and opportunities for development. https://cabar.asia/wp-content/uploads/2022/10/Policy-Brief_Digitalization_en.pdf
10. Vasin SM, Timokhina DM. Specific Effect of Innovation Factors on Socioeconomic Development of Countries in View of the Global Crisis. *Economies*. 2024; 12(8):190. <https://doi.org/10.3390/economics12080190>
11. Muhamedov Rustam. Digital Transformations in Central Asia: Current State and New Perspectives. 16 October 2021, Bishkek. URL: <https://osce-academy.net/upload/file/2.pdf>
12. Kulishova A.V., Antokhin Yu.N. «Analiz pokazatelei innovasionnyh ekosistem stran mirovogo liderstva» [Analysis of indicators of innovative ecosystems of world-leading countries] // Университет ИТМО, 2019 No.2. URL: <https://books.ifmo.ru/file/pdf/2846.pdf>
13. Soumitra Dutta, Bruno Lanvin, Lorena Rivera León and Sacha Wunsch-Vincent. Global Innovation Index 2023 Innovation in the face of uncertainty. WIPO Publication No. 2000EN/23. URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-en-main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf>
14. Gulnara Doroshkevich. Kazahstan voşel v top-3 indeksa innovasi v Sentralnoi i Iujnoi Azii [Kazakhstan entered the top 3 of the innovation index in Central and South Asia]. 31.10.2023. <https://digitalbusiness.kz/2023-10-31/kazahstan-voshel-v-top-3-indeksa-innovatsiy-v-sentralnoy-i-yuzhnay-azii/>
15. UNESCO. Displaying 0-0 of 0 results for «In 2023, at the competition of scientific work among the youth of Turkmenistan, 1 thousand 362 people presented their development». [Electronic resource]. URL: <https://uis.unesco.org>

НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам ХСII международной
научно-практической конференции*

№ 3 (92)
Март 2025 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 17.03.25. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 6,875. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: economy@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 1



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru