



Свидетельство о регистрации средств массовой информации
ПИ № ФС77-59046
от 18 августа 2014 г.

Эл. № ФС77-623919
от 3 июля 2015 г.

Альманах «Крым»

№ 27

Учредитель: Фонд поддержки межнациональной культуры и общественных международных отношений

Входит в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ от 25.12.2021 (№ 147).

ISSN 2658-7793

4 выпуска в год.

Сайт: <http://etnosocium.ru/almanakh-krym>

Языки: русский, английский.

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka.

Москва 2021

Цели и тематика

Создавая наш альманах, мы объединяем усилия, мысли, чувства тех, кто воспринимает Крым не только с точки зрения опыта прошлых поколений, но и как место, где предстоит еще много и много работать, трудиться, сотрудничать людям разных культур, разных этноконфессиональных ориентиров, людям разных поколений, размышляющих об экономических и политических судьбах полуострова.

Альманах «Крым» является международным журналом как по составу редакционной коллегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Журнал предназначен для публикаций научных статей являющимися результатом фундаментальных и прикладных научных исследований российских и зарубежных ученых, обзорных научных материалов, научных сообщений, тематических библиографических обзоров. В журнале могут быть опубликованы материалы, научная ценность которых и пригодность для публикации оценена редакционным советом журнала.

В состав редакционного совета входят специалисты внесшие значительный вклад в развитие науки. Все участники редакционного совета имеют ученые степени.

Все научные статьи, поступившие в редакцию журнала, проходят двойное слепое рецензирование.

Редакционный совет журнала приглашает к сотрудничеству специалистов специальностей:

- Экономика. Экономические науки;
- Политика. Политические науки;
- Комплексное изучение отдельных стран и регионов.

для подготовки специальных тематических выпусков.

Электронный адрес: izdanie-k@list.ru.

Правила оформления статей, архив и дополнительная информация размещены на сайте: <http://etnosocium.ru/almanakh-krym>.

Специальности:

08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством

08.00.08 Финансы, денежное обращение и кредит

08.00.14 Мировая экономика

Оригинал-макет подготовлен Фондом поддержки межнациональной культуры и общественных международных отношений.

105066, Москва, Спартаковская ул., д. 19, стр. 3.

Тел.: +7 (495) 708-3000

Зам. главного редактора **Чапкин С.В.**

Корректор **Белоусова Е.А.**

Верстка и дизайн **Брик Т.А.**

Бумага офсетная №1.

Гарнитура Minion Pro

Формат 60x90/16.

Тираж 1000 экз. Усл. п.л. 6,25



Certificate of registration of mass media
ПИ № ФС77-59046
Founded in August 18, 2014

Эл. № ФС77-62319
Founded in July 3, 2015

Альманах «CRIMEA»
№ 27

Founder: The fund for the support of inter-ethnic culture and public and international relations

The journal is included in the list of HAC. 12/25/2021 (№ 147).

ISSN 2658-7793

4 issues per year

Site: <http://etnosocium.ru/almanakh-krym>

Languages: Russian, English.

The journal's materials are placed on Russian Scientific Electronic Library, Electronic Journals Library (Cyberleninka).

Moscow 2021

Aims and Scope

Creating our almanac, we wanted to unite the efforts, thoughts, feelings of those who perceive the Crimea not only from the point of view of historical experience of past generations, but also as a place where there is still a lot and a lot to work, to work for people of different cultures, different ethno-confessional orientations, people of different generations, reflecting on the political fate of the peninsula.

Almanac "CRIMEA" is international both in terms of the editorial structure and expert board and authors and subjects of publications.

The journal is intended to publish results of the fundamental and applied scientific researches of the Russian and foreign scientists in the form of scientific articles. review scientific material, bibliographical reviews on specific topics of scientific researches. The journal may publish the materials with the scientific value and suitability for publication valued by the journal editorial board.

The composition of the Editorial Board consists specialists who made a significant contribution to the development of science. All members of the Editorial Board have academic degrees.

An bilateral anonymous ("blind") peer review method is mandatory for processing of all scientific manuscripts submitted to the editorial staff of Almanac "CRIMEA". This implies that neither the reviewer is aware of the authorship of the manuscript, nor the author maintains any contact with the reviewer.

The editorial board of the journal invites for cooperation the professionals engaged in such spheres as:

- Economy. Economic sciences;
 - Politics. Political science;
 - Comprehensive study of individual countries and regions;
- for thematic issue initiatives with guest editors.

E-mail: izdanie-k@list.ru.

Further information regarding notes for contributors, subscription, and back volumes is available at: <http://etnosocium.ru/almanakh-krym>.

Specialties:

08.00.05 Economics and Management of National Economy

08.00.08 Finance, money circulation and credit

08.00.14 World Economy

The fund for the support of inter-ethnic culture and public and international relations.

Address of the Editorial Board:

19-3. Spartakovskaya str., 105066, Moscow, Russia.

Ph. +7 (495) 708-3000

Deputy. Chief Editor **Chapkin S.V.**

Corrector **Belousova E.A.**

Layout **Brik T.A.**

Offset paper №1.

Size 60x90/16.

Printing run 100 copies. Open price.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Главный редактор:

Рябова Е.И., кандидат политических наук, с 2013 года руководит научно-политическим проектом «Альманах «Крым» издательского центра «ЭТНОСОЦИУМ», разработчик и преподаватель курсов повышения квалификации для государственных гражданских служащих в г. Севастополе. Практикующий юрист, специалист по трудовым и служебным спорам.

Заместитель главного редактора:

Халимбеков Х.З., доктор экономических наук, профессор, международный эксперт.

Кондрашихин А.Б., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и менеджмента, Институт экономики и права (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений» в г. Севастополе.

Ученый совет:

Абрамов В.Л., доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник Института исследований международных экономических исследований Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Болотских Е.Г., почетный член Российской Академии Художеств, Заслуженный художник Российской Федерации, Член Российского Союза Художников, Московского Союза Художников, Творческого Союза Художников России, Международного Художественного Фонда, Профессор Кафедры дизайна РГСАИ.

Водолацкий В.П., доктор социологических наук, депутат Государственной Думы Российской Федерации, Верховный Атаман Союза Казаков-Воинов России и Зарубежья, Казачий генерал.

Дорина Е.Б., доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Национальной экономики и государственного управления, Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Республика Беларусь.

Кантаева О.В., доктор экономических наук, аттестованный аудитор РФ, Генеральный директор ООО «Аудиторская фирма «ЛЮДМИЛА».

Ларина Т.В., кандидат экономических наук, заместитель начальника управления - начальник отдела Департамента экономического развития города Севастополя.

Мартынкин А.В., кандидат исторических наук, директор Центра политических и этноконфессиональных исследований при Филиале МГУ в г. Севастополе, и.о. заместителя декана историко-филологического фа-

культета, доцент кафедры истории и международных отношений Филиала МГУ в г. Севастополе.

Михайленко А.Н., доктор политических наук, профессор, государственный советник Российской Федерации 3 класса.

Мурашко С.Ф., профессор, доцент. Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, Профессор кафедры русского и иностранных языков, Московская академия Следственного комитета Российской Федерации.

Наумова Г.Р., доктор исторических наук, профессор МГУ имени М.В. Ломоносова.

Стаськов Н.В., доктор политических наук, эксперт.

Терновая Л.О., доктор исторических наук, профессор МАДИ (Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет).

Тумакова С.В., доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры Экономики и менеджмента, Институт экономики и права (филиал) ОУП ВО «АТиСО» в г. Севастополе.

Фотина Л.В., доктор экономических наук, профессор Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Хонали Курбонзода, доктор исторических наук. Профессор, ректор Государственного учреждения «Республиканский Институт Повышения Квалификации и Преподготовки Работников Сферы Образования», Таджикистан. Республиканский Институт Повышения Квалификации и Преподготовки Работников Сферы Образования.

Янускина В.В., кандидат юридических наук, старший преподаватель кафедры правообразования и практической юриспруденции Института общественных наук Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Международный блок:

Инь Жуюй, КНР, Дальневосточный Федеральный Университет.

Сорвилов Б.В., доктор экономических наук, профессор, зав. кафедры Экономической теории и мировой экономики Гомельского государственного университета имени Франциска Скорины.

Вань Хайянь, кандидат экономических наук. Старший научный сотрудник, Заместитель заведующего Центра по изучению ЦА, Центр по изучению России, Институт международных отношений и регионального развития и Институт по изучению ШОС Восточно-китайского педагогического университета.

EDITORIAL COUNCIL

Chief Editor:

Ryabova E.I., Candidate of Political Sciences, head of the scientific and political project “Almanac Crimea” of the publishing center “Etnosocium”, developer and teacher of advanced training courses for civil servants in the city of Sevastopol. Practicing lawyer, specialist in labor and service disputes.

Deputy Chief Editor:

Halimbekov Kh.Z., Doctor of Economics, professor, international expert.

Kondrashihin A.B., Doctor of Economics, Professor, Department of Economics and Management, Institute of Economics and Law (Branch) “Academy of Labour and Social Relations” in Sevastopol.

Academic Council:

Abramov V.L., Doctor of Economic Sciences, Professor. Chief Researcher of the Russian Federation Government Institute for International Economic Research of the Financial University.

Bolotskih E.G., Honored Member of the Russian Academy of Arts, Honored Artist of the Russian Federation, Member of the Russian Union of Artists, the Moscow Union of Artists, the Creative Union of Artists of Russia, the International Art Foundation, Professor of the Design Department of the Russian State University of Art and Design.

Dorina E.B., Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of National Economy and Public Administration, Belarusian State Economic University, Minsk, Republic of Belarus.

Fotina L.V., Doctor of Economic Sciences, Professor of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration.

Honali Kurbonzoda, Doctor of Historical Sciences. Professor, Rector of the “National Institute of professional development and training of educators”, Tajikistan.

Kantaeva O.V., Doctor of Economic Sciences, Certified Auditor of the Russian Federation, General Director of “Lyudmila” Audit firm.

Larina T.V., Candidate of Economic Sciences, Deputy Head of the economic development department in Sevastopol.

Martinkin A.V., Candidate of Historical Sciences, Director of the Center for Political and Ethnic Confessional Studies at the Moscow State University

in Sevastopol, Deputy Dean of the Faculty of History and Philology, Associate Professor of the Department of History and International Relations of the Moscow State University in Sevastopol.

Mikhaylenko A.N., Doctor of Political Sciences, Professor, State Counselor of the Russian Federation of the 3rd class.

Murashko S.F., Professor. Honored Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation, Professor of the Department of Russian and Foreign Languages, Moscow Academy of the Investigative Committee of the Russian Federation.

Naumova G.R., Doctor of Historical Sciences, Professor, Lomonosov Moscow State University.

Stas'kov N.V., Doctor of Political Sciences, Expert.

Ternovaya L.O., Doctor of Historical Sciences, Professor MADI (The Moscow Automobile and Road Construction University).

Vodolackiy V.P., Doctor of Social Sciences, Deputy of the State Duma of the Russian Federation, Supreme Ataman of the Union of Cossacks of Russia and abroad Warriors, Cossack General.

Yanuskina V.V., Candidate of Law, Lecturer of the department of jurisprudence and practical jurisprudence, Institute of Social Sciences of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration.

Tumakova S.V., Doctor of Economic Sciences, Professor, Senior lecturer, Department of Economics and Management, Institute of Economics and Law in Sevastopol.

International block:

In Jui, People's Republic of China, Far Eastern Federal University.

Sorvirov B.V., Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Economic Theory and World Economy of Francis Skaryna Gomel State University.

Wang Haiyan, Candidate of Economic Sciences. Senior Researcher, Deputy Head of the Center for Central Asian Studies, Center for Russian Studies, Institute of International Relations and Regional Development and the Institute for the Study of the SCO East China Pedagogical University.

Содержание

Крым в мировой экономике и геополитике

<i>Вашаломидзе Е.В.</i> Государственное управление как фактор общественного развития.....	11
<i>Вольская Т.Е.</i> Навыки будущего и будущее навыков: трансформация компетенций в условиях четвертой промышленной революции.....	19
<i>Зотова С.А.</i> Кадровое обеспечение цифровой экономики.....	27

Экономика и право

<i>Кривцов А.И.</i> Неформальная занятость и обеспечение соблюдения трудовых прав: теоретический аспект.....	33
<i>Мишина О.Ю., Огурцова Н.С.</i> Конструирование и управление персональным брендом: социально-технологический аспект.....	41
<i>Тишутин А.А., Одинцова О.В.</i> Психологическое самочувствие заёмщика в кризисных условиях.....	47

Экономика туризма. Финансы и денежное обращение

<i>Губачев Н.Н., Титов В.Н.</i> Политика управления государственным долгом.....	54
<i>Усик С.П.</i> Эффективность рекламных кампаний в интернете: подходы к оценке результативности.....	61

Экономика образования

<i>Горский А.А.</i> Волонтерство как профессиональная деятельность....	68
<i>Трофимова Н.Н.</i> Цифровая грамотность и цифровые навыки в контексте трансформации системы образования.....	78

<i>Аннотации</i>	87
<i>Авторы</i>	99

Content

Crimea in the world economy and geopolitics

<i>Vashalomidze E.V.</i> Public administration as a factor of social development.....	11
<i>Volskaya T.E.</i> Skills of the future and the future of skills: transformation of competencies in the context of the fourth industrial revolution.....	19
<i>Zotova S.A.</i> Staffing of the digital economy.....	27

Economics and Law

<i>Krivtsov A.I.</i> Informal employment and enforcement of labor rights: theoretical aspect.....	33
<i>Mishina O.O., Ogurtsova N.S.</i> Personal brand design and management: socio-technological aspect.....	41
<i>Tishutin A.A., Odintsovo O.V.</i> Psychological well-being of the borrower in crisis conditions.....	47

Tourism Economics. Finance and money circulation

<i>Gubachev N.N., Titov V.N.</i> Public debt management policy.....	54
<i>Usik S.P.</i> The effectiveness of advertising campaigns on the Internet: approaches to assessing the effectiveness.....	61

Economics of education

<i>Gorsky A.A.</i> Volunteering as a professional activity.....	68
<i>Trofimova N.N.</i> Digital literacy and digital skills in the context of education system transformation.....	78
<i>Abstracts</i>	94
<i>Authors</i>	100

Вашаломидзе Е.В.

*Кандидат экономических наук,
Директор Центра подготовки научных кадров ФГБУ Всероссийский
научно-исследовательский институт труда Минтруда России.*

**Государственное управление
как фактор общественного развития****Введение.**

На современном этапе развития общественных отношений интерес к потенциалу государственного управления стремительно возрастает. В большей степени это объясняется тем фактом, что государство по-прежнему остается единственным институтом, способным обеспечить непрерывное и безопасное развитие общества. С точки зрения управленческой науки аппарат государственного управления выступает как наиболее эффективная социально-политическая организация, обеспечивающая упорядоченность общественных отношений с помощью правовых средств. Общественный и правовой порядок, которые достигаются и поддерживаются при помощи государственного управления, выступают необходимым условием для общественного прогресса и развития личности человека.

Социальное назначение и управленческий потенциал государственного управления находятся под пристальным вниманием политических деятелей и общественных масс, вызывая острые научные дискуссии и политические споры. Значительно возросший социальный спрос на качественное государственное управление и необходимость оценки эффективности труда аппарата государственной власти приобретают глобальный характер. Сложно найти место на земном шаре, где отсутствует государство и его управленческое воздействие. Даже в так называемых слабых, развивающихся странах присутствует государственное управление, иногда осуществляемое извне [1].

Цель настоящей работы заключается в рассмотрении функций государственного управления как фактора общественного развития.

Материалы и методы.

Исследование проведено на основе данных опроса городского и сельского населения объёмом 1601 человек в возрасте от 18 лет и

старше в 137 населенных пунктах, проведенного методом личного интервью Левада-центром в период с 20 по 26 августа 2020 года[2].

Результаты.

Процессы планетарного масштаба, происходящие в настоящее время в обществе, подчеркивают уникальность и универсальность государства и открывают перспективы развития российского общества под влиянием современных тенденций в секторе государственного управления. Эпоха глобальной неустойчивости заставляет переосмыслить его сущностные свойства, прежде всего управленческие, поскольку именно они напрямую связаны с обеспечением национальной безопасности и правопорядка.

Государственное управление имеет следующие структурные компоненты:

Субъект государственного управления – государство в целом, либо его различные органы, наделенные государственно-властными полномочиями;

Объект государственного управления – общество в целом, либо его отдельные социальные группы и организации, конкретные индивиды;

Процесс управляющего воздействия субъекта государственного управления на его объект – целенаправленное воздействие государства на общество, ориентированное на реализацию целей государственного управления;

Цель управляющего воздействия – представляет собой видение конечных результатов управляющего воздействия государства на общество, сформулированное государственным аппаратом. Это желаемое состояние управляемого объекта, на достижение коего направлены управленческие усилия.

Рассматривая цель государственного управления, необходимо отметить, что она представляет собой субъективное отражение объективной реальности со стороны властных структур конкретного государства, что приводит к возможности выдвижения мнимых целей государственного управления, которые на практике не стремятся достигать. Также это может приводить к формулированию правящей элитой таких целей управления, которые были бы отличны от целей, провозглашаемых различными концепциями, оценивающими эффективность государственного управления.

В этой связи может возникнуть ситуация, когда государство будет успешно достигать тех целей, которые не входят в комплекс целей концепции, оценивающей эффективность государственного

управления. Это приведет к тому, что эффективность государственного управления с точки зрения данной концепции будет падать, тогда как объективно, эффективность государственного управления, заключающаяся в соотношении полученного результата с затраченными ресурсами, будет расти.

Государство, как сложная социальная система, всегда имеет в качестве целей своего функционирования не одну цель, а комплекс целей, который оно стремится достичь. Государственный аппарат имеет множество целей в различных сферах общественной жизнедеятельности: социальной, экономической, политической, духовной.

Реализация этих целей достигается посредством конкретных государственных политик: социальной политики, экономической политики, идеологической политики.

Цели могут классифицироваться по масштабу: национальные цели, государственные цели, региональные цели, корпоративные цели, коллективные и индивидуальные цели, по длительности реализации: долгосрочные цели, среднесрочные цели и краткосрочные цели.

Ввиду наличия у государства масштабных и труднореализуемых в краткосрочный период целей, а также необходимости публичного оглашения этих целей и отчета перед общественностью об успешности их реализации, все государства имеют плановую документацию. В ней официально изложены цели государственного управления в определенной сфере, обозначены временные сроки, в которые будут достигнуты эти самые цели, обозначены должностные лица, отвечающие за их реализацию и аудит успешности их реализации. В Российской Федерации это планирование формализовано в виде федеральных целевых программ.

Методы управляющего воздействия – приемы и стили управления используются государством в процессе управляющего воздействия на объект. Это способы управляющего воздействия власти на общественные процессы, его социальные группы, организации и конкретных индивидов.

Среди методов государственного управления выделяют следующие:

- административные методы управления – выражается в форме приказов социуму со стороны государства. Суть методов заключаются в требованиях определенного поведения, а также санкциях, в том числе силовых;
- организационные методы управления заключаются в создании

новых структурных элементов, изменении существующей структуры государственного аппарата, перераспределение полномочий между ними;

- экономический методы управления выражаются через воздействие на социально-экономические показатели жизнедеятельности социума: формирование определенной бюджетной политики, системы регулирования экономической активности, перераспределение экономических ресурсов;

- социально-политические методы управления – представляют собой воздействие на социальные факторы, порождающие политическую активность населения, либо останавливающие эту активность;

- идеологические методы управления – заключаются в сознательном воздействии государственного аппарата на ценности населения, либо формирование и внедрение собственной системы ценностей и комплекса идеологием в сознание масс, посредством пропаганды;

- информационные методы управления – реализуются посредством распространения информации различного вида: служебной, агитационной, пропагандистской, массового информирования;

Ресурсы управляющего воздействия – экономические, финансовые, информационные, силовые и другие материальные и нематериальные ресурсы, используемые в качестве средства реализации управляющего воздействия.

Необходимо отметить, что в успешном целедостижения задач управляющего воздействия государства на общество важнейшую роль играет оптимальность соотношения сформулированных целей с выбранными методами управления, а также наличием ресурсов, которые могли бы обеспечить реализацию именно этого метода управления.

Большинство концепций, оценивающих эффективность государственного управления основным своим содержанием, имеют комплекс целей управляющего воздействия, которые должны достигаться в процессе управления. Относительно же ресурсов и методов, используемых государственной властью, они хранят молчание. Можно сказать, что ресурсы и методы представляют собой вариативный элемент государственной политики, который ввиду наличия устоявшихся целей, может меняться от случая к случаю, исходя из наличествующей управленческой ситуации. Это приводит к мысли о том, что, говоря о вопросах повышения эффективности государственного управления, необходимо акцентировать

внимание на используемых в управленческой практике методах и ресурсах управления.

В рамках исследования влияния государственного управления на общественное развитие рассмотрим данные опроса городского и сельского населения, проведённого среди 1601 человек в возрасте от 18 лет и старше в 137 населенных пунктах Левада-центром в период с 20 по 26 августа 2020 года о доверии государственным институтам.

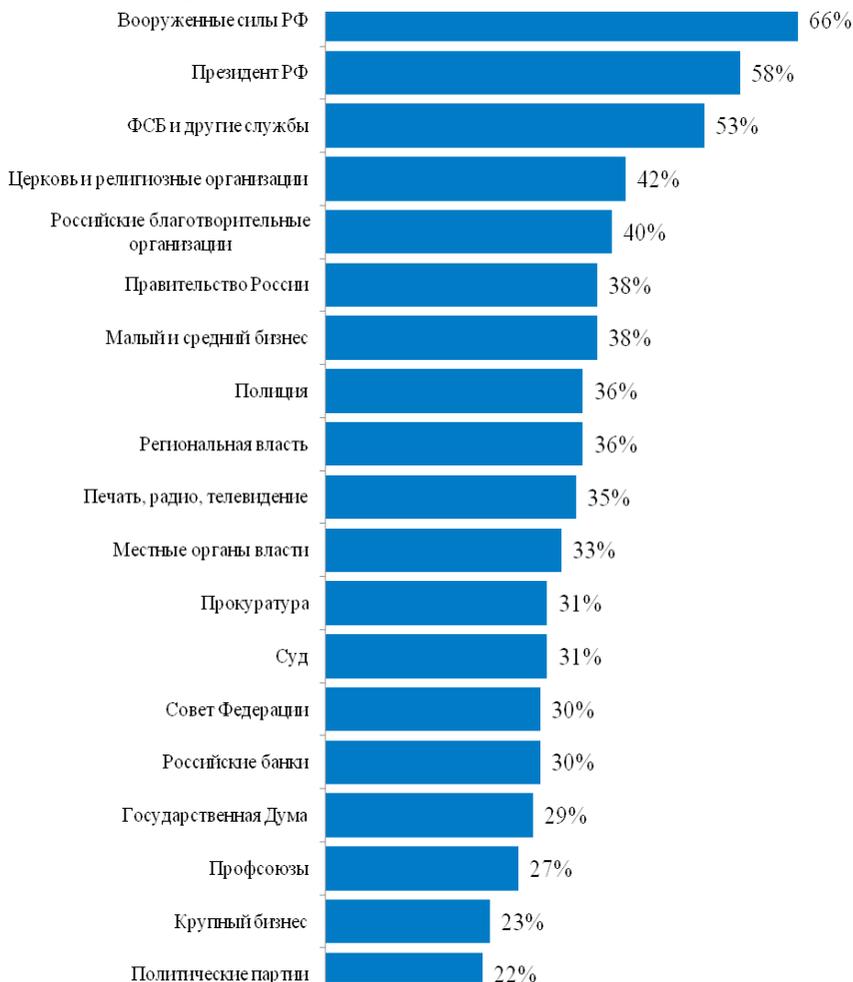
Социальное доверие является признанием символического статуса конкретного социального института, заинтересованность в решении вопросов различных групп граждан или всего населения в целом и представление о вероятности реализации их планов.

«Полное доверие» означает нормативное согласие или консенсус в обществе по ключевым позициям установившегося социального порядка. Сфера распространения этого отношения указывает на степень стабильности, солидарности и готовности поддерживать эти отношения, степень включенности или участия в общественных делах. Ответы респондентов на вопрос: «В какой мере на Ваш взгляд заслуживают доверия...?» по позиции «вполне заслуживают» представлены на рис. 1.

В настоящее время в нашей стране только три социальных института имеют положительный баланс доверия: армия, Президент РФ и органы государственной безопасности. Остальные социальные институты находятся в зоне преимущественно негативного отношения наших соотечественников. Если в группу граждан, выразивших недоверие, включить затрудняющихся с оценкой (как выражение косвенного недоверия или оппортунистического ухода от открыто негативной позиции, что свойственно пассивным в общественном плане контингентам населения), то картина массовых представлений о социальной и политической системе современной России приводит к выводу о последовательном социальном регрессе – подавлении социальной структурно-функциональной дифференциации. В то время, как процесс развития общества предполагает взаимосвязанные процессы – выделение и автономизацию различных функциональных или специализированных групп, с одной стороны, и появления новых коммуникативных механизмов, посредников, связей между ними – финансово-экономических, правовых, когнитивных, символических и т.п.

Повышения уровня институционального и межличностного доверия возможно только с помощью формирования социального воображения и универсализации ценностей, что достигается повышением качества государственного управления и его эффективности.

Рисунок 1. Ответы на вопрос: «В какой мере на Ваш взгляд заслуживают доверия...?» (данные по позиции «вполне заслуживают»), %.



Источник: [2].

Обсуждение.

Современные условия функционирования общества характеризуются глобализацией, информатизацией и виртуализацией социально-экономического развития, повышая уровень непредсказуемости социально-экономической ситуации на национальной и международной арене, что обуславливает рост требований к ор-

ганизации структуры и процессу государственного управления. В этих условиях внедрение информационных технологий в сектор государственного управления становится задачей стратегической важности. На сегодняшний день государство, выступающее в качестве основного общественного института, стремится быстрее реагировать на изменения, происходящие в обществе. С этой целью государством проводится трансформация аппарата государственного управления и налаживается взаимодействие с помощью цифровых технологий, нацеленных на создание структуры государственного управления, которая бы соответствовала потребностям общества и граждан [3].

Процесс государственного управления на современном этапе развития общества реализуется посредством права, являющегося неотъемлемым спутником государства, средством легитимации и выражения государственной воли. Основная цель права заключается в упорядочивании общественных отношений в процессе государственного управления. Механизм государственного управления – это система взаимосвязанных и согласованных элементов, обеспечивающих упорядочение общественных отношений и реализацию обще-социальных целей.

Заключение.

Таким образом, проведённое исследование позволяет заключить, что многовековой путь развития государственного управления доказал его обще-социальную ценность и незаменимость. Несмотря на имеющие место точки зрения об избыточности или ненужности государственного управления и государства вообще, его устарелости в условиях глобализации, государственное управление по-прежнему является основным средством организации общественной жизни и её развития. В условиях непрерывного усложнения и дифференциации общественных отношений, появления новых социальных угроз и рисков управленческая деятельность государства значительно увеличивается в объёмах. Одновременно увеличивается объём и значение правового регулирования – универсального и наиболее легитимного и эффективного ресурса государственного управления. Управленческое решение в современных условиях представляет собой не только собственно акт управления. Прежде всего, это юридически значимое и нормативно обоснованное решение. На современном этапе развития общественных отношений государственное управление и право переплетены между собой множеством видимых и невидимых нитей.

Библиографический список:

1. Правовое обеспечение государственного и муниципального управления: учебник / под общ. ред. Д.В. Пожарского; И.А. Андреева [и др.]. - Москва: Академия управления МВД России, 2020. 404 с.
2. Пресс-выпуск Аналитического центра Юрия Левады «Доверие институтам». // URL: <https://www.levada.ru/2020/09/21/doverie-institutam> (дата обращения: 31.07.2021).
3. Колесниченко Е.А., Рудакова О.В., Плахов А.В. Эффективность государственного управления: Россия на фоне мировых тенденций. / Среднерусский вестник общественных наук, 2018. № 2. С. 161-175.
4. Шапиро С.А., Самраилова Е.К., Ананченкова П.И. Поведение в организации. – М. - Берлин, 2015.
5. Tarick M., Ananchenkova P. New skills for new social reality // Labour and Social Relations Journal. 2019. № 1. С. 130-137.

References

1. Legal support of state and municipal administration: textbook / under total. ed. D.V. Pozharsky; I.A. Andreeva [and others]. - Moscow: Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia, 2020. 404 p.
2. Press release of the Yuri Levada Analytical Center “Trust in Institutions”. // URL: <https://www.levada.ru/2020/09/21/doverie-institutam/> (07.31.2021).
3. Kolesnichenko E.A., Rudakova O.V., Plakhov A.V. The effectiveness of public administration: Russia against the background of global trends. / Central Russian Bulletin of Social Sciences, 2018. № 2. P. 161-175.
4. Shapiro S.A., Samrailova E.K., Ananchenkova P.I. Organizational behavior. - M. - Berlin, 2015.
5. Tarick M., Ananchenkova P. New skills for new social reality // Labor and Social Relations Journal. 2019. № 1.P. 130-137.

Вольская Т.Е.

*Кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и финансового права
АНО ВО «Институт деловой карьеры», старший научный сотрудник
ВНИИ труда Министерства труда Российской Федерации.*

Навыки будущего и будущее навыков: трансформация компетенций в условиях четвертой промышленной революции

Основу любого предприятия, любого производства, любой сферы деятельности всегда составляют люди, которые трудятся. Для достижения России существенных успехов в цифровой трансформации экономики и повышения конкурентоспособности страны нужны современные специалисты, хорошо ориентирующиеся в цифровой среде и понимающие, как использовать новейшие технологии и в своей работе и в повседневной жизни. И навыков, которые казались выдающимися в 1990-е годы, состоящие в стандартном владении персональным компьютером на бытовом уровне, для современного общества уже недостаточно.

Цифровизация, которая является результатом четвертой промышленной революции, обуславливает востребованность актуальных цифровых компетенций и ставит образовательные учреждения перед необходимостью их формирования у студентов в рамках подготовки кадров для народного хозяйства.

Следует отметить, что термин «промышленная революция» можно рассматривать как период массовых технологических и социокультурных изменений, подобных тому времени, когда наши предки сменили роль охотников-собирателей на фермеров. За свою историю человечество пережило немало промышленных революций.

Первая промышленная революция произошла в XVIII веке в Великобритании с открытием парового двигателя и сжиганием ископаемого топлива на электростанциях, которые заменили ручной труд. Текстильная промышленность была главным драйвером этого периода.

Вторая промышленная революция в Америке была развитием первой, когда Генри Форд применил производственные технологии

предыдущей революции для создания массового производства и движущейся сборочной линии (конвейера).

Третья промышленная революция, или эра цифровых технологий, основана на изобретении Всемирной паутины и направлена на объединение мира с помощью инноваций в области информационных технологий.

У этих промышленных революций есть одна общая черта: все они разрушительны — они меняют положение преобладающих отраслей промышленности относительно предшествующих периодов. В настоящее время мы являемся свидетелями кульминации третьей промышленной революции и перехода к революции, которая является скорее технологической, чем промышленной.

Четвертая промышленная революция фокусируется на инновациях, которые используют потенциал новых технологий, таких как искусственный интеллект, Интернет вещей (IoT), самоуправляемые транспортные средства, нанотехнологии, возобновляемые источники энергии, квантовые вычисления и биотехнологии, и это лишь некоторые из них.

Из-за этого стремительного развития технологических областей появятся новые рынки, которые потребуют принципиально иного набора навыков для трудоустройства. Все более умные роботы займут некоторые рабочие места, и рабочие места, которых раньше не существовало, будут востребованы.

Новая эпоха работы требует нового набора навыков, чтобы процветать и быть продуктивным.

Четвертая промышленная революция открывает новую эру, когда новые отрасли промышленности оказываются в центре внимания и стимулируют экономический и коммерческий рост, одновременно снижая приоритетность других отраслей, которые могут быть автоматизированы, что приводит к исчезновению некоторых рабочих мест.

Как и предыдущие промышленные революции, ожидается, что четвертая промышленная революция разрушит нынешние отрасли, главным образом технологии, здравоохранение и транспорт. Согласно прогнозу Всемирного экономического форума за 2016 год уже к 2020 году около 5 миллионов рабочих мест должны покинуть рынок труда из-за автоматизации.

Рынок труда и занятость – как сферы приложения и реализации профессиональной компетентности специалиста – испытывают влияние со стороны факторов внешней среды, которые трансформируют принципы и формы занятости, определяют вектор развития спроса и предложения на глобальных и локальных рынках тру-

да, задают тренды профессиональной подготовки рабочей силы.

Основные факторы, влияющие на рынок труда и занятость, представлены на рисунке 1.

Поскольку сфера образования, будучи флагманом инновационного развития, трансформирует инновации и тенденции объектив-

Рисунок 1. Факторы внешней среды, влияющие на рынок труда и занятость.



Источник: составлено автором.

ной социальной реальности в соответствующие знания, умения и навыки, то именно в рамках образовательного процесса происходит формирование актуальных компетенций, обеспечивающих оперативное реагирование на вызовы времени. При этом, говоря о цифровизации и перспективах развития народного хозяйства в условиях диджитал-трендов, необходим постоянный процесс совершенствования системы образования для обеспечения цифровой экономики грамотными кадрами.

Все большее количество экспертов утверждают, что уже в ближайшем будущем человечество столкнется с кардинальной сменой экономического и общественного уклада. Эти изменения случатся под влиянием ускоренного развития технологий и сопутствующих социальных изменений.

В частности, основатель и президент Всемирного экономического форума Клаус Мартин Шваб в своей речи 20 января 2016 года в Давосе подробно остановился на идее четвертой промышленной революции. По мнению Шваба, в ближайшем будущем нас ожидают перемены такого масштаба и такой сложности, каких человечеству еще никогда не доводилось испытывать.

В долгосрочной перспективе новый технологический переход может привести к революционному прорыву в эффективности и производительности труда и росту экономики, но в краткосрочной он может стать причиной существенного дисбаланса в мировой экономике, углубляя неравенство и провоцируя риск глобальной структурной безработицы.

Данные отчета о будущем профессий, представленного в 2016 году на Всемирном экономическом форуме в Давосе, содержат список умений, которые будут самыми необходимыми в 2020 году и являются очень интересными, поскольку показывают две значительные тенденции развития человека, общества и культуры (табл. 1).

Таблица 1. Рейтинг профессиональных навыков (компетенций), которые будут востребованы в обозримой перспективе.

Место	Компетенции	В чем заключаются
1	Комплексное многоуровневое решение проблем (Complex problem solving)	умение видеть суть проблем и разбираться с причиной, а не со следствием
2	Критическое мышление (Critical thinking)	способ мышления, при котором человек ставит под сомнение поступающую информацию и даже собственные убеждения

Место	Компетенции	В чем заключаются
3	Креативность (Creativity)	способность находить нестандартные решения
4	Умение управлять людьми (People management)	умение мотивировать сотрудников, урегулировать конфликты внутри команды
5	Взаимодействие с людьми (Coordinating with others)	навыки координации действий сотрудников
6	Эмоциональный интеллект (Emotional intelligence)	способность понимать эмоции, намерения и мотивацию других людей и свои собственные, а также умение управлять своими эмоциями и эмоциями других людей
7	Формирование собственного мнения и принятие решений (Judgment and decision-making)	способность быстро реагировать и принимать решения
8	Клиентоориентированность (Service orientation)	способность извлекать дополнительную прибыль за счет глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей клиентов
9	Умение вести переговоры (Negotiation)	обладать способностью вести переговоры, уметь общаться, для этого требуется четкое понимание своего дела
10	Гибкость ума (Cognitive flexibility)	способность ума быстро переключаться с одной мысли на другую, а также обдумывать несколько вещей одновременно

Источник: The New Foundational Skills of the Digital Economy. Developing the Professionals of the Future. Available at: https://www.burn-ing-glass.com/wpontent/uploads/New_Foundational_Skills.pdf (20.08.2021).

В будущем, когда машины, похоже, заменят людей, «человеческие навыки» становятся все более важными. Это те навыки, которые, чтобы быть воспроизведенными машинами, потребуют годы анализа, программирования и воспроизведения.

Творческое решение проблем возглавляет список наиболее важных навыков. Умение рассматривать проблемы с разных точек зрения и находить эффективные решения - ценный навык, которым необходимо обладать, учитывая растущее число технологических инноваций, которые могут появиться в ближайшие несколько десятилетий.

Умение обрабатывать огромные объемы данных также бу-

дет огромным фактором для кандидатов, которые хотят войти в ИТ-сектор, поскольку все больше решений будет приниматься на основе данных, собранных с мобильных устройств, и на основании использованных человеком технологий. Начинающим разработчикам программного обеспечения и программистам необходимо развивать глубокое чувство критического мышления и креативности, чтобы получить преимущество в будущем.

В то время как половина навыков, необходимых для процветания в будущем, связана с когнитивной деятельностью, другая половина в большей степени связана с налаживанием человеческих связей на работе. Сотрудничество с другими участниками в крупных проектах является обязательным, поскольку все больше и больше компаний будут использовать гибкие стратегии со своими командами для достижения стратегических целей развития.

Самосознание или эмоциональный интеллект, а также управление своими эмоциями является важным требованием в работе будущего, особенно для руководящих и руководящих должностей. Компании будут стараться идти в ногу со скоростью развития технологий, и им понадобятся более компетентные и гибкие лидеры, которые смогут взять на себя множество функций, чтобы сплотить свою команду и направить компанию в правильном направлении.

На Восточном экономическом форуме, проходившем в 2017 году, было отмечено, что к 2020 году более трети навыков, которые важны для современных работников, будут не совсем актуальны. Список самых востребованных профессий в 2017 году возглавляют ИТ-специалисты, владеющие новейшими технологиями. К их числу относятся мобильные разработчики, ВЭБ-разработчики, аналитики Big Data со знанием отраслей, специалисты по информационной защите и кибербезопасности. Потребность в работниках этой отрасли увеличилась более чем на 70 %.

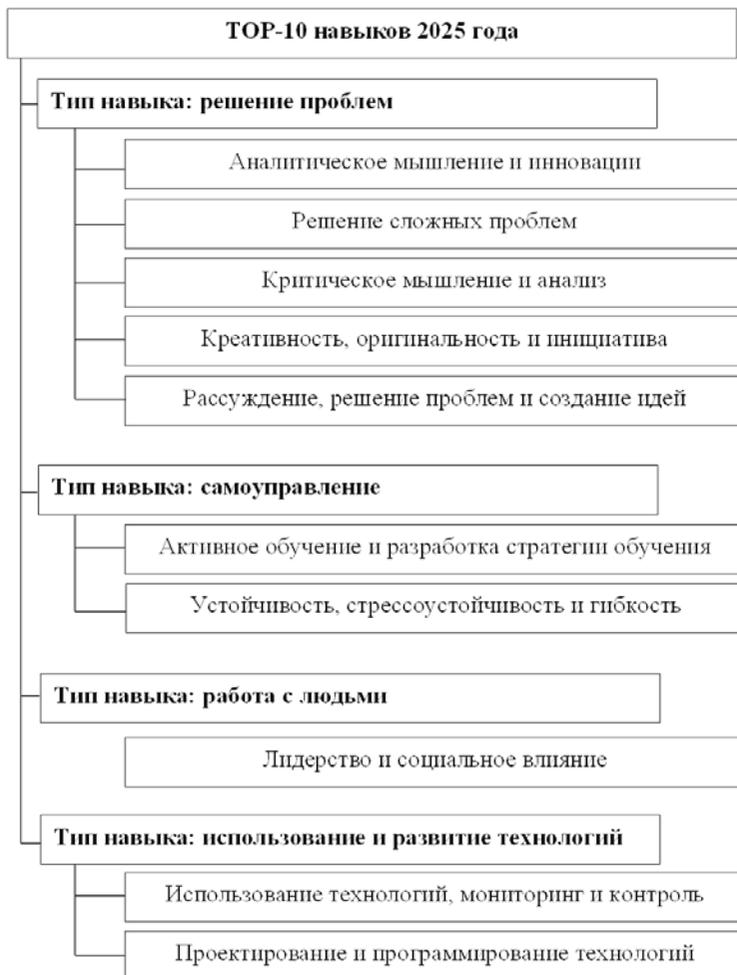
В 2020 году Всемирный экономический форум обозначил новый перечень компетенций будущего, структура которого представлена на рисунке 2.

Согласно отчету Всемирного экономического форума «Будущее рабочих мест», к 2025 году 50% всех сотрудников будут нуждаться в переподготовке по мере расширения внедрения технологий.

Критическое мышление и решение проблем возглавляют список навыков, которые, по мнению работодателей, будут занимать важное место в ближайшие пять лет.

В 2020 году появились новые навыки в области самоуправления, такие как активное обучение, устойчивость, стрессоустойчивость и

Рисунок 2. Профессиональные навыки, востребованные к 2025 году.



Источник: These are the top 10 job skills of tomorrow – and how long it takes to learn them // URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them>

гибкость.

По оценкам респондентов опроса «Будущее рабочих мест», примерно 40% работников потребуется переобучение в течение шести месяцев или менее.

Что касается Российской Федерации, то в целом по стране потребность в ИТ-специалистах на период до 2025 года составляет более 350 тыс. человек. В России должно появиться больше выпускников университетов, обладающих базовыми компетенциями цифровой экономики, ИТ-специалистов и больше тех, кто уверенно пользуется этими технологиями. Важным моментом является наличие у людей мотивации осваивать новые направления, востребованные цифровой экономикой. К процессу подготовки очень важно привлекать и работодателей, которым самим будет выгодно, если их сотрудники будут развиваться, получать дополнительные знания. А крупные компании, в том числе с государственным участием, могли бы создавать обучающие сервисы и курсы.

В настоящее время очень остро стоит вопрос о наличии лидеров для эффективного управления творческими кадрами, которыми уже сегодня определяется конкурентоспособность компании в мировом сообществе. Подготовка кадров в таких условиях должна опираться на реальную практику формирования эффективной корпоративной культуры в российских и зарубежных компаниях.

Библиографический список:

1. These are the top 10 job skills of tomorrow – and how long it takes to learn them // URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them/> (дата обращения: 23.09.2021)
2. The New Foundational Skills of the Digital Economy. Developing the Professionals of the Future. Available at: https://www.burn-ing-glass.com/wpcontent/uploads/New_Foundational_Skills.pdf (дата обращения: 20.08.2021).
3. Кузьмина Н.Н., Ананченкова П.И. Четвертая промышленная революция: глобальные вызовы и перспективы цифровизации. Часть 1. Цифровизация как основа четвертой промышленной революции. Труд и социальные отношения. 2021. Том 29. № 2. С. 5-14.
4. Tarick M., Ananchenkova P. New skills for new social reality // Труд и социальные отношения. 2019. № 1. С. 130-137.

References

1. These are the top 10 job skills of tomorrow – and how long it takes to learn them // URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them/> (23.09.2021)
2. The New Foundational Skills of the Digital Economy. Developing the Professionals of the Future. Available at: https://www.burn-ing-glass.com/wpcontent/uploads/New_Foundational_Skills.pdf (20.08.2021).
3. Kuzmina N.N., Ananchenkova P.I. The fourth industrial revolution: global challenges and prospects for digitalization. Part 1. Digitalization as the basis of the fourth industrial revolution. Labor and social relations. 2021. Volume 29. № 2. P. 5-14.
4. Tarick M., Ananchenkova P. New skills for new social reality // Labor and social relations. 2019. № 1. P. 130-137.

Зотова С.А.

*Старший преподаватель кафедры
«Управление», Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Российский Государственный Университет
имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).*

Кадровое обеспечение цифровой экономики

В настоящее время наблюдаются тенденции увеличения потенциала развития сферы информационных технологий в России и перспективы роста экспорта ИТ-продукции из страны, что обуславливает необходимость формирования цифровой экономики, направленной на повышение эффективности всех отраслей народного хозяйства за счет использования информационных технологий. «Четвертая промышленная революция, которая уже является объективной реальностью в глобальном масштабе, стала предметом обсуждения и научного осмысления на 46 сессии Всемирного экономического форума в Давосе в 2016 году. В своем выступлении на открытии ВЭФ основатель и Президент Давосского форума Клаус Шваб подчеркнул, что человечество стоит на пороге новой технологической революции... Основой четвертой промышленной революции выступает цифровая экономика – система экономических отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Термин «цифровая экономика» появился в 1995 году и был связан, прежде всего, с интенсивным развитием информационно-коммуникационных технологий... Вызовы четвертой промышленной революции, в том числе и недостаток необходимых компетенций, обуславливают необходимость разработки на государственном уровне соответствующих мер, обеспечивающих сокращение разрыва между объективной цифровизацией населения и перспективными трендами, охватывающими различные области социально-экономической сферы» [3].

Разработке программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [1] предшествовала системная работа по обсуждению технологических достижений, вызванных четвертой промышленной революцией, и их влиянию на общество и окружающую среду, поиску решений цифровизации, исследованию направлений развития цифровой экономики и формирования «интернета вещей».

Реализация программы определена до 2024 года включительно и включает в себя пять направлений: кадры и образование, информационная инфраструктура, информационная безопасность, формирование исследовательских компетенций и технологических заделов, нормативное регулирование. В самой программе обозначены только направления развития, а конкретные мероприятия определяются трехлетними планами мероприятий по каждому направлению. Программа систематизировала в единый комплекс, как существующие меры, так и новые направления, часть мероприятий, определенных документами, уже реализовалась. Детали утвержденных документов четырех направлений стали известны только 9 января 2018 года, а план мероприятий по направлению «Кадры и образование» программы «Цифровая экономика Российской Федерации» – 9 февраля 2018 года. Поэтому первым полноценным годом реализации программы станет 2018 год.

В дорожную карту по направлению «Кадры и образование» включены пять основных целей (рис. 1):

Рисунок 1. Цели направления «Кадры и образование» программы «Цифровая экономика Российской Федерации».



Для достижения вышеперечисленных целей необходимо решить следующие задачи по:

- формированию механизмов мотивации и содействия гражданам, в том числе старшего возраста, по освоению ключевых компетенций цифровой экономики;
- ориентации компаний на создание рабочих мест и обучение своих сотрудников и других граждан по приобретению ключевых компетенций цифровой экономики;
- созданию условий высококвалифицированным иностранным гражданам для участия в развитии цифровой экономики России;
- организации и внедрению в систему образования требований к ключевым компетенциям цифровой экономики;
- обеспечению системой образования всестороннего развития человека в новой цифровой среде и выявлению талантливых кадров;
- обеспечению работы системы высшего и среднего профессионального образования в интересах подготовки и адаптации граждан к условиям цифровой экономики и реализации подготовки компетентных специалистов для цифровой экономики;
- построению системы дополнительного профессионального образования в интересах подготовки компетентных специалистов для цифровой экономики;
- разработке и апробированию концепции ключевых компетенций и моделей компетенций цифровой экономики, обеспечивающих эффективное взаимодействие бизнеса, образования и общества в целом в условиях цифровой экономики;
- разработке механизма независимой аттестации (оценки) компетенций кадров в рамках системы образования и рынка труда в условиях цифровой экономики;
- созданию формата использования персональных профилей компетенций граждан и траекторий их развития с определением правил доступа к этой информации физических и юридических лиц в рамках апробации;
- обеспечению необходимого и достаточного использования профилей компетенций и персональных траекторий развития;
- обеспечению учета задач цифровой экономики в квалификационных требованиях к работникам и системам оценки квалификаций;
- созданию организационных условий реализации направления «Кадры и образование» программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

По мере выполнения мероприятий программы, рассчитанных на период 2018-2021 годов, разработчиками плана ожидается получение конкретных результатов. В частности, ожидаемые результаты следующие:

- 1) должна быть выработана система, определяющая механизм распространения персональных цифровых сертификатов;
- 2) должны быть разработаны принципы оценки уровня компетенций, показатели которой будут обеспечивать преимущества поступающим в высшие образовательные организации (цифровой аналог нормативов физкультурно-спортивного комплекса ГТО);
- 3) разработка программ обучения и тестирования, направленных на формирование ключевых компетенций цифровой экономики;
- 4) проектирование и внедрение системы нормативов по компетенциям цифровой экономики для всех возрастов.

Помимо этого, разработчиками ожидается появление приоритетного проекта «Цифровая школа» и разработка концепции комплексной отчуждаемой системы знаний, программного и аппаратного обеспечения, которая должна быть растиражирована в регионах России. Образовательным организациям необходимо будет приступить к использованию персональных профилей компетенций обучающихся с одновременным обеспечением персональных траекторий их развития. Количество принятых на обучение по программам высшего образования в сфере информационных технологий за несколько лет планируется увеличить с 60 до 120 тыс. студентов.

Для педагогических работников должны быть разработаны программы по повышению квалификации с учетом стандартов «Ворлдскиллс Россия» по компетенциям, приоритетным для цифровой экономики (так, не менее 5000 педагогов ежегодно должны будут проходить программы повышения квалификации).

Планируется в не менее 15-ти российских городах с высоким научным потенциалом внедрение акселераторов по возвращению проектных команд в интересах цифровой экономики. Кроме того, планируется создание не менее 7-ми венчурных фондов с привлечением к участию университетов, выпускников, бизнес-партнеров для финансирования студенческих стартапов в сфере цифровой экономики на начальной стадии.

В России ожидается создание системы цифровых бонусов, позволяющих учащимся получать вознаграждения за различные достижения (в частности, за победу на олимпиаде или в спортивном состязании, проявляющим общественную активность и т.п.), осуществлять запуск стартапов, приобретать инвестиции венчурных фондов, участвовать в программах акселерации, осуществлять другие виды предпринимательской активности в виртуальной среде.

Планируется появление комплексной образовательно-акселерационной среды, позволяющей школьнику, студенту, молодому ученому и специалисту независимо от места проживания приобретать знания, навыки и опыт предпринимательской деятельности, получать доступ к передовым «сквозным технологиям» цифровой экономики, пользоваться ресурсами, необходимыми для создания и развития предпринимательства, иметь возможность входа в сообщества и экспертные сети в области технологий и бизнес-сообществ. В создание и развитие такой среды, планируется вовлечение ассоциаций и объединений школ, вузов и колледжей, отдельных активных образовательных учреждений, бизнес-объединений и отдельных компаний, регионов и отдельных активных территориальных образований.

В ходе реализации программы планируется отбор до 1000 коммерчески ориентированных научно-технических проектов в области перспективных «сквозных» технологий цифровой экономики. Кроме того, ожидается освоение практики учета предпринимательских достижений обучающихся в качестве выпускной квалификационной работы («стартап как диплом»).

До конца 2021 года должно быть разработано 20 программ повышения квалификации по компетенциям, которые востребованы в цифровой экономике, при этом пройти обучение по программам должны будут 5 млн. человек.

Таким образом, ожидаются масштабные преобразования в системе подготовке кадров для цифровой экономики.

В заключение обобщим вызовы цифровой экономики:

- безопасность данных, инфраструктуры, граждан;
- конфиденциальность;
- загрязнение информационного пространства;
- прозрачность алгоритмов автоматизированного принятия решений;
- необходимость пересмотра законодательства и международных отношений;
- дефицит кадров и замещение рабочих мест в традиционной экономике;
- цифровой феодализм.

И одним из ключевых направлений программы перехода России к цифровой экономике является совершенствование системы образования для обеспечения цифровой экономики квалифицированными и компетентными кадрами.

Таким образом, подготовка кадров в условиях перехода к цифро-

вой экономике, наряду с пересмотром акцентов в программах обучения будущего и использованием возможностей новых программ обучения приобретает все большую значимость и актуальность.

Библиографический список:

1. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 N 1632-р «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации». // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/. (дата обращения: 22.09.2018).
2. Индикаторы цифровой экономики: 2018: статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишнеvский, Г.Л. Волкова, Л.М. Гохберг и др. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2018. 268 с.
3. Кузьмина Н.Н., Ананченкова П.И. Четвертая промышленная революция: глобальные вызовы и перспективы цифровизации. Часть 1. Цифровизация как основа четвертой промышленной революции. Труд и социальные отношения. Т. 29. № 2. С. 5-14.
4. Парфентьева Л. Работа будущего: 10 навыков, которые будут востребованы в 2020 году. // URL: <http://www.snmedia.ru/career/rabota-budushchego-10-navykov/> (дата обращения: 23.09.2018).
5. Ананченкова П.И., Анিকেева О.П., Ахметзянова Г.Н., Ахметшин А.Х., Ащеулов В.А., и др. Менеджмент качества и инновации в образовании: региональный аспект // Коллективная монография в 2 томах. – М.: Российский государственный торгово-экономический университет, 2010. Том 1.
6. Tarick M., Ananchenkova P. New skills for new social reality // Труд и социальные отношения. 2019. № 1. С. 130-137.

References

1. Order of the Government of the Russian Federation of July 28, 2017 N 1632-r "On approval of the program" Digital Economy of the Russian Federation". // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/. (22.09.2018).
2. Indicators of the digital economy: 2018: statistical collection / G.I. Abdrakhmanova, K.O. Vishnevsky, G.L. Volkova, L.M. Gokhberg and others. Nat. issued. University Higher School of Economics. - M.: NRU HSE, 2018. 268 p.
3. Kuzmina N.N., Ananchenkova P.I. The fourth industrial revolution: global challenges and prospects for digitalization. Part 1. Digitalization as the basis of the fourth industrial revolution. Labor and social relations. Vol. 29. № 2. P. 5-14.
4. Parfentieva L. Work of the future: 10 skills that will be in demand in 2020. // URL: <http://www.snmedia.ru/career/rabota-budushchego-10-navykov/> (23.09.2018).
5. Ananchenkova PI, Anikeeva OP, Akhmetzyanova GN, Akhmetshin A. Kh., Ashcheulov VA, et al. Quality management and innovation in education: a regional aspect // Collective monograph in 2 volumes. - M.: Russian State University of Trade and Economics, 2010. Volume 1.
6. Tarick M., Ananchenkova P. New skills for new social reality // Labor and social relations. 2019. № 1. P. 130-137.

Кривцов А.И.

*Доктор экономических наук, профессор,
научный сотрудник кафедры управления активами,
Московский Государственный Институт Международных Отношений.*

Неформальная занятость и обеспечение соблюдения трудовых прав: теоретический аспект

Неформальная занятость является серьезной проблемой для глобальной экономики и рынков труда во всем мире. Она требует научного осмысления и поиска практических рекомендаций, направленных на устранение условий способствующих ее развитию.

В соответствии с докладом Международного Бюро по труду «Достойный труд и неформальная занятость» неформальная занятость определяется как «совокупность рабочих мест, которые существуют на предприятиях формального сектора, на предприятиях неформального сектора и домашних хозяйствах, или как общее число работающих на неформальных рабочих местах» [8, С. 154-161].

Вопрос неформальности сложен и охватывает широкий спектр междисциплинарных исследований. Неформальная занятость часто является предметом анализа в рамках политологии, государственного и муниципального управления, менеджмента, экономики труда и иных экономических дискуссий. С точки зрения права неформальность на рынке труда является проблемой управления, которая касается не только соблюдения законов, но и разработки трудового законодательства и, в более широком плане, систем социальной защиты. Неформальная занятость и новые формы организации трудовой деятельности связаны как с более широким осмыслением, так и с необходимостью определения или пересмотра трудового законодательства в свете меняющегося мира труда.

Рассматривая концепцию «неформальной занятости», следует подчеркнуть, что идея «неформальности» развивалась с течением времени. В своей «Резолюции о достойной работе и неформальной экономике» (Resolution concerning decent work and the informal economy), принятой МОТ в 2002 году, указано, что термин «неформальная экономика» предпочтительнее понятия «неформальный сектор» [11]. Это объясняется тем, что рабочие и предприятия, о которых идет речь в прикладных исследованиях в контексте не-

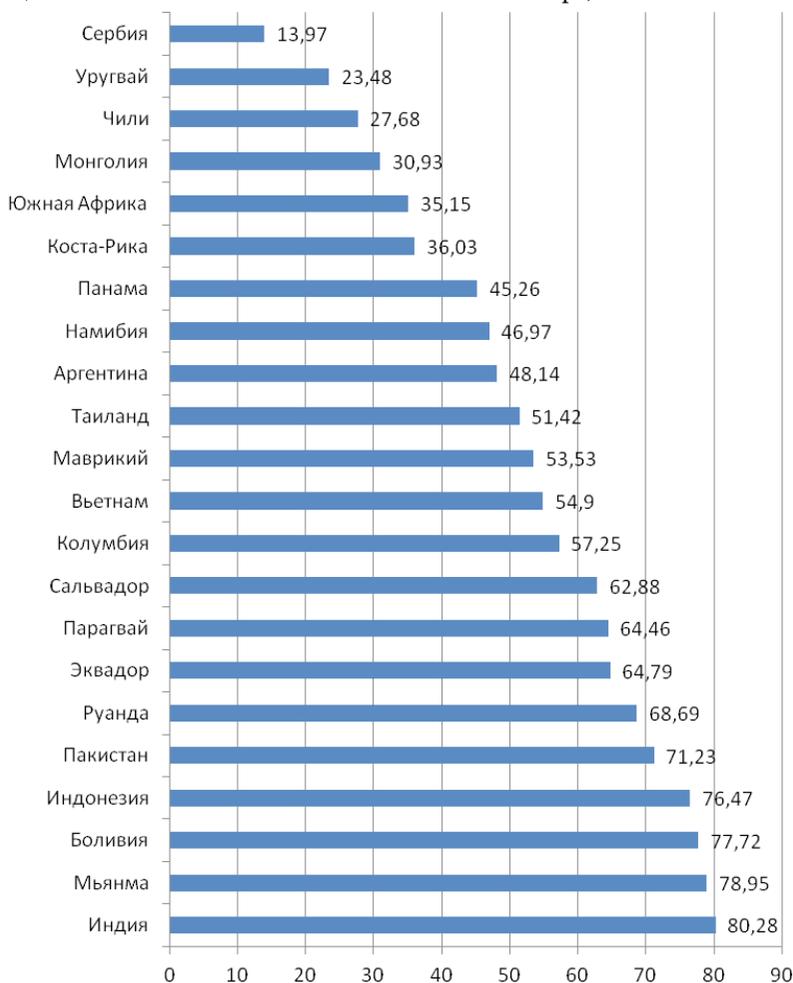
формальной занятости, не относятся к какому-либо конкретному сектору экономической деятельности. Напротив, неформальная занятость охватывает множество различных секторов. В этом смысле лучше рассматривать неформальную занятость как концепцию, основанную на работе, которая «определяется с точки зрения трудовых отношений и защиты работника, связанных с его трудовыми обязанностями» [13, р. 7]. Это также означает, что работа может быть сопряжена с неформальными характеристиками в формальном секторе или в контексте формального предприятия.

В 2015 году МОТ приняла «Рекомендацию о переходе от неформальной экономики к формальной» №204 (Transition from the Informal to the Formal Economy Recommendation), в которой термин «неформальная экономика» относится ко всем видам экономической деятельности работников и экономических единиц, которые – по закону или на практике – не охвачены или недостаточно охвачены официальными соглашениями (раздел 2а). Недавнее исследование, проведенное как МОТ, так и ОЭСР, определяет «неформальную занятость» как «рабочие механизмы, которые де-факто или де-юре не соответствуют национальному трудовому законодательству, не подлежат налогообложению доходов или не обеспечивают права на получение социальной защиты и некоторых других бонусов от трудовой деятельности (заблаговременное уведомление об увольнении, выплаты выходного пособия, ежегодный оплачиваемый отпуск или отпуск по болезни и др.)» [9, р.26.] В отчете по исследованию также указывается, что многие неформальные работники являются работниками «за свой счет» (45%), занятость чуть более трети обследованных респондентов связана с относительно регулярным статусом (36%). Неформальная занятость 16% обследованных касается семейных работников.

Очевидно, что неформальная занятость является серьезной и глобальной проблемой. В исследованиях сообщается, что более 60 процентов работающего населения мира занято в «неформальной экономике» [7]. В России «в неформальный сектор вовлечено значительное количество людей, по данным Росстата в середине 2019 года доля неформально занятых достигла 21,3%, или 15,25 млн человек (всего занятых россиян 71,6 млн. чел.)» [1, С. 20-25].

Соотношение неформальной занятости в развивающихся странах значительно выше, чем в развитых. Доля неформальной работы увеличивается примерно с 18% от общей занятости в развитых странах до 67% в развивающихся странах и почти до 90% в слабо развитых странах [9, р. 26].

Рисунок 1. Уровень занятости в неформальной экономике отдельных стран мира (по состоянию на декабрь 2019 года, в % от общей занятости в несельскохозяйственном секторе).



Источник: [10].

На рисунке 1 представлены данные по некоторым странам мира, отражающие уровень занятости в неформальной экономике в процентах от общей занятости в несельскохозяйственном секторе. В основном эти данные включают все рабочие места на незарегистрированных и/или небольших частных неинкорпорированных

предприятиях, которые производят товары или услуги, предназначенные для продажи или обмена. Самозанятые уличные торговцы, водители такси и работники на дому, независимо от размера, все считаются предприятиями. Однако сельскохозяйственная и связанная с ней деятельность, домашние хозяйства, производящие товары исключительно для собственного использования (например, натуральное хозяйство, домашняя работа по дому, работа по уходу и трудоустройство оплачиваемых домашних работников), а также волонтерские услуги, исключаются.

Согласно данным Росстата в 2015 году доля неформальной занятости, находящейся за рамками трудового законодательства, составляла 20,5 процента [6]. «В условиях, когда официальная экономика не в состоянии обеспечить рабочие места и приемлемый уровень жизни граждан, теневая экономика предоставляет возможность для значительной части населения получать средства к существованию» [5, с. 47].

Согласно исследованию специалистов института общественных наук Российской академии народного хозяйства и государственной службы (г.Москва), которое было проведено в 2019 году, доля занятых равнялась 27,6%, в то время как в 2017 году этот показатель составлял 45,3%. По мнению исследователей данное снижение должно объясняться не ростом сознательности граждан, а снижением потребительской способности граждан, которые пользуются услугами подрабатывающих.

Так же в рамках исследования было определено, что 72,9% занятых респондентов в 2019 (против 50,8% в 2017 году) позитивно относятся к теневой оплате труда.

Доля россиян, считающих теневую работу полезной для общества, выросла до 12,7%. При этом 45,1% респондентов основной причиной ухода в тень называют несправедливую налоговую политику.

По мнению Бобкова В.Н. сферы приложения труда работников, ориентированных на неформальную занятость, сводятся преимущественно к таким сферам народного хозяйства, как общественное питание (50%), предоставление услуг населению (47,6%), торговля и бытовое обслуживание (34,5%), строительство (32,5%), реклама и маркетинг (25%), информационные технологии (30%), сфера спорта, туризма и развлечений (28,2% от общего числа занятых в них работников) [2, С. 7-16].

Неформальная занятость имеет негативные последствия как для работников, работодателей, так и для экономики в целом. Основные минусы неформальной занятости представлены на рисунке 2.

Рисунок 2. Негативные последствия неформальной занятости.

Источник: составлено автором на основе [1; 3; 4].

Следует отметить, что интерпретация представленных данных имеет ряд ограничений. В частности, существуют ограничения для сравнения данных по регионам и периодам даже внутри отдельных стран из-за различий в определениях и методологии сбора данных. Например, предприятия неформального сектора в некоторых странах относятся к незарегистрированным предприятиям. А в дополнение к занятости в неформальной экономике следует также учитывать неформальную занятость в формальном секторе. Например, случайные, краткосрочные и сезонные работники могут быть наняты неофициально, не имея социальной защиты, льгот по охране здоровья, правового статуса, отдельных трудовых прав и свобод. Некоторые страны в настоящее время предоставляют данные в соответствии с руководящими принципами, принятыми 17-й Между-

народной конференцией статистиков труда в 2003 году, определяющими неформальную занятость как общее число неформальных рабочих мест, независимо от того, заполнялись ли они на предприятиях формального сектора, предприятиях неформального сектора или в домашних хозяйствах в течение заданного отчетного периода.

Очевидно, что неформальная занятость является проблемой не только в глобальном масштабе. Это также и локальная проблема, характерная для рынка труда отдельных государств. Явления неформальной занятости в развитых странах, таких как страны с европейской экономикой, свидетельствуют о распространении разнообразных форм неформального трудоустройства и выполнения работ в разных отраслях и сферах, например, в сельскохозяйственной отрасли, или в рамках работы по дому. Однако зачастую неформальная работа также, полностью или частично, осуществляется в официальных условиях и во многих структурированных и строго регулируемых отраслях экономической деятельности. По данным как МОТ, так и ОЭСР, «значительная доля неформальной занятости на крупных официальных предприятиях может быть результатом непризнания трудовых отношений или контрактов, которые не предусматривают социальной защиты и других льгот» [9, p. 38].

Само понятие «теневая экономика» концептуально отличается и несколько шире, чем неформальная экономика. Например, теневая экономика также включает незаконную деятельность, в то время как это не охватывается концепцией неформальной экономики. Но здесь явно прослеживается сильная связь. Согласно Рабочему документу МВФ, «теневая экономика известна под разными названиями, такими как скрытая экономика, серая экономика, черная экономика или экономика отсутствия, денежная экономика или неформальная экономика».

Оппортунистическое поведение субъектов социально-трудовых отношений, очевидно, связано с неформальной занятостью. В связи с чем в научной литературе внимание уделяется не только экономическим, но также и социальным мотивам перехода из формальной в неформальную экономическую сферу. Подобное поведение рационального экономического субъекта объясняется участием в неформальной экономике через вознаграждение (выгоды от неформальной работы сопоставляются с затратами или рисками быть пойманным или наказанным), а также мотивацией платить (или не платить) налоги [12, p. 135].

С точки зрения трудового права становится очевидной взаимосвязь между неформальной занятостью и вопросом о «новых формах

работы», включая нестандартные формы занятости. Эти явления имеют схожий дискурс и сопоставимую модель анализа. Работники, занятые на различных новых формах работы, отклоняющихся от традиционных стандартов занятости, страдают от отсутствия защиты. В целом, в этих случаях применение трудового законодательства или социальных льгот является проблематичным.

В Резолюции МОТ о достойной работе и неформальной экономике, принятой в 2002 году, отмечается: «Во многих странах, как развивающихся, так и промышленно развитых, существуют связи между изменениями в организации труда и ростом неформальной экономики. Работники и организованные экономические субъекты все чаще участвуют в гибких трудовых соглашениях, включая аутсорсинг и субподряд; некоторые из них находятся на периферии основного предприятия или на самом нижнем конце производственной цепочки и испытывают дефицит достойной работы».

Очевидно, что неформальная занятость является не только проблемой управления, но и важной задачей трудового законодательства, задача модернизации которого стоит на повестке дня уже давно. Это связано с меняющимися обстоятельствами и быстрыми изменениями в мире труда. Помимо стандартных форм работы, современные социально-трудовые отношения развиваются и в рамках новых форм занятости (дистанционной, платформенной и пр.). Очень часто трудовое законодательство не применяется к новым формам работы из-за отсутствия «соответствия» между новыми видами занятости и традиционными нормами трудового права, которые были разработаны для стандартных форм занятости. Это необходимо учитывать при разработке политики в отношении неформальной рабочей практики.

Библиографический список:

1. Алдыбаев С.Н. Неформальная занятость и самозанятость: проблемы, тенденции, появление институтов, регулирующих неформальную занятость и самозанятость // Аспирант. 2020. № 4 (55). С. 20-25.
2. Бобков В.Н. неустойчивая занятость в формальной экономике России – основная причина неформальной занятости // Уровень жизни населения регионов России. 2017. № 1 (203). С. 7-16.
3. Долгий В.И., Верещагина Л. С. Развитие системы оплаты труда на основе ключевых показателей эффективности // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2014. № 4 (53). С. 34-37.
4. Котляров И.Д. Проблемы регулирования нестандартных форм занятости // Вопросы регулирования экономики. 2015. Том 6. № 1. С. 55-66.
5. Найденов А.С., Кривенко И.А. Теневая экономика в условиях экономического кризиса: диагностика состояния и прогнозирование последствий // Экономика региона. 2013. № 1. С. 47.

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru (дата обращения: 21.10.2021)
7. Пресс-релиз МОТ, 30 апреля 2018 г. // URL: www.ilo.org
8. Притворова Т.П., Пестунова Г.Б., Бектлеева Д.Е. Специфика неформальной занятости как одной из форм нестандартной занятости в условиях постиндустриальной экономики // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2016. № 2. С. 154-161.
9. ILO/OECD, Tackling Vulnerability in the Informal Economy, Development Centre Studies, OECD Publishing, Paris, 2019.
10. International Labour Organization, ILOSTAT database // URL: <https://www.indexmundi.com/facts/indicators/SL.ISV.IFRM.ZS/rankings> (дата обращения: 21.10.2021)
11. Resolution concerning decent work and the informal economy. ILO: Geneva, 2002.
12. Williams C.C., Kayaoglu A. Tackling the Informal Economy in the European Union: A Social Actor Approach// UTMS Journal of Economics 7(2), 2016.
13. Women and men in the informal economy: A statistical picture. Geneva: ILO, Third Edition, 2018.

References

1. Aldybaev S.N. Informal employment and self-employment: problems, trends, the emergence of institutions that regulate informal employment and self-employment // Postgraduate student. 2020. № 4 (55). P. 20-25.
2. Bobkov V.N. precarious employment in the formal economy of Russia - the main reason for informal employment // Living standards of the population of Russian regions. 2017. № 1 (203). P. 7-16.
3. Dolgiy V.I., Vereshchagina L.S. Development of the payroll system based on key performance indicators // Bulletin of the Saratov State Social and Economic University. 2014. № 4 (53). P. 34-37.
4. Kotlyarov I.D. Problems of regulation of non-standard forms of employment // Questions of regulation of the economy. 2015. Volume 6. № 1. P. 55-66.
5. Naydenov A.S., Krivenko I.A. Shadow economy in the conditions of the economic crisis: diagnostics of the state and forecasting the consequences // Economy of the region. 2013. № 1. P. 47.
6. Official website of the Federal State Statistics Service // URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/ (21.10.2021)
7. ILO press release, 30 April 2018 // URL: www.ilo.org
8. Pritvorova TP, Pestunova GB, Bektleeva D.Ye. Specificity of informal employment as one of the forms of non-standard employment in the post-industrial economy // Management and business administration. 2016. № 2. P. 154-161.
9. ILO/OECD, Tackling Vulnerability in the Informal Economy, Development Centre Studies, OECD Publishing, Paris, 2019.
10. International Labour Organization, ILOSTAT database // URL: <https://www.indexmundi.com/facts/indicators/SL.ISV.IFRM.ZS/rankings> (21.10.2021)
11. Resolution concerning decent work and the informal economy. ILO: Geneva, 2002.
12. Williams C.C., Kayaoglu A. Tackling the Informal Economy in the European Union: A Social Actor Approach// UTMS Journal of Economics 7(2), 2016.
13. Women and men in the informal economy: A statistical picture. Geneva: ILO, Third Edition, 2018.

Мишина О.Ю.

*Преподаватель кафедры «Социология и рекламные коммуникации»,
Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина.*

Огурцова Н.С.

*Старший преподаватель кафедры «Управление»,
Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина.*

Конструирование и управление персональным брендом: социально-технологический аспект

Не смотря на то, что персональный брендинг как термин является относительно недавним явлением, вошедшим в научный оборот, реальность, лежащая в его основе, имеет глубокие исторические корни. В исследованиях Броди Л. первой знаменитостью в истории человечества, сформировавшей устойчивый персональный бренд, был заявлен Александр Македонский [6]. По мнению американских исследователей Бендиш Ф., Ларсена Г. и Трумана М., Гете добился успеха, используя все элементы бренд-менеджмента и маркетинг-микс для того, чтобы дифференцировать себя от других авторов своего времени [5]. Анализ аукционных записей XVIII века служит дополнительным примером и показывает, что художники всегда были брендированы, поскольку цены на их работы определялись их репутацией и статусом в обществе [16]. Очевидно, что существовала долгая история, в течение которой известность достигалась благодаря семейным отношениям или таланту [17]. Однако роман Элизабет Тейлор и Ричарда Бертон в 1963 году был определен как «проницательный поворотный период, ознаменовавший момент, когда общественность, как считалось, стала больше интересоваться частной жизнью одной конкретной знаменитости, чем ее способностями как актрисы» [11].

Персональным брендом обладали хорошо известные политики, представители искусства, спортсмены и многие другие личности, со временем вошедшие в историю: генерал де Голль, Пеле, Энди Уорхол, Фрида Кало и пр. Персональный брендинг стал жизненно важной частью личности, общества, культуры и экономики.

Значительное увеличение научного внимания к персональному брендингу, особенно в последние 10-20 лет, придало этому современному явлению широкое, хотя и фрагментарное академическое

присутствие. Первые научные статьи, вызвавшие исследовательский резонанс и посвященные эмпирическому изучению человеческих брендов, были опубликованы Шау Х. и Джилли М. в 2003 году [18], (работа посвящена исследованию самопрезентации в среде Web 1.0) и Томсоном М. в 2006 году (исследование причин, по которым потребители формируют сильную привязанность к человеческим брендам) [19]. В настоящее время в этой области проводится все больше и больше теоретических и эмпирических исследований. Так в частности, в российской национальной электронной библиотеке e-library (российский индекс научного цитирования) по запросу «персональный бренд» выдается 19805 результатов.

Следует отметить, что исследования персонального бренда как социальной и маркетинговой технологии постоянно развиваются как с точки зрения широты, так и с точки зрения новых направлений, например, изучения блогеров и влиятельных лиц в социальных сетях, и глубины, с большим количеством исследований, охватывающих хорошо известные темы, такие как атрибуты и константы бренда, механизмы монетизации бренда, драйверы и киллеры бренда и т.д.

Используя термин «личный бренд» при рассмотрении или исследовании обычных людей как брендов, в современной литературе предлагаются три типа человеческих брендов: знаменитость, личный бренд и символ.

Знаменитости, определяемые как «часть социальной элиты, участвующая в механизме связей с общественностью, в роли на телевидении и в кино, в выступлениях на специальных мероприятиях, в ток-шоу и в сплетнических журналах» [10], пользуются большой популярностью в контексте исследования личного бренда как среди практиков, так и среди ученых. В то время как самые первые эмпирические исследования личного брендинга были нацелены на знаменитостей, недавние работы превратились в отдельную междисциплинарную область, выходящую за рамки личного брендинга, особенно в последние несколько лет.

Из-за противоречивых сил, влияющих на видимость в средствах массовой информации, а именно необходимости постоянного обновления и конкуренции за тот скудный ресурс, которым является общественное внимание, в средствах массовой информации наблюдается быстрая смена знаменитостей. В то время как традиционные средства массовой информации, такие как телевидение, радио и газеты, были исключительно сферой деятельности корпораций и знаменитостей, социальные сети позволяют всем людям создавать свои собственные уникальные виртуальные пространства и охватывать более широкую аудиторию независимо от времени или места. В

свою очередь, микро-знаменитости появляются как промежуточный этап при переходе от личного бренда к статусу знаменитости [8], поддерживаемому социальными сетями.

В свою очередь, икона является законным культурным символом личных достижений и общественных ценностей. В то время как знаменитости в течение определенного периода времени владеют символическими значениями, связанными с их частным и общественным «я», иконы переживают конвергенцию и трансформацию значений с течением времени, отражая более широкие культурные проблемы. Знаменитости превращаются в иконы, когда их слава сохраняется благодаря трансформации их культурного значения и ценностей, которые отражают изменения в обществе [9].

По причине растущего присутствия в обществе и средствах массовой информации знаменитости больше не ограничиваются актерами и музыкантами. В настоящее время эта сфера охватывает спортсменов, деловых людей, технологических предпринимателей, политиков, ученых и других [12]. Знаменитости в основном изучаются в спортивной категории (Пеле, Павел Буре, Александр Овечкин и пр.), в политике, например, Дональд Трамп, Владимир Жириновский и пр.. Однако представители творческой сферы, такие как Опра Уинфри, Мадонна, Ксения Собчак, Ольга Бузова и пр. представляют самую большую категорию знаменитостей, в отношении которых ведутся исследования. В то время как эти три категории отражают высокий уровень внимания, которым они пользуются в средствах массовой информации, члены королевской семьи или члены семей высшей или низшей аристократии еще редко становились объектом научного интереса. В аналогичном ключе художники, бизнес-менеджеры и создатели контента были предметом лишь немногих исследований, несмотря на их известность и высокую заметность (упоминаемость) в различных средствах массовой информации.

Личные бренды в категории создателей контента в последние несколько лет вызывают все больший научный интерес, особенно у журналистов, блогеров и влогеров (видео-блогеров). В то время как личные бренды в категории «спорт» подчеркивают спортсмена в целом, в сфере профессиональных услуг было изучено множество различных профессий, таких как врачи и медсестры в области медицины, психологи, библиотекари и инженеры. Бизнес-менеджеры, например генеральные директора, представляют другую категорию, которая также подлежит изучению.

Число известных людей-брендов, которых помечают как «иконы» и изучают, пока очень невелико, что отражает их едва существующую доступность для исследовательских усилий. Британские

королевские особы, например, выступают как «культовые британские символы» [14]. Дэвид Бекхэм, который воплощает в себе множество мужественностей, включая романтического и сострадательного мужа, практического отца, легенду футбола и икону модного стиля [7], отражает социальный сдвиг в позиционировании себя как метросексуального человека [15].

Персональный брендинг дает своему обладателю определенные преимущества. В первую очередь, брендированный человек, как правило, выигрывает от личного брендинга, когда конкурирует за работу, стремится продвинуться в определенных профессиях или продвигается по карьерной лестнице, которая, в свою очередь, ведет к более высоким финансовым доходам. Это фундаментальное преимущество включает в себя другие специфические аспекты, такие как выгодные возможности поддержки спортсменов, бизнес-проекты знаменитостей с собственным брендом или трудоустройство на начальном уровне, а также премии за начальную зарплату на рынке труда. Хотя эти преимущества дифференцированы, личный брендинг также оказывает определенное влияние на индивидуальную личность. Непрерывная саморефлексия на протяжении всего процесса личного брендинга может привести к непрерывному обучению и, таким образом, позволить людям с брендом улучшить свои способности и достичь гораздо большего самосознания, самоуважения, уверенности в себе и самооценки. Публичная известность также является благотворным следствием персонального брендинга, повышая социальный капитал человека, пользующегося брендом.

Обращаясь к целевым группам персонального брендинга, следует отметить, что человеческие бренды в качестве рекламодателей являются основной движущей силой розничных продаж, когда продукты ассоциируются с ними. На рынке искусства, в частности, персональный брендинг служит средством снижения рисков и повышения готовности платить более высокую цену. Помимо коммерческих соображений, представляют интерес психологические аспекты, такие как привязанность потребителя к бренду, которая может способствовать созданию идентичности.

Многие ученые предполагают наличие кобрендинга, вытекающего из деятельности по личному брендингу, например, между обычными сотрудниками или генеральными директорами и компаниями. Кроме того, из-за перетекания и передачи смысла могут возникать преднамеренные и непреднамеренные эффекты между человеческими брендами, корпоративными брендами и брендами продуктов. Например, весь художественный бренд, из которого потребители черпают свои

суждения о неопределенном качестве продукта произведения искусства, является результатом побочных эффектов между человеческим брендом художника и произведениями искусства художника [12].

В целом, очевидно, что персональный брендинг - это междисциплинарная область, в которой исследованиям подходов к объяснению и развитию, ориентированных на брендинг, уделяется значительное, если не слишком большое внимание. Хотя некоторые ученые уже ссылаются на психологические модели и теории в своих исследованиях, компоненты «личного» и «человеческого» в персональном брендинге требуют ничуть не меньше внимания. Современный персональный брендинг не просто стал более медийным, сложным и многоуровневым. Совместное воздействие социальных, экономических и технологических достижений обеспечивает синергетический эффект и успешность процесса появления, развития и укрепления персонального бренда.

Библиографический список:

1. Бутенко Т., Грибановская С.В. Лидер предприятия (предприниматель) как персональный бренд// Интеграция науки и производства. 2019. № 6. С. 20-24.
2. Маслова В.М. Формирование и продвижение персонального бренда // Образование. Наука. Научные кадры. 2020. № 2. С. 150-152.
3. Мурадов Э.В. Специфика построения персонального бренда // В сборнике: Брендинг как коммуникативная технология XXI века. материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Под редакцией А.Д. Кривоносова. 2016. С. 201-202.
4. Соколова А.Д. Персональный бренд депутата// В сборнике: Брендинг как коммуникативная технология XXI века. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 202-203.
5. Bendisch F., Larsen G., Trueman M. Fame and fortune: a conceptual model of CEO brands. *Eur. J. Marketing*. 2013. № 47. P. 596-614.
6. Braudy L. (1997). *The Frenzy of Renown: Fame and its History*. New York, NY: Vintage Books.
7. Cocker H.L., Banister E.N., Piacentini M.G. Producing and consuming celebrity identity myths: unpacking the classed identities of Cheryl Cole and Katie Price // *Journal of Marketing and Management*. 31, 2015. P. 502-524.
8. Khamis S., Ang L., Welling R. Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers// *Celebrity Studies*. 8, 2017. P. 191-208.
9. Lindridge A., Eagar T. 'And Ziggy played guitar': bowie, the market, and the emancipation and resurrection of Ziggy Stardust// *Journal of Marketing and Management*. 31, 2015. P. 546-576.
10. Lunardo R., Gergaud O., Livat F. Celebrities as human brands: an investigation of the effects of personality and time on celebrities' appeal // *Journal of Marketing and Management*. 31, 2015. P. 685-712.
11. Mills S., Patterson A., Quinn L. Fabricating celebrity brands via scandalous narrative: crafting, capering and commodifying the comedian, Russell Brand // *Journal of Marketing and Management*. 31, 2015. P. 599-615.
12. Moulard J.G., Garrity C.P., Rice D.H. What makes a human brand authentic? Identifying the antecedents of celebrity authenticity // *Psychology and Marketing*. 32, 2015. P. 173-186.
13. Moulard J.G., Rice D.H., Garrity C.P., Mangus S.M. Artist authenticity: how artists' passion and commitment shape consumers' perceptions and behavioral intentions across genders // *Psychology and Marketing*. 31, 2014. P. 576-590.

14. Otnes C.C., Maclaran P. Royalty: marketplace icons. *Consump. Markets Cult.* 21, 2018. P. 65-75.
15. Parmentier M.A., Fischer E. How athletes build their brands. *Intern // Journal of Sport Management and Marketing.* 11, 2012. P. 106-124.
16. Preece C., Kerrigan F. Multi-stakeholder brand narratives: an analysis of the construction of artistic brands // *Journal of Marketing and Management.* 31, 2015. P. 1207-1230.
17. Rojek C. *Fame Attack: The Inflation of Celebrity and its Consequences.* London: Bloomsbury, 2012.
18. Schau H.J., Gilly M.C. We are what we post? self-presentation in personal web space// *Journal of the Consumer Researches.* 30, 2003. P. 385-404.
19. Thomson M. Human brands: investigating antecedents to consumers' strong attachments to celebrities// *Journal of Marketing.* 70, 2006. P. 104-119.

References

1. Butenko T., Gribovskaya S.V. Enterprise leader (entrepreneur) as a personal brand // *Integration of science and production.* 2019. № 6. P. 20-24.
2. Maslova V.M. Formation and promotion of a personal brand // *Education. The science. Scientific personnel.* 2020. № 2. P. 150-152.
3. Muradov E.V. The specifics of building a personal brand // In the collection: Branding as a communicative technology of the XXI century. materials of the II All-Russian scientific-practical conference with international participation. Edited by A.D. Krivonosov. 2016. P. 201-202.
4. Sokolova A.D. Personal brand of the deputy // In the collection: Branding as a communicative technology of the XXI century. Materials of the III All-Russian scientific-practical conference. 2017. P. 202-203.
5. Bendisch F., Larsen G., Trueman M. Fame and fortune: a conceptual model of CEO brands. *Eur. J. Marketing.* 2013. № 47. P. 596-614.
6. Braudy L. (1997). *The Frenzy of Renown: Fame and its History.* New York, NY: Vintage Books.
7. Cocker H.L., Banister E.N., Piacentini M.G. Producing and consuming celebrity identity myths: unpacking the classed identities of Cheryl Cole and Katie Price // *Journal of Marketing and Managemt.* 31, 2015. P. 502-524.
8. Khamis S., Ang L., Welling R. Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers// *Celebrity Studies.* 8, 2017. P. 191-208.
9. Lindridge A., Eagar T. 'And Ziggy played guitar': bowie, the market, and the emancipation and resurrection of Ziggy Stardust// *Journal of Marketing and Managemt.* 31, 2015. P. 546-576.
10. Lunardo R., Gergaud O., Livat F. Celebrities as human brands: an investigation of the effects of personality and time on celebrities' appeal // *Journal of Marketing and Managemt.* 31, 2015. P. 685-712.
11. Mills S., Patterson A., Quinn L. Fabricating celebrity brands via scandalous narrative: crafting, capering and commodifying the comedian, Russell Brand // *Journal of Marketing and Managemt.* 31, 2015. P. 599-615.
12. Moulard J.G., Garrity C.P., Rice D.H. What makes a human brand authentic? Identifying the antecedents of celebrity authenticity // *Psychology and Marketing.* 32, 2015. P. 173-186.
13. Moulard J.G., Rice D.H., Garrity C.P., Mangus S.M. Artist authenticity: how artists' passion and commitment shape consumers' perceptions and behavioral intentions across genders // *Psychology and Marketing.* 31, 2014. P. 576-590.
14. Otnes C.C., Maclaran P. Royalty: marketplace icons. *Consump. Markets Cult.* 21, 2018. P. 65-75.
15. Parmentier M.A., Fischer E. How athletes build their brands. *Intern // Journal of Sport Management and Marketing.* 11, 2012. P. 106-124.
16. Preece C., Kerrigan F. Multi-stakeholder brand narratives: an analysis of the construction of artistic brands // *Journal of Marketing and Management.* 31, 2015. P. 1207-1230.
17. Rojek C. *Fame Attack: The Inflation of Celebrity and its Consequences.* London: Bloomsbury, 2012.
18. Schau H.J., Gilly M.C. We are what we post? self-presentation in personal web space// *Journal of the Consumer Researches.* 30, 2003. P. 385-404.
19. Thomson M. Human brands: investigating antecedents to consumers' strong attachments to celebrities// *Journal of Marketing.* 70, 2006. P. 104-119.

Тишутин А.А.

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Управление» Российский Государственный Университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).

Одинцова О.В.

Кандидат психологических наук, доцент кафедры «Управление» Российский Государственный Университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).

Психологическое самочувствие заёмщика в кризисных условиях

Введение.

В связи с кризисной ситуацией в экономике, сложившейся на фоне вспышки пандемии в начале 2020 года и распространением заболеваемости, исследуя потребительское поведение и психологическое состояние россиян на современном этапе, необходимо учитывать как экономические факторы, так и психологические стороны при анализе модели поведения заёмщика. Исторический опыт свидетельствует, что часть населения всегда будут придерживаться «сберегательной» модели поведения в финансовых отношении, в то время как другая часть людей будут следовать «потребительской» модели. Кризисные явления в экономике лишь способствуют переходу части граждан из одной категории в другую, существенно не изменяя количество сторонников той или иной модели. Вместе с налаживанием экономической ситуации баланс между процессами инвестирования и кредитования восстанавливается. Тем не менее, в любых экономических условиях тренды банковской отрасли строятся не на отдельно взятых продуктах, ключевыми направлениями деятельности банков выступают меры по формированию лояльных клиентов, которые обращаются в полюбившийся банк по возникающим потребностям финансового характера.

Целью работы ставилось исследование психологического самочувствия заёмщиков в условиях экономического кризиса.

Материалы и методы.

В процессе исследования проблем психологического характера, сопровождающих граждан, вынужденных вступить в кредитные от-

ношения, были подвергнуты сравнительному анализу данные Единого федерального реестра [1], Федеральной службы государственной статистики [2], Объединенного кредитного бюро [3], Банка России [4] и рассмотрено исследование Раффайзенбанка об отношении российских граждан к кредитным банковским продуктам [5].

Результаты.

Здоровье людей в психологическом плане во всём мире после вспышки ковида изменилось, выдвинув на первый план проблемы финансового характера. Несмотря на данные официальной статистики, констатирующие, что российские граждане достойно справляются с последствиями кризиса, вызванного пандемией, количество банкротств граждан резко возросло. Так, за первое полугодие 2020 года, по данным судебного департамента, судами было открыто 55 тысяч дел о банкротстве физических лиц, что в 1,5 раза превышает показатели того же периода 2019 года [1].

Следует отметить, что в 2020 году суды в своём большинстве занимались рассмотрением дел, начатых еще до вспышки пандемии. По мнению экспертов, вал банкротств, обусловленных ситуацией с пандемией, ожидается к концу в 2021 года. Факторы, влияющие на **волну банкротств физических лиц в 2021 году следующие:**

безработица – количество безработных граждан за 2020 год увеличилось на 1,2 млн человек, в октябре 2020 года остались без источника дохода 6,3% работоспособного населения [2].

рост цен – потребительские товары за год выросли в цене на 14% [2];

снижение доходов граждан – за январь-сентябрь 2020 года доходы наших соотечественников снизились на 4,3%, сильное снижение было зафиксировано во втором квартале 2020 года, упав на 8,4% [2];

закредитованность физических лиц – объём просроченных кредитов граждан с 1 января 2020 года увеличился на 22%, составив 890 млрд. рублей. Количество потенциальных банкротов заёмщиков с задолженностью свыше 500 тыс. рублей и просрочкой платежей более чем на 90 дней за год выросло на 25%, а под критерии неплатежеспособности попадает 1,12 млн. россиян [3];

отсутствие помощи – нежелание банков содействовать снижению финансовой нагрузки и реструктуризировать кредитные обязательства от 30 до 43% заёмщиков [4].

Как показывают исследования, причины неплатежей по кредитным обязательствам у заёмщиков абсолютно разные, отличается и поведение должников при возникновении финансовых трудностей.

Под психологическим углом зрения, должник – это субъект финансовых отношений, имеющий кредитные обязательства или непогашенную задолженность перед кредитором. Для экспертов-психологов, в отличие от специалистов экономической и социологической сфер, наибольший интерес представляет исследование психологического состояния и отношения к наличию у человека долговых обязательств и возможностям возврата долга кредитору. Важность представляют такие моменты, как: выбор стратегии в ситуации, когда заёмщик не имеет желания или возможностей выполнить условия кредитного договора; эмоциональное состояние должника при этом; думает ли заёмщик о ресурсах, которые он может задействовать в этой ситуации.

В психологии используют следующее определение: должник – это заемщик с имеющейся непогашенной задолженностью, то есть попавший в ситуацию, когда не смог выполнить кредитные обязательства в срок в прошлом или не имеет возможности выполнить в настоящее время. Психологический аспект данной ситуации имеет в виду неисполнение заёмщиком принятых условий кредитного договора, нарушение поведения добросовестного заёмщика и незавершенного исполнения обмена ресурсами с кредитором.

В исследованиях психологического состояния заёмщика учёные выяснили, что существует категория заёмщиков, оказавшаяся в кредитных отношениях с банками, в силу сложившихся непредвиденных обстоятельств (например, необходимость оплаты ремонтных работ в затопленной квартире, операции близкого родственника или покупка собственного жилья, а собственных денежных средства на тот момент было недостаточно). Экспертов в сфере психологии волнуют вопросы, являются ли люди, попавшие в такие ситуации «случайными должниками», совершившими необдуманный, импульсивный поступок или относятся к категории людей, принявших осознанное решение и использующие в кризисной ситуации заёмные средства для решения возникшей проблемы «здесь и сейчас».

Рассматривая ситуации экономических потрясений в аспекте психологического состояния заёмщиков, можно предположить, что увеличение суммы долговых обязательств по кредитам может быть обусловлено независимыми от личности человека, берущего кредит, обстоятельствам (в частности, сокращением доходов из-за нестабильной занятости, роста потребительских цен или экономического кризиса в стране, существенного снижения доходов в случае потери работы, и т.д.). Таким образом формируется ряд «закоренелых» должников, то есть закредитованных и не погашающих долг по кре-

дитным обязательствам. В сложившейся ситуации от личностных характеристик заёмщика зависит, сможет ли человек не впасть в финансовый стресс, найти ресурсы на погашение кредита и с достоинством найти решение в сложных жизненных условиях.

Также не следует упускать из вида, что существует такой тип заёмщиков, как «закоренелые» должники – граждане, привыкшие к приобретениям в кредит и получающие удовольствие от процесса кредитования.

В мае 2021 года эксперты Райффайзенбанка провели исследование среди 700 человек старше 18 лет из 16 крупных российских городов, направленное на изучение отношения российских граждан к кредитным предложениям банковского сектора, в ходе которого были получены данные, о том, что 12% респондентов ни разу не пользовались кредитным продуктом (кредитом или кредитной картой) [5].

Почти половина граждан (47%), никогда не имевших дело с кредитами, считает условия их предоставления невыгодными (рис. 1).

Информация, которой располагает бюро кредитных историй, также подтверждает достоверность результатов этого опроса. Так, в базе Национального бюро кредитных историй (НБКИ) имеются сведения о 101 млн. человек, долю россиян, ни разу не получавших кредиты, можно оценить в 8–10% [4].

Из 88% опрошенных, подававших заявку на кредит, 23% обращались к кредитным средствам только однажды, 65% – много раз.

Наибольшую популярность среди кредитных банковских продук-

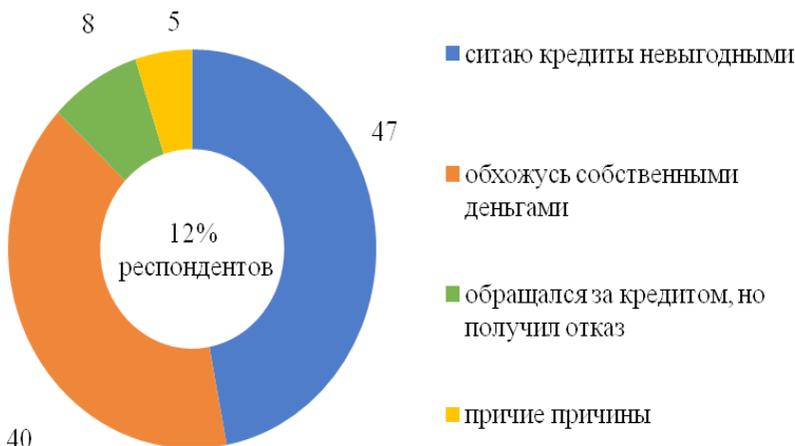


Рисунок 1. Распределение ответов респондентов, ни разу не обращавшихся за кредитами, %.

тов у россиян имеет кредитная карта, активно используют её преимущества 69% участников опроса. К потребительскому кредитованию обращались 45% респондентов, к ипотечным кредитам прибегали – 24%. Наименьшую заинтересованность вызывают автокредиты: к их помощи прибегали 9% заёмщиков, участвовавших в исследовании.

Большую часть своего дохода тратят на обслуживание кредита 15% опрошенных граждан, 20% тратят на погашение кредитных обязательств 30-40% заработка. При этом около 15% респондентов не имеют представления о возможности рефинансирования кредита. Большая часть заёмщиков, воспользовавшихся такой возможностью (58%), после процедуры рефинансирования кредита уменьшили ежемесячный платеж на 1500-5000 руб., при этом 59% респондентов потратили высвободившиеся средства на свои текущие расходы.

В целом, сохранить относительно благополучное психологическое состояние в период пандемии смогла одна треть россиян, остальные граждане в той или иной степени столкнулись с негативными последствиями, негативно отразившимися на их психологическом и социальном здоровье.

Так, люди чаще всего говорили о трёх чувствах, описывая свое психологическое состояние, - это спокойствие/уравновешенность (44%), тревога (28%) и безразличие/апатия (12%). Примерно так же россияне характеризуют и свое ближнее окружение (33%, 31%, 14% соответственно). Только 13% еще и добавляют, что вокруг очень много «раздраженных» людей.

Обсуждение.

Эксперты психологической науки отмечают наличие зависимости психического самочувствия и физического здоровья человека от наличия долговых обязательств. В частности, исследования доказывают, что у высокоответственной группы заёмщиков наличие просрочек по кредитным обязательствам вызывает стресс, бессоницу и чувство апатии. Также надо отметить, что сильные эмоциональные переживания оборачиваются повышением давления, инсультами, инфарктами и т.п.

По мнению специалистов-психологов, существует тип людей, имеющих склонность к постоянной тяге занимать денежные средства в силу свойств своего характера, которые зачастую безответственно подходят к кредитованию, не заботясь насчёт возврата долговых обязательств.

Рассматривая причины, обуславливающие попадание заёмщиков в ситуацию просрочки платежа и зависание в ней, следует

выделить: превалирование мотивов кредитования, содержащих гедонистическую ориентацию и «мораль убежания вперед» при отсутствии готовности или возможности выкупить приобретенные товары своим трудом, низкий уровень финансового достатка. Такая группа должников слабо ориентирована на явное и самостоятельное решение выхода из долговой проблемы. Действия такой категории заёмщиков в условиях просроченного кредитного платежа имеют разные вектора, но в конечном счёте, либо отдаляют решение возникшей проблемы (защитное поведение), либо не нацелены на её решение и предусматривают привлечение ресурсов других людей (позиция разделенной субъектности).

Отметим, что в психологической науке не сформирован единый портрет должника. Можно только довольно приближенно отнести проблемных заёмщиков к группе людей, которые объединены не уровнем дохода или образования.

Выделим три типа должников:

1) гедонисты – люди, слабо ориентированные на прямое и самостоятельное решение проблем финансового характера;

2) должники, готовые к решению финансовых вопросов и имеют в своём арсенале больше возможностей по сравнению с представителями других типов – материальных, образовательных, информационных, социально-сетевых.

3) заёмщики, находящиеся в состоянии шока от возникших трудностей в финансовой сфере, у представителей этой группы существуют сложности с преодолением финансовых препятствий, возможно из-за отсутствия постоянного дохода.

Заключение.

Вспышка заболеваемости коронавирусной инфекцией затронула всех людей, независимо от уровня доходов, возраста и места жительства. На фоне общей сплочённости перед врагом здоровья люди стали выше ценить поддержку близких и государства. Со стороны государственных структур в плане финансовой поддержки сделано очень много для оказания помощи наиболее уязвимым категориям граждан или отраслям бизнеса, пострадавшим от ограничительных мер. Центральным банком России также были реализованы направления по поддержке граждан и бизнес-структур: предоставление льготного периода по отсрочке платежей по кредитам и займам заёмщикам, которые столкнулись с трудной жизненной ситуацией и падением доходов более, чем на 30% [4]. Эти направления позволили избежать россиянам обвала в бедность, снизить социальную и пси-

хологическую напряженность в обществе. Тем не менее, пандемия вызвала среди населения рост пессимистических настроений, озабоченность по поддержанию уровня своих доходов и тревогу за своё финансовое состояние.

Поэтому сейчас для стабилизации обстановки и устранения последствий пандемии, крайне важно справиться с трудностями и сохранить психологическое здоровье заёмщиков, подбирая оптимальные способы психологической поддержки должников и финансовой социализации граждан.

Библиографический список:

1. Единый федеральный реестр. // URL: <https://bankrot.fedresurs.ru/?attempt=1>. (дата обращения: 29.08.2021).
2. Федеральная служба государственной статистики. // URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13211>. (дата обращения: 29.08.2021).
3. Объединенное кредитное бюро. // URL: <https://bki-okb.ru/press/news>. (дата обращения: 29.08.2021).
4. Банк России. // URL: <https://www.cbr.ru/>. (дата обращения: 29.08.2021).
5. Исследование Раффайзенбанка. // URL: <https://www.raiffeisen.ru/about/press/releases/190560/>. (дата обращения: 29.08.2021).

References

1. Unified Federal Register. // URL: <https://bankrot.fedresurs.ru/?attempt=1>. (29.08.2021).
2. Federal State Statistics Service. // URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13211>. (29.08.2021).
3. United Credit Bureau. // URL: <https://bki-okb.ru/press/news>. (09.08.2021).
4. Bank of Russia. // URL: <https://www.cbr.ru/>. (29.08.2021).
5. Research of Raiffeisenbank. // URL: <https://www.raiffeisen.ru/about/press/releases/190560/>. (29.08.2021).

Губачёв Н.Н.

Кандидат философских наук,
доцент кафедры «Управление» ФГБОУ ВО
Российские Государственный Университет имени А.Н. Косыгина.

Титов В.Н.

Доктор экономических наук,
профессор кафедры «Управление» ФГБОУ ВО
Российские Государственный Университет имени А.Н. Косыгина.

Политика управления государственным долгом

Введение.

В период введения второго этапа санкций, начавшегося с 15 апреля 2021 года, Правительству России пришлось столкнуться с новыми трудностями, ставящими перед российской экономикой ряд ограничений, непосредственно влияющих на процесс управления государственным долгом и выдвигающими комплекс задач при реализации вопросов долговой политики. В целом этот этап санкций не генерирует рисков в ближайшей перспективе, однако в будущем возможно сдерживание российской экономики и торможение в финансовом секторе. Экспансия санкций диктует необходимость приложения усилий и принятия новых правил игры на долговом рынке. Негативное отношение к российским фондам способствует увеличению стоимости заимствований, мешая проведению переговоров, таким образом, снижая потенциал сделок по инвестированию и вероятность экономического роста для частного бизнеса. Сложившиеся обстоятельства, наряду с возрастанием геополитического накала в отношениях, существенно ослабили национальную валюту, привели к росту инфляции, падению цен на отечественные активы, подрыву показателей кредитоспособности для российских инвестиционных компаний. Актуальность темы исследования заключается в том, что в сложившихся условиях Минфину предстоит приспособлять государственную политику в сфере заимствований к сложившимся реалиям, оперативно внося изменения в стратегию участия России в рынках долговых отношений в роли заёмщика, разработать ряд мер, способных сохранить присутствие в операциях по государственному заимствованию.

Целью данной работы поставлено исследование проблем, стоящих перед Министерством финансов Российской Федерации при реализации направлений политики управления государственным долгом.

Материалы и методы.

В ходе работы над исследованием проблем реализации направлений политики управления государственным долгом были изучены нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность Министерства финансов России и направления политики управления государственным долгом [1, 2, 4], изучены работы экспертов финансового рынка [5, 6] и проведён анализ перспектив развития рынка российского государственного долга [3]. Задача исследования состоит в рассмотрении текущего состояния российского государственного долга и формировании основных трендов на ближайшую перспективу в финансовом секторе.

Результаты.

Государственный долг, согласно нормам российского законодательства, представляет собой «...долговые обязательства Российской Федерации..., возникшие в результате государственных заимствований Российской Федерации, а также долговые обязательства по государственным гарантиям, предоставленным Российской Федерацией...» [1].

В более широком смысле, государственный долг складывается из средств, заимствованных Правительством для оплаты расходной части бюджета. Государственный долг России формируется внутренними и внешними долговыми обязательствами Правительства РФ, а также долгами регионов и муниципальных образований.

На 1 августа 2021 года размер внутреннего государственного долга равен 16 339 568 млрд. рублей, внешний государственный долг составил 58 691,80 млн. долларов США [2].

Российская политика управления государственным долгом в последние годы носит консервативный характер, несмотря на тенденцию постепенного (до 2020 года) увеличению объёмов и внутренних и внешних заимствований. Следует отметить, что на протяжении периода с 2017-го по 2021-й годы доля внешнего государственного долга находится на уровне 20-25% (рис. 1).

Государственный долг Российской Федерации распределяется следующим образом [1]:

- привлечённые кредиты;

- государственные ценные бумаги (ГЦБ);
- государственные гарантии;
- иные долговые обязательства, переоформленные в государственный долг.

Рассматривая критерии, влияющие на политику управления государственным долгом, формируемую и реализуемую Минфином Российской Федерации, следует отнести следующие факторы [2]:

1) макроэкономическую ситуацию при осуществлении долговой политики;

2) положение внутреннего рынка капитала, являющегося главным источником при финансировании бюджетного дефицита;

3) использование бюджетного правила, закрепляющего накопление доли от нефтегазовых доходов в автономных фондах бюджетной системы;

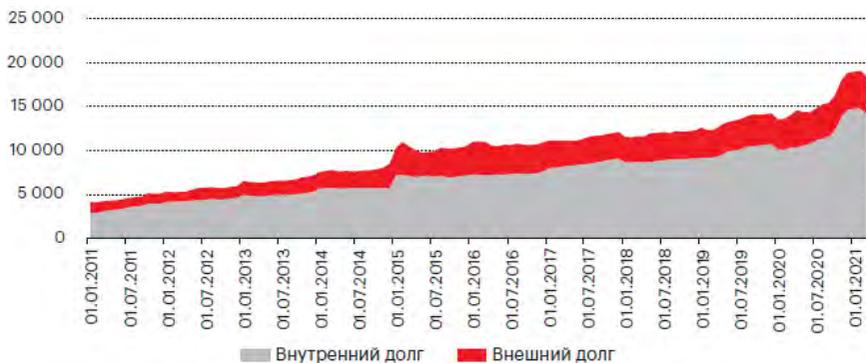
4) активное применение государственных гарантий;

5) уровень государственного долга по отношению к другим государствам, выступающий при низких значениях залогом стабильности, привлекательности для инвестирования и определяющим кредитный рейтинг;

6) поддержку корпоративных бизнес-структур в привлечении займов зарубежного капитала.

Политика управления государственным долгом формируется и реализуется уполномоченными органами властных структур с учётом обеспечения потребностей органов власти субъектов Российской Федерации в долговом финансировании. Эффективность

Рисунок 1. Динамика российского внутреннего и внешнего государственного долга, 2011-2021 гг.



Источник: [3].

управления государственным долгом обеспечивается своевременным и полным осуществлением долговых обязательств при сведении к минимуму затрат по обслуживанию займа и поддержанием структуры и объёма долговых обязательств, когда исключается неисполнение договорных условий, включая реструктуризацию государственного долга [4].

Развёрнутое толкование понятия управления государственным долгом подразумевает процесс принятия и выполнения мероприятий, способствующих привлечению требуемых для развития страны и регионов заёмных средств при одновременном поддержании баланса между риском и стоимостью заимствований.

При осуществлении направлений политики управления госдолгом, региональным органам исполнительной власти необходимо следить за объёмами накопленных заёмных средств, темпами их роста и структурой задолженности, не снижая при этом уровня платежеспособности субъекта Российской Федерации и поддерживая возможность обеспечить экономическое развитие региона.

Управление госдолгом охватывает следующие взаимосвязанные направления деятельности:

Изучение тенденций в принятии институциональных решений в сфере государственных финансов, свидетельствует, что направ-

Рисунок 1. Направления государственной политики в области управления государственным долгом.



Источник: [2].

ления политики управления государственным долгом реализуются непосредственно государственными органами. Органы государственной власти достигают целей, определённых долговой политикой согласно выработанной стратегии с помощью рыночных операций.

Структуры, осуществляющие управление государственными заимствованиями, используют институциональные модели, классифицируемые по ряду признаков. Практика управления государственным долгом в зарубежных государствах позволяет выделять основные модели управления кредитными обязательствами государств [5]:

- министерская – модель управления госдолгом, в которой функции сосредоточены и координируются в департаменте министерства, цели определяются бюджетной политикой;

- банковская – модель, при которой управление осуществляется департаментом, расположенном в центральном банке, цели и стратегия зависят от направлений денежной политики;

- агентская модель – модель, предполагающая сосредоточение функций управления в независимой организации и прозрачность операций, задачи и стратегия согласуются с министерством.

Первые две модели управления государственным долгом имеют ряд существенных недостатков, обусловленных зависимостью стратегии и задач от реализации финансовой политики государства, вызывая конфликт интересов в связи с противоречивостью целей. Поэтому опыт политики управления государственными заимствованиями зарубежных государств показывает, что наибольшую популярность имеет смешанная модель.

Однако, смешанная модель, основанная на децентрализации функций, как правило, оказывает негативное влияние на решение поставленных задач по управлению внутренним и внешним долгом государства, финансовыми ресурсами государственного бюджета, активами или обязательствам. Так, наименьшую результативность показывает модель управления госдолгом, которая распределяет функции управления государственными обязательствами между разными институтами – департаментом Минфина, Центробанком и агентством.

Обсуждение.

В настоящее время российская экономика имеет значительный запас резервов, аккумулированных в Фонде национального благосостояния, а также располагает механизмами, способными обеспе-

чить внутренний финансовый рынок ликвидностью. Центральный банк в рамках антикризисного механизма кредитует коммерческие банки, предоставляя им возможность инвестировать средства в государственные бумаги, вызывающие привлекательность для сектора коммерческих банков в связи со снижением кредитного потенциала других заемщиков [3].

Помимо этого, смягчение монетарной политики и переход к нейтральным процентным ставкам в размере 5-6% предоставляют дополнительные стимулы для привлечения финансовых партнёров, вызывая привлекательность на фоне низких процентных ставок в развитом мире.

Следует отметить, что долговые обязательства государственных компаний и муниципальных органов власти также на текущий момент не угрожают устойчивости российского долгового рынка.

Заключение.

Таким образом, результаты проведённого исследования свидетельствуют о том, что в ситуации, когда российское государство остро нуждается в заимствовании денежных средств, на фоне обострения политической ситуации и введения экономических санкций западными государствами, значительно влияющих на доступность внешних источников государственного долга, Минфину России следует более тесно сотрудничать с внутренними инвесторами для удовлетворения потребностей в финансовых ресурсах дефицита бюджета. В то же время Банку России необходимо оказать поддержку ликвидностью российских банков для функционирования на рынке облигаций федерального займа. Таким образом, введение на российский внутренний долговой рынок новых финансовых инструментов позволит Минфину расширить круг инвесторов внутреннего рынка долговых обязательств.

Стараниями российского государства и других мировых держав организуются партнёрские отношения с финансовыми институтами (Евразийским банком развития, Новым банком развития БРИКС и др.), которые способны в ближайшей перспективе кинуть вызов в экономическом взаимодействии Международному валютному фонду и Всемирному банку при осуществлении кредитных операций, что, в конечном счете, будет содействовать объективной оценке финансовых возможностей стран-заёмщиков и позволит сформировать лояльные кредитные принципы и политику управления государственным долгом для участников этих союзов [6].

Библиографический список:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 15.07.2021). // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/6a1a3f928f298295262a2ffa447c523e4f6b2c33/. (дата обращения: 23.08.2021).
2. Министерство финансов российской Федерации. Основные направления государственной долговой политики Российской Федерации на 2017-2019 гг. // URL: https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/policy/. (дата обращения: 23.08.2021).
3. АО «Эксперт РА» Макроэкономический анализ. Россия, Апрель 2021 г. // URL: https://www.raexpert.ru/researches/public_debt_2021/. (дата обращения: 23.08.2021).
4. Рекомендации по проведению субъектами Российской Федерации ответственной заемной/долговой политики (утв. Минфином России). 2015 г. // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_190841/. (дата обращения: 23.08.2021).
5. Урумов Т.Р. Практика управления государственным долгом в условиях глобализации // Финансовый журнал, 2013. № 4. С. 129-134.
6. Цареградская Ю.К. Методы управления государственным долгом: финансово-правовое регулирование // Государственный и муниципальный финансовый контроль. 2016. № 2. С. 35-38.
7. Министерство финансов российской Федерации. Основные направления государственной долговой политики Российской Федерации на 2017-2019 гг. // URL: https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/policy/. (дата обращения: 23.08.2021).

References

1. Budget Code of the Russian Federation of July 31, 1998 N 145-FZ (as amended on July 1, 2021, as amended on July 15, 2021). // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/6a1a3f928f298295262a2ffa447c523e4f6b2c33/. (23.08.2021).
2. Ministry of Finance of the Russian Federation. The main directions of the state debt policy of the Russian Federation for 2017-2019 // URL: https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/policy/. (23.08.2021).
3. JSC "Expert RA" Macroeconomic analysis. Russia, April 2021 // URL: https://www.raexpert.ru/researches/public_debt_2021/. (23.08.2021).
4. Recommendations for the implementation of responsible borrowing / debt policy by the constituent entities of the Russian Federation (approved by the Ministry of Finance of Russia). 2015 // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_190841/. (23.08.2021).
5. Urumov T.R. The practice of public debt management in the context of globalization // Financial Journal, 2013. № 4. P. 129-134.
6. Tsaregradskaya Yu.K. Methods of public debt management: financial and legal regulation // State and municipal financial control. 2016. № 2. P. 35-38.
7. Ministry of Finance of the Russian Federation. The main directions of the state debt policy of the Russian Federation for 2017-2019 // URL: https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/policy/. (23.08.2021).

Усик С.П.

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Социологии и рекламных коммуникаций» ФГБОУ ВО
Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина.

Эффективность рекламных кампаний в интернете: подходы к оценке результативности

Введение.

В последние годы происходит активное развитие дистанционно-го формата продажи товаров и оказания услуг с помощью Интернета, стимулируя популярность рекламных компаний в интернете. Сегодня перед каждой организацией-поставщиком товаров или услуг встаёт объективная необходимость использования Интернета в качестве дополнительного инструмента в конкурентной борьбе за свою целевую аудиторию. Интернет-реклама набирает популярность в качестве важнейшего способа влияния на покупательский спрос и подготовки потребителей к покупкам. Многочисленные исследования, проводимые различными компаниями с начала 1990-х годов, ставших отправной точкой активного распространения интернет-технологий, показали, что более двух третей пользователей интернета сначала изучают информацию о продуктах и услугах на веб-ресурсах, лишь потом совершают покупку.

Понятие «онлайн реклама» имеет невероятно широкое значение и относится к таким рекламным кампаниям в Интернете, как рекламные баннеры, контекстная реклама, информация в социальных сетях, динамическое перераспределение, рассылка на почтовые адреса потенциальных потребителей и поиск ключевых слов. Интернет-ресурсы также способствуют развитию новых платформенных площадок для размещения рекламной информации, которые в современной мире становятся неотъемлемым элементом маркетинговой стратегии каждой успешной фирмы. Расширение возможностей рекламных акций с помощью интернет-технологий стимулирует разработку и внедрение новых форматов и способов рекламных компаний, направленных на привлечение широкого круга потребителей.

В то же время трансформация рекламных инструментов и растущее количество форматов и площадок для размещения реклам-

ных материалов вызывает необходимость новых подходов к оценке результативности рекламных интернет-компаний. Новые способы рекламы в социальных медиа значительно повышают результативность рекламных мероприятий, открывая новые возможности для взаимоотношений покупателей с различными брендами.

Цель работы – рассмотрение эффективности различных способов рекламных компаний в Интернете и определение современных подходов к оценке их результативности.

Материалы и методы.

В работе были использованы исследования экспертов в сфере рекламы и интерактивных инструментов рекламных компаний [1, 2] и результаты отчёта о влиянии пандемии на рынок интерактивной рекламы в Российской Федерации Бюро интерактивной рекламы (IAB), проведённого методом анкетирования 236 компаний-членов IAB Russia в сентябре 2020 года [3].

Результаты.

Возможности современных глобальных рынков по привлечению целевой аудитории, расширение круга потребителей и трансформация инструментов рекламных компаний в Интернете вызывают необходимость формирования новых подходов к оценке эффективности рекламы и результативности рекламных интернет-компаний. Основной задачей становится мониторинг результативности онлайн-рекламы.

Рекламная активность, как и другие виды маркетинговой деятельности, имеющая определённые ориентиры относительно целевой аудитории, требует оценки своей эффективности, что обусловлено и таким немаловажным фактором как высокая затратность проведения рекламных кампаний. Оценка эффективности рекламной деятельности даёт возможность получить информацию о целесообразности проводимых рекламных мероприятий, условий её наилучшего воздействия на потребителей, а также результативности отдельных способов её доведения.

В научной литературе отсутствует единая общепринятая методика оценки рекламной деятельности и сферы интернет-рекламы. Для этой цели могут быть использованы различные инструменты и техники.

Обычно, оценивая результативность направлений рекламной деятельности, специалисты сопоставляют величину рекламных затрат и дополнительный товарооборот, который был зафиксирован

после проведения рекламной кампании. Однако, учитывая, что реклама является комплексом мероприятий, она нуждается в целостной оценке её эффективности.

В настоящее время можно выделить три основных подхода к оценке результативности рекламы, относящиеся также к рекламе в интернете:

- 1) оценка эффективности отклика от рынка;
- 2) оценка эффективности дополнительного объёма продаж от проведённой рекламной кампании и затрат на её реализацию;
- 3) экспертная оценка эффективности на основании сбора статистических показателей [1].

Каждый из трёх приведённых подходов имеет как ряд преимуществ, так и недостатков и особенности использования. Первый подход подразумевает, что функция отклика от присутствия на рынке может быть описана явно и выражена аналитически или неявно в форме включения в основную формулу коэффициента эффективности рекламы.

Второй вариант строится на предположении о возможности аналитического выражения зависимости между затратами на проведение рекламных мероприятий и отдачей от них. Ключевой предпосылкой оценки эффективности рекламной кампании выступает желание организации к получению максимальной прибыли. Считается, что эффективная реклама должна приносить доход, то есть полезный экономический результат от её использования должен превышать затраты на её подготовку и реализацию.

В качестве третьего подхода рассматривается наиболее простой метод оценки результатов рекламной деятельности – сравнительный подход, включающий в себя три подгруппы оценки результатов применения рекламы:

- оценка общих показателей экономической эффективности рекламной деятельности (дополнительного товарооборота, дополнительной выручки и прибыли);
- оценка качественных показателей результатов рекламного воздействия (число привлечённых покупателей, количество покупок или заказов на покупку);
- оценка показателей планирования на медиаресурсах, показывающих условную оценку эффективности рекламного воздействия (стоимость доведения рекламы до представителей целевой аудитории, число лиц аудитории рекламного средства в расчёте на единицу денежных затрат на это средство, доля лиц, сославшихся на тот или иной вид рекламы) [2].

Анализ эффективности деятельности бизнеса или отдельных составляющих его деятельности неразрывно связан с формированием перечня критериев и системы показателей. Критерии оценки деятельности рассматривают с точки зрения экономической части, при этом в числовой вид переводится и качество выпускаемой продукции.

Для оценки результата проведения рекламной кампании могут быть использованы два критерия: по психологии воздействия на потребителя, который может означать рост лояльности к бренду, и по экономической эффективности, означающей, например, увеличение количества продаж.

Первый критерий определяет уровень влияния рекламы на потенциального потребителя, ее запоминаемость и мотивационные аспекты. Для оценки рекламы по данному критерию используются три методики: опрос, наблюдение и эксперимент.

Критерии оценки эффективности управления – это специфические показатели, которые позволяют оценить целесообразность и результативность внедрения тех или иных мероприятий. В целом, составляющие эффективности рекламной кампании разделяется на следующие критерии (рис. 1).

Анализ эффективности рекламной компании проводится с помощью оценки эффективности проводимых предприятием рекламных мероприятий и используемых в них рекламных инструментов по двум основным направлениям:

- оценка экономической эффективности;
- оценка коммуникативной (психологической) эффективности.

Результаты исследования Бюро интерактивной рекламы (IAB), проведённого методом анкетирования 236 компаний-членов IAB

Рисунок 1. Элементы эффективности рекламной компании.



Источник: составлено автором.

Russia в сентябре 2020 года, показали основные тренды в развитии интернет-рекламы. Так, 45% респондентов считают, что объём российского рынка интерактивной рекламы будет расти, 15% опрошенных считают, что рынок в ближайшее время не изменится, 41% полагают, что максимум негативного влияния эпидемии на индустрию уже пройден. В своём большинстве (92%) участники опроса согласны с утверждением, что эпидемия коронавируса приведёт к изменениям во всех сегментах рынка.

Обсуждая текущее состояние в секторе интернет-рекламы, 52% респондентов отметили, что в настоящее время продолжают сталкиваться с консервативным подходом партнёров к бюджетам, которые используют заморозку и перенос бюджетов, запланированных на рекламные акции. 44% опрошенных отметили, что изменения в запросах клиентов и контрагентов связаны с возвращением отложенных бюджетов и продолжением рекламной активности. Пик влияния эпидемии на бизнес-процессы пришелся на май 2020 года, когда о явных изменениях в работе с партнёрами и клиентами сообщало большинство опрошенных. К июлю-августу 2020 года значительно сократилось количество респондентов, столкнувшихся с переносами, отменой рекламных бюджетов, тендеров, контрактов.

Рассматривая сложности, обусловленные переходом на дистанционный формат работы, респонденты отметили снижение производительности труда с переходом на удалённую форму работы. 22% опрошенных указывают на то, что с переходом на удалённую форму работы никаких сложностей в работе не возникло, 19% респондентов считают, что ухудшилось качество коммуникации в процессе работы, 15% - столкнулись с трудностями с документооборотом, 15% - с трудностями во взаимодействии.

При исследовании положительных бизнес-практик периода самоизоляции, которые следует продолжить и в будущем, выяснилось, что 89% респондентов в дальнейшей деятельности планируют сохранить возможность удалённую форму работы, 81% планируют продолжить встречи с контрагентами в режиме онлайн, 74% участников исследования указали, что в дальнейшем продолжат использовать каналы онлайн коммуникации, 67% - продолжат использовать электронный документооборот, 48% - проводить вебинары для своих сотрудников.

Таким образом, участники рынка интерактивной рекламы планируют и в дальнейшем использовать удалённую форму взаимодействия со своими клиентами, подтверждая востребованность рекламных кампаний в сети Интернет.

Обсуждение.

Выход на рынок и успешная деятельность предприятия не может в условиях трансформации глобальных мировых рынков и стремительной цифровизации всех отраслей экономики игнорировать необходимость тесного взаимодействия с интернет-ресурсами и социальными медиа.

Во-первых, Интернет сегодня – это ресурс, собирающий потенциальных потребителей различных товаров и услуг. Как показывают исследования, практически половина из пользователей различных социальных сетей заходят на свою страничку как минимум раз в день. Именно этот факт обуславливает эффективность рекламных компаний в Интернете.

Во-вторых, благодаря развитию социальных медиа-площадок бизнес-деятельность и продукция активно обсуждается пользователями вне зависимости от участия самой компании в этой дискуссии. Фигурирование в обсуждениях и наличие положительных оценок потребителей способствует для компании укреплению лояльности к фирменному бренду и может помочь в организации группы поддержки среди клиентов.

В-третьих, причастность к обсуждениям и сравнения фирменного бренда компании с конкурентами способствует укреплению позиций на рынке. Так, исследования, проводимые среди онлайн-покупателей, свидетельствуют, что потребители оценивают продукцию или услуги, которые планируют приобрести, опираясь на мнения пользователей социальных медиа.

В-четвертых, не следует не учитывать тот факт, что интернет-ресурсы и социальные медиа представляют собой самую крупную фокус-группу, позволяющую взаимодействовать с потенциальными потребителями напрямую и очень быстро узнавать как о недостатках продукции, так и о положительных сторонах.

Также следует подчеркнуть, что представленность в сети Интернет способствует росту общей лояльности потребителей товаров и услуг, так как опросы показывают, что большая часть пользователей социальных медиа, с большей вероятностью приобретут продукцию бренда, за которым они следят в сети Интернет, а более двух третьих, скорее всего, дадут положительные рекомендации своим друзьям и знакомым.

Заключение.

Конечным результатом любой рекламной компании, не только проводимой в социальных медиа и на интернет-платформах, явля-

ется доход, превышающий затраты на её реализацию. С этой целью очень важно оценивать эффективность проводимых мероприятий на всех этапах реализации рекламной компании и добиваться повышения результативности вложенных усилий.

Следует отметить, что при оценке эффективности рекламы, также важно учитывать жизненный цикл клиента (LTV) для понимания объёмов выручки, поступившей от клиента за время сотрудничества.

Несмотря на то, что на первый взгляд может показаться, что процесс оценки результативности рекламной компании является сложным, затратным и длительным направлением, он выступает необходимым элементом бизнес-процесса для всех компаний, желающих грамотно планировать рекламные бюджеты и оптимизировать затраты, стремясь к увеличению прибыльности своей деятельности.

Библиографический список:

1. Блюм М.А., Молоткова Н.В. Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности: учебное пособие / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. 160 с.
2. Ягодкина М. Реклама в коммуникационном процессе. Учебное пособие. Стандарт третьего поколения // М. Ягодкина, А. Иванова, М. Сластужинская. Москва: Гостехиздат, 2019. 304 с.
3. Результаты исследования IAB Russia: влияние коронавируса на рынок интерактивной рекламы, сентябрь 2020. // URL: <https://iabrus.ru/projects/1849>. (дата обращения: 03.10.2021).
4. Ананченкова П.И. Совершенствование имиджа как фактор конкурентоспособности высшего учебного заведения (организационно-методические аспекты) // Дисс. ... к.э.н. – М., 2009.

References

1. Bloom M.A., Molotkova N.V. The basics of using advertising media in commercial activities: a tutorial / M.A. Blum, N.V. Molotkov. - Tambov: Publishing house of Tamb. state tech. University, 2006.160 p.
2. Yagodkina M. Advertising in the communication process. Tutorial. Third generation standard // M. Yagodkina, A. Ivanova, M. Slastushinskaya. Moscow: Gostekhizdat, 2019. 304 p.
3. Results of the IAB Russia study: the impact of coronavirus on the interactive advertising market, September 2020. // URL: <https://iabrus.ru/projects/1849>. (03.10.2021).
4. Ananchenkova P.I. Improving the image as a factor in the competitiveness of a higher educational institution (organizational and methodological aspects) // Diss. ... Ph.D. - M., 2009.

Горский А.А.

*Старший преподаватель кафедры управления
Московского государственного университета
имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).*

Волонтерство как профессиональная деятельность

Введение.

Волонтерская деятельность включает в себя широкий круг занятий добровольцев: в виде традиционной помощи нуждающимся людям, в форме официального предоставления определённого комплекса услуг и посредством гражданского участия в мероприятиях. Услуги волонтеров оказываются на добровольной основе и направлены на благополучие общества, добровольцы не рассчитывают на денежное вознаграждение ни от получателей помощи ни от организаций, осуществляющих координацию волонтерской деятельности.

В последнее время во всём мире наблюдается рост количества людей, вовлекаемых в волонтерскую деятельность на профессиональной основе. Поэтому особую актуальность приобретают вопросы использования труда добровольцев, организация и планирование их работы, привлечение к участию в волонтерской деятельности.

«Волонтер» переводится с английского языка как «доброволец», безвозмездно, по зову сердца занимающийся социально значимым трудом и осознающий роль оказываемых услуг для широкой общественности. Вместе с тем, молодых людей в ряды добровольцев привлекает возможность приобретения новых компетенций при взаимодействии с людьми и практического опыта оказания услуг. В современном обществе происходит процесс переориентации теоретических аспектов образования человека на его личностное развитие, поэтому помимо теоретических знаний, безусловно, являющихся основой профессиональной компетентности работника, развитие личностных качеств молодых специалистов раскрывает их возможности и индивидуальные черты.

Министерством экономического развития Российской Федерации разрабатываются общие рекомендации взаимодействия волонтеров, утверждается порядок организации деятельности добровольцев и волонтерских организаций с государственными и

муниципальными организациями социальной сферы. При вовлечении добровольцев в профессиональную волонтерскую деятельность составляется гражданско-правовой документ – соглашение с добровольцем в письменной форме, фиксирующее права, полномочия и обязанности организации социальной сферы и добровольца в процессе их взаимодействия. Для привлечения добровольцев, обучения волонтерской деятельности и организации работы волонтеров требуется создание эффективной системы управления процессами в сфере волонтерской деятельности. Обучение также является составным элементом профессиональной волонтерской деятельности и неотъемлемой частью процесса получения удовлетворения от выполняемой работы.

В настоящее время добровольческая (волонтерская) деятельность законодательно регулируется положениями Федерального закона от 11.08.1995 года № 135-ФЗ (ред. от 08.12.2020) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» [1], распоряжением Правительства РФ от 27.12.2018 года № 2950-р «Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года» [2], постановлением Правительства РФ от 17.08.2019 года № 1067 «О единой информационной системе в сфере развития добровольчества (волонтерства)» [3] и рядом методических рекомендаций, разработанных федеральными и региональными властными структурами.

Цель настоящей работы заключается в исследовании вовлеченности граждан в профессиональную волонтерскую деятельность и выявление роли добровольческой деятельности в развитии профессиональных компетенций при подготовке специалистов в современном высшем образовании.

Материалы и методы.

В процессе работы автором был проведен анализ федеральных нормативно-правовых документов, регламентирующих добровольческую деятельность в Российской Федерации [1-3], исследованы теоретические основы волонтерской деятельности в России [4].

Исследование вовлеченности граждан в профессиональную волонтерскую деятельность проведено на основании материалов доклада Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации «О проведении научных, социологических и статистических исследований, направленных на изучение форм и масштабов участия граждан и организаций в добровольческой (волонтерской) деятельности», подготовленного в 2019 году [5]. В докладе пред-

ставлена информация о волонтерской деятельности в Российской Федерации, собранная федеральными и региональными органами исполнительной власти, Росстатом, Минздравом России, Минпросвещения России, МВД РФ, Минтранс России. Основной задачей работы ставилось выявление роли добровольческой деятельности в развитии профессиональных компетенций при подготовке специалистов в современном высшем образовании.

Результаты.

Среди наиболее востребованных в современном обществе видов волонтерской деятельности можно выделить следующие направления: мероприятия экологического характера, работа с пожилыми людьми, оказание помощи бездомным животным и приютам, проведение социально значимых и просветительских мероприятий о профилактике наркомании и СПИДа, организация консультаций и помощи в психологических и юридических вопросах, участие в охране общественного порядка.

Направления волонтерской деятельности различны, каждый человек может выбрать занятие в добровольческой сфере по душе и в любом виде, определив способ оказания помощи, доступный ему (рис. 1).

Кроме того, опыт участия в волонтерских программах высоко ценится при поступлении в ВУЗ у нас в стране и за рубежом, добавляя дополнительные баллы к результатам вступительных испытаний.

Следует подчеркнуть, что в настоящее время основную сложность для абитуриентов представляет подтверждение волонтерского опыта. Большая часть участников волонтерской деятельности проходит регистрацию в единой информационной системе (ЕИС) «Добровольцы России», получая при регистрации электронную книжку добровольца. Так, сейчас в ЕИС зарегистрировано более 800 тысяч добровольцев и несколько десятков тысяч организаций, принимающих активное участие в волонтерской деятельности. Организаторы волонтерского движения указывают в электронной книжке добровольца количество отработанных волонтерами часов в электронном формате. Однако, большинство вузов, с учётом рекомендаций Минобрнауки, для подтверждения добровольческого опыта в качестве «личных достижений» абитуриентов просят всё же предоставлять личную книжку волонтера на бумажном носителе, некоторые образовательные организации в качестве подтверждения учитывают грамоты, благодарности и письма от организаторов волонтерской деятельности.

Рисунок 1. Основные виды волонтерской деятельности.



Источник: составлено автором.

Если у добровольцев имеется достаточно времени, то участие в волонтерской деятельности осуществляется волонтерами регулярно и становится профессиональной сферой, тогда уже волонтер не время от времени привлекается к работе в организации, помогая в проведении мероприятий и акций, а выступает постоянным сотрудником. Занимаясь волонтерской деятельностью профессионально, доброволец регулярно и часто выполняет различные функциональные обязанности в организации, делая это на постоянной основе

и с квалифицированным подходом. Таким образом, волонтерская деятельность по всем признакам становится профессиональной работой на полный рабочий день или по совместительству. В таком случае с добровольцем заключается договор (соглашение), регламентирующий его отношения с организацией.

С 1 мая 2018 года законодательством РФ не регламентировано обязательное заключение договора с добровольцем об участии в волонтерской деятельности. Тем не менее довольно часто с добровольцами организаторы заключают договоры (соглашения) гражданско-правового характера, предусматривая оказание услуг (выполнение работ) на условиях безвозмездности или договоры о добровольческом труде. Такая форма договора не является трудовым договором, но его положения должны регулироваться общими принципами и нормами российского гражданского законодательства.

Важным условием является право добровольца расторгнуть договор в любое время после его подписания и отказаться от участия в волонтерской деятельности. Условия оказания добровольцем услуг или выполнения работы в договоре определяются на усмотрение сторон, волонтеру может быть предусмотрено возмещение расходов на оплату транспорта, проживания и питания, что особенно актуально если доброволец отправляется оказывать помощь в другой город.

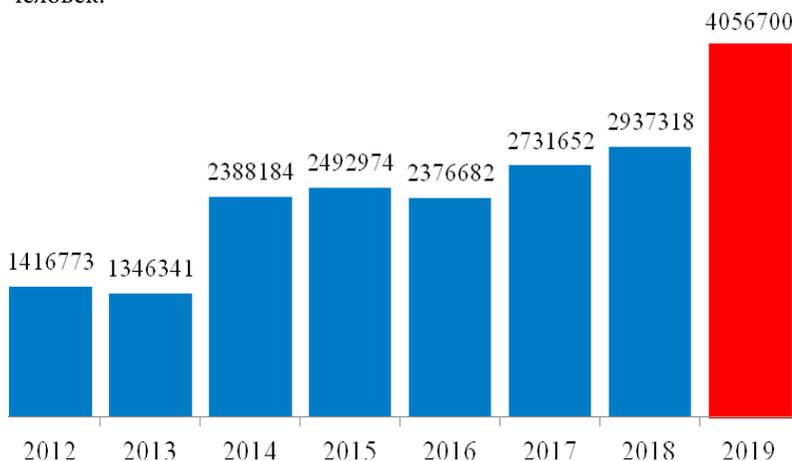
Результаты проводимых опросов об отношении российских граждан к волонтерской деятельности свидетельствуют о росте количества желающих заниматься добровольческой деятельностью, при этом 16 % россиян относят себя к волонтерам. Согласно исследованиям 2013 года, ещё несколько лет назад в добровольческой деятельности принимало участие всего 3 % наших соотечественников [6].

Так, в 2019 году общее число граждан РФ, привлечённых в добровольческое движение центрами, некоммерческими объединениями и сообществами, поддерживающими волонтерскую деятельность в России, составило порядка 7,5 млн. человек [6]

Согласно данным статистики, в 2019 году среднесписочная численность волонтеров, вовлечённых в деятельность некоммерческих организаций, ориентированных на социальную сферу, на профессиональной основе, превысила 4 млн человек.

Данные Росстата о количестве добровольцев волонтерской деятельности за период 2012-2019 годы свидетельствуют о расширении числа волонтеров (рис 2):

Рисунок 2. Динамика численности (среднегодовой) добровольцев в социально-ориентированных организациях за 2012-2019 гг., человек.



Источник: [5, 6].

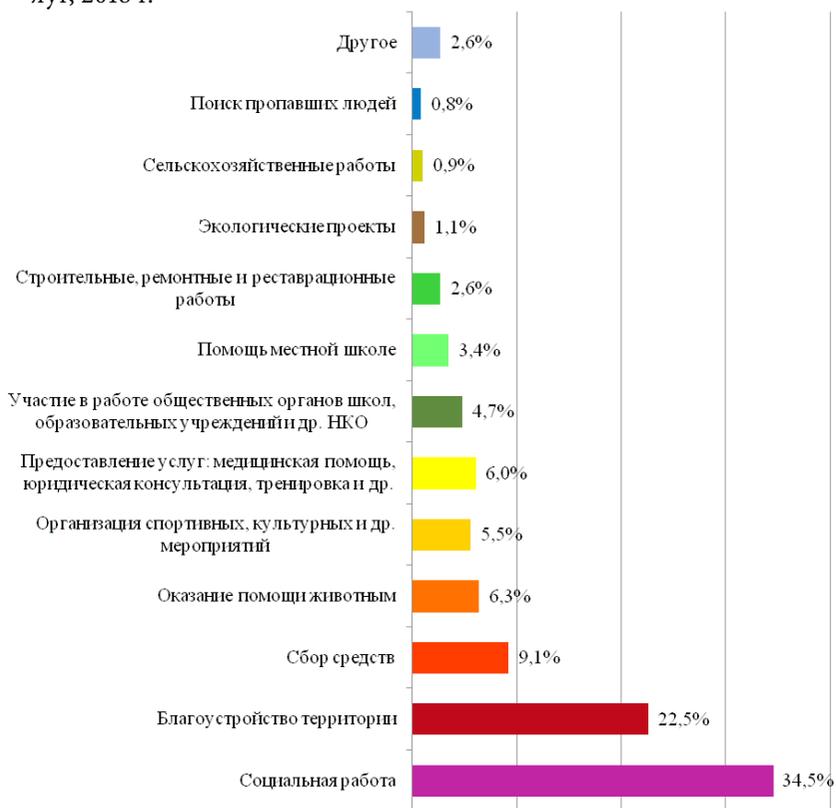
Анализ численности добровольцев волонтерской деятельности за период 2012-2019 годы показал, что в 2014 году количество граждан, участвующих в волонтерской деятельности возросло практически вдвое, снизившись на 4,7 % в 2016 году, демонстрируя тенденцию к росту в следующие годы и увеличилось на 38,1 % в 2019 году.

Результаты обследования рабочей силы по отраслям экономики, ежегодно проводимого Росстатом, свидетельствуют, что численность волонтеров и виды оказываемых добровольцами работ или выполняемых услуг в динамике меняются (рис. 3).

В структуре видов деятельности, в которых задействованы волонтеры, наибольшую долю составляет работа социального характера, к которой относятся: предоставление помощи пожилым людям, инвалидам, животным, детям или пострадавшим в результате катастроф и бедствий и др.

Вторым, по масштабам участия добровольцев, видом деятельности волонтеров, выступает работа в сфере развития территории – благоустройство местности, разработка дизайна общественных пространств, уборка мусора и озеленение придомовой территории, работа в направлении водоснабжения, причём роль этого вида волонтерской деятельности набирает всё большую популярность среди молодежи, инициативных школьников и самих жителей.

Рисунок 3. Численность добровольцев по видам работ или услуг, 2018 г.



Источник: [5].

По информации, предоставленной Минздравом России, в конце 2018 года добровольцев в организациях медицинской сферы трудилось более 20 тыс. человек, которые взаимодействовали более чем с 470 организациями волонтерского движения. Волонтерская помощь сфере здравоохранения направлена на: информационно-профилактическое просвещение граждан по вопросам охраны здоровья и профилактики заболеваемости, профориентации будущих студентов на медицинские специальности; обучение оказанию первой медицинской помощи при проведении массовых и спортивных мероприятий; популяризации здорового образа жизни и донорства.

Среди организаций, активно работающих в этом направлении,

можно отметить Всероссийское общественное движение «Волонтеры-медики», объединившее в 2018 году 230 медицинских организаций, 290 образовательных организаций системы высшего и среднего медицинского образования, 150 школ. На региональном уровне в 2018 году было исполнено более 100 образовательных программ для добровольцев-медицинских работников. За это время волонтерами-медиками была оказана помощь медицинским работникам в течение более чем 1,5 миллиона часов, проведено более 2500 просветительских мероприятий в направлении санитарного обучения граждан.

Данные Минпросвещения России показывают, что, в 2018 году работало 2 898 организаций в сфере вовлечения детей и молодежи в добровольческую деятельность в субъектах РФ, охватив 1 155 144 молодых людей, что составило 4,2 % от общего количества молодежи, проживающей в Российской Федерации. Волонтерский опыт среди молодых людей в настоящее время пользуется большой популярностью, не только как дополнительное преимущество при поступлении на обучение по программам образовательных организаций сферы высшего образования, но и в качестве средства общения в среде своих единомышленников. Молодые люди имеют возможность участвовать в форумах, конкурсах и других мероприятиях, реализовывать свои собственные проекты и делиться опытом добровольческой работы.

Согласно данным МВД России, работа по поддержке волонтерской деятельности в правоохранительном секторе также ведётся активно, вовлекая в свои ряды добровольцев для решения задач по розыску лиц, пропавших без вести. К концу 2018 года в 76 субъектах Российской Федерации сформированные поисковые отряды, в состав которых вошло около 15 000 волонтеров, участвовали в розыске пропавших без вести. Активное содействие волонтеры оказывают и в сфере безопасности дорожного движения, помогая проводить просветительские мероприятия.

По информации, представленной Федеральным агентством железнодорожного транспорта, в образовательных организациях железнодорожного транспорта действуют волонтерские штабы, количество постоянных участников которых увеличивается с каждым годом. Основной задачей волонтерского движения в образовательных организациях железнодорожного транспорта ставится расширение масштабов волонтерской деятельности и привлечение новых участников. Штабы активно взаимодействуют административными аппаратами образовательных организаций, с профсоюзными орга-

низациями обучающихся и преподавателей и с организациями в сфере молодёжной политики. Всего в течение 2017-2018 годов студентами-волонтерами образовательных организаций путей сообщения были проведены добровольческие мероприятия для более, чем 3,5 млн. человек целевой аудитории.

Обсуждение.

Данное исследование показало, что в нашей стране, как и во всём мире, наблюдается рост количества людей, вовлекаемых в волонтерскую деятельность на профессиональной основе, добровольцы активно участвуют в проектах и мероприятиях, направленных на общественное благо, не извлекая материальную выгоду и не получая денежное вознаграждение за свой труд.

Необходимыми условиями для организации волонтерской деятельности во всех направлениях можно отнести следующие:

- привлечение специалистов в различных сферах для взаимодействия, обучения добровольцев и подготовки тематических мероприятий;

- использование в волонтерском движении различных видов организации деятельности профилактического характера, к числу которых можно отнести: тематические акции, концертные программы, лекции, театрализованные представления и пр.;

- информационное подтверждение опыта работы с помощью газеты организации, фотоальбома и т. п.;

- методическое обеспечение мероприятий: организация выставок, выпуск методических пособий, участие в праздниках, встречах, конкурсах и соревнованиях.

Заключение.

Таким образом, результаты проведённого исследования свидетельствуют о том, что на современном этапе в волонтерскую деятельность вовлекается всё большее число граждан, активно развивается взаимодействие между организациями социальной сферы и добровольцами, привлекаются к участию бизнес-структуры и государство. Участие людей разного возраста и в различных сферах волонтерской деятельности позволяет не только использовать свои навыки и знания, приобретённые за годы жизни, но помогает существенно расширять свои социальные связи, реализовать себя в качестве руководителя проекта в волонтерской работе или участника, повысить значимость своей роли на уровне семьи и всего общества в целом.

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 11.08.1995 года № 135-ФЗ (ред. от 08.12.2020) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495/. (дата обращения: 02.01.2021).
2. Распоряжение Правительства РФ от 27.12.2018 года № 2950-р «Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года». // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314804/. (дата обращения: 02.01.2021).
3. Постановление Правительства РФ от 17.08.2019 года № 1067 «О единой информационной системе в сфере развития добровольчества (волонтерства)». // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_332077/92d969e26a4326c5d02fa79b8f9cf4994ee5633b/. (дата обращения: 02.01.2021).
4. Чумак Е.Г., Комлева Е.Р., Пономарева М.И. Основы волонтерской деятельности: учебно-метод. пособие. - Сургут: Изд-во бюджетного учреждения Ханты-Мансийского автономного округа - Югры «Методический центр развития социального обслуживания», 2016.
5. Доклад «О проведении научных, социологических и статистических исследований, направленных на изучение форм и масштабов участия граждан и организаций в добровольческой (волонтерской) деятельности». – Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. – Февраль 2019.
6. Доклад о развитии добровольчества в 2019 году. – Минэкономразвития России. – Сентябрь, 2020.

References

1. Federal Law of 11.08.1995 No. 135-FZ (as amended on 08.12.2020) "On charitable activities and charitable organizations." // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495/. (01.02.2021).
2. Order of the Government of the Russian Federation of December 27, 2018 No. 2950-r "On approval of the Concept for the development of volunteering (volunteering) in the Russian Federation until 2025". // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314804/. (01.02.2021).
3. Decree of the Government of the Russian Federation of August 17, 2019 No. 1067 "On a unified information system in the development of volunteering (volunteering)". // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_332077/92d969e26a4326c5d02fa79b8f9cf4994ee5633b/. (01.02.2021).
4. Chumak E.G., Komleva E.R., Ponomareva M.I. Fundamentals of volunteering: teaching method. allowance. - Surgut: Publishing house of a budgetary institution of the Khanty-Mansiysk Autonomous Reg. - Yugra "Methodological Center for the Development of Social Services", 2016.
5. Report "On the conduct of scientific, sociological and statistical research aimed at studying the forms and scope of participation of citizens and organizations in volunteer (volunteer) activities." - Analytical Center for the Government of the Russian Federation. - February 2019.
6. Report on the development of volunteering in 2019. - Ministry of Economic Development of Russia. - September, 2020.

Трофимова Н.Н.

*Кандидат экономических наук, доцент
кафедры менеджмента наукоемких производств. Санкт-Петербургский
государственный университет аэрокосмического приборостроения.*

Цифровая грамотность и цифровые навыки в контексте трансформации системы образования

На современном этапе развития мировой экономики абсолютно на все сферы деятельности влияет тенденция к цифровизации, ставшей мощным катализатором развития бизнеса и инноваций. Цифровизация дает бизнесу стимул развиваться в новых направлениях и возможности для повышения эффективности работы предприятия. Однако, с другой стороны, руководству необходимо четкое понимание того, как именно использовать средства цифровизации в своей деятельности и как правильно подготовить и обучить к подобным изменениям персонал компании. Это обосновано тем, что с появлением новых технологий как пользователям, так и работникам важно уметь их применять в своей деятельности. В результате под влиянием цифровизации претерпевают изменения все направления обучения. Абсолютно все гуманитарные дисциплины меняют свою структуру и принципы обучения. В результате появляется такое направление, как Digital Humanities, или цифровая гуманитаристика. Это принципиально новое течение, пытающееся объединить гуманитарные науки и цифровые технологии путем внедрения в учебный процесс различных цифровых ресурсов. ДН ставит целью развитие междисциплинарных связей с применением инновационных технологий. На данный момент это направление, имеющее под собой серьезный математический фундамент, до конца не сформировано и не имеет четкой методологии и научной базы.

Применение информационных технологий носит глобальный характер, и образовательная среда не является исключением, так как именно задачей образования является квалифицированная подготовка работников нового уровня. Будущие работодатели ожидают, что их сотрудники будут обладать навыками, необходимыми для эффективной работы предприятия в цифровом обществе [1]. Происходящие глобальные цифровые изменения сегодня представляют собой серьезный риск для многих отраслей. Понимание

революционных технологий и эффективное управление цифровыми знаниями являются жизненно важными лидерскими навыками, которые имеют решающее значение для успеха компании [3]. Технологии развиваются стремительно во всех сферах жизни и бизнеса, а это значит, что цифровая грамотность и владение цифровыми навыками сейчас важнее, чем когда-либо. Поэтому уже очевидно, что при подготовке специалистов руководящего звена к работе в современных рыночных условиях потребность в обеспечении цифровой грамотности является достаточно высокой.

В результате происходящих изменений возникает необходимость применения в существующей системе образования инновационного подхода, вызванная потребностью внедрять в учебные программы и процессы по каждому направлению обучения и по каждой специальности принципиально новые цифровые навыки. В общем смысле под цифровыми навыками понимается способность использовать имеющиеся знания и навыки для анализа, выбора и оценки информации, то есть умение использовать информационные технологии для работы с информацией, чтобы эффективно ее применять и обеспечивать компании высокую производительность и эффективность.

Цифровая грамотность, цифровые навыки – это сравнительно новые термины и основа новой концепции, появившейся в 1990-х годах в эпоху Интернет-революции. И если до 1997 года шла речь в основном о компьютерной грамотности, то в 1997 году П. Гилстер, историк и педагог, впервые ввел термин «цифровая грамотность», утверждая, что цифровая грамотность выходит за рамки простого умения пользоваться технологиями, касаясь усвоения идей, а не простого нажатия клавиш компьютера [2].

Цифровая грамотность как самостоятельная концепция начала стремительно развиваться примерно с 2016 года, однако стала особенно актуальной на фоне пандемии коронавируса COVID-19, когда многие учебные заведения и предприятия были вынуждены выполнять свои функции в удаленном формате.

Если на первых этапах цифровой трансформации экономики под цифровыми навыками в основном понимались базовые навыки и компетенции, требуемые для владения компьютером, то в настоящее время эти понятия приобрели более широкий формат и подразумевают не только базовые навыки владения интернет-сетью и компьютером, но и системные навыки, процессные, навыки создания контента, технические навыки и навыки управления ресурсами. Все это становится необходимой базой для работы в цифровой среде.

Однако, несмотря на то, что процесс цифровизации длится уже несколько лет, довольно большая часть населения по-прежнему испытывает недостаток в знаниях, умениях и навыках, необходимых для эффективной работы в новых условиях, называемых сейчас цифровыми навыками.

При этом становится нормой заинтересованность работников, работодателей и образовательных учреждений в том, чтобы самостоятельно и инициативно вносить вклад в развитие цифровых навыков. Это вызвано и тем, что цифровые преобразования, такие как автоматизация, цифровизация и искусственный интеллект, происходят повсеместно и на рабочих местах, повышая значимость цифровой грамотности сотрудника на профессиональном уровне. Большинство руководящих должностей сегодня требуют не только управленческих, но и технологических знаний в области цифровых инноваций.

Таким образом, можно смело говорить о цифровой трансформации всей системы образования, вызванной резко изменившимися требованиями рынка и экономики. Такая трансформация имеет целью обеспечить цифровую зрелость процессам образования. Для достижения обозначенной цели прежде всего формируется цифровая образовательная среда, которая объединяет в себе всех участников процесса путем создания единого комплекса специфических информационных систем. Цифровая образовательная среда включает в себя ключевую платформу, инфраструктуру и контент. Успех цифровой трансформации системы образования зависит в первую очередь от готовности образовательных учреждений, адаптивности способа организации образовательной среды и эффективности внедрения цифровых технологий.

Задачей образовательных учреждений является такая подготовка будущих специалистов, которая позволит им соответствовать требованиям современного работодателя, что является очевидным стимулом для развития их цифровой грамотности в рамках новой парадигмы подготовки специалистов в период модернизации системы высшего образования [6]. Именно поэтому развитие навыков в области цифровых технологий имеет для современной системы образования решающее значение.

По мнению П. Гилстера, цифровая грамотность предполагает способность критически оценивать информацию, представленную в разных форматах и принимать решения о том, как использовать эту информацию в различных контекстах реальной жизни. Он определил цифровую грамотность как способность понимать и использовать информацию в различных форматах из широкого ди-

апазона источников, когда она представлена через компьютеры [7].

Цифровая трансформация системы образования также, как и другие отрасли, подразумевает неизбежную постоянную модернизацию планируемых результатов процесса обучения, что требует изменений в самом содержании обучающих программ, применении принципиально новых методов, форм и системы оценки обучения. Это необходимо для адекватной подготовки будущих специалистов в условиях стремительно изменяющейся цифровой среды. О цифровой зрелости системы образования можно говорить в том случае, если достигнуты все параметры, характеризующие степень соответствия информационно-телекоммуникационной инфраструктуры образовательных организаций, цифровых компетенций участников образовательного процесса, уровня доступности образовательных услуг и цифровых сервисов и т.д. требованиям рынка.

Цифровая грамотность означает способность понимать и использовать цифровые технологии [4]. Она представляет собой способность находить, оценивать, использовать и создавать информацию с помощью цифровых технологий и затрагивает такие области, как онлайн-безопасность, онлайн-коммуникации, цифровая этика. Цифровая грамотность также означает знание ограничений технологий, понимание опасностей и мер предосторожности, которые требуются при их использовании.

Фактически, цифровая грамотность (ЦГ) отличается от компьютерной грамотности тем, что требует не просто знания цифровых инструментов (ЗЦИ) навыков критического мышления (НКМ), понимания необходимых стандартов поведения, ожидаемых в онлайн-среде, и понимания общих социально-экономических проблем, созданных цифровыми технологиями (социально-экономическая вовлеченность, СЭВ).

Таким образом, в самом простом виде, цифровая грамотность может быть представлена формулой (1):

$$\text{ЦГ} = \text{ЗЦИ} + \text{НКМ} + \text{СЭВ} \quad (1)$$

На наш взгляд цифровая грамотность понятие, включающее более широкий спектр навыков, умений и способностей (компетенций), которые применяются как в обычной жизни, так и для обучения и работы в цифровом обществе. Среди них можно выделить:

- медиаграмотность и информационную грамотность;
- цифровое творчество, науку и инновации в цифровой среде;
- цифровые коммуникации, сотрудничество и участие (вовлеченность);

- цифровое обучение, личностное и профессиональное развитие;
- цифровую идентичность и благополучие (самоактуализацию).

Улучшение цифровых возможностей специалистов дает предприятиям множество преимуществ. Одна из них заключается в том, что работники, обладающие навыками цифровой грамотности, более компетентны в своей работе, поскольку они легко идентифицируют важную информацию и более эффективно ее используют.

Исследование рынка труда последних лет показывает, что среди работодателей все большую популярность приобретают такие цифровые компетенции, как веб-разработка, цифровой дизайн, управление проектами и продуктом, цифровой маркетинг, аналитика данных. Такие направления деятельности в свою очередь требуют применения принципиально новых цифровых навыков, основанных на уверенном пользовании широким спектром программных пакетов и продуктов и кроме того, включают в себя большие разделы о цифровых данных (Big Data, Data Science). И хотя набирающий обороты процесс глобальной цифровизации сразу подчеркнул слабые места в системе образования с точки зрения обучения навыкам внедрения цифровых технологий, с другой стороны, он же предоставил как преподавателям, слушателям и поставщикам цифровых учебных материалов и оборудования широкие возможности для развития на развивающемся рынке цифровых технологий.

Понимание процессов принятия решений, основанных на данных, требуется от всех специалистов, вовлеченных в бизнес-процесс. Навыки цифровой грамотности также позволяют специалистам использовать технологии для более эффективной коммуникации и сотрудничества, таким образом, укрепляя командную работу в коллективе и помогая избежать разрыва между поколениями старших и более молодых работников [5]. Кроме того, цифровая грамотность помогает сотрудникам лучше понимать и осуществлять все бизнес-процессы предприятия, а также быть более уверенными в своей работе, улучшая рабочие отношения, что повышает степень вовлеченности и удовлетворенности. Таким образом, ИТ-компетенции приобретают все большую значимость для представителей различных профессий.

Все эти навыки будущие специалисты приобретают в процессе обучения, а значит, вся система высшего образования так же должна пройти этап цифровой трансформации. Цифровизация системы образования направлена на то, чтобы помочь обеспечить запланированные образовательные результаты, развивая способности обучающихся с пониманием принципа поиска новых решений.

Одним из способов развития цифровой грамотности специалистов во время обучения может быть модель (пирамида) Шарпа и Битэма, которая представляет собой циклический процесс развития навыков. В основе пирамиды лежит осведомленность о технологиях и доступ к ним [4]. Однако то, что имеется оборудование или программное обеспечение, не означает, что есть возможность эффективно его использовать. Поэтому по мере того, как руководитель проводит больше времени при выполнении определенных управленческих операций с использованием цифровых технологий, он становится более уверенным в своих технических, информационных, коммуникативных и обучающих навыках.

Затем появляется возможность применять эти навыки для принятия обоснованных управленческих решений и выбора того, как использовать различные цифровые технологии. Далее опыт и практика способствуют формированию цифровой идентичности, в то время как личная идентичность стимулирует творческое и надлежащее использование цифровых технологий.

Среди ключевых задач процесса цифровой трансформации системы образования можно выделить следующие:

- 1) Обеспечение образовательных учреждений необходимыми современными цифровыми технологиями;
- 2) Предоставление или помощь в приобретении образовательными учреждениями необходимых цифровых ресурсов и материалов;
- 3) Совершенствование используемых цифровых технологий, постепенное внедрение электронного обучения и совмещение классической и дистанционной форм образования;
- 4) Выявление и развитие талантов в процессе обучения;
- 5) Формирование кадрового потенциала образовательной среды, соответствующего современным тенденциям и обладающих необходимыми цифровыми навыками и компетенциями;
- 6) Разработка, внедрение и использование критериев и систем оценки качества образования и эффективности применения электронного обучения.

Таким образом, цифровая трансформация должна обеспечить изменение содержания образования, применяемых в процессе обучения методов и коррекцию организационных форм обучающего процесса.

При этом важным фактором является постепенный переход от классической системы образования к его персонализации с использованием методов искусственного интеллекта, виртуальной реальности. Такой переход обязательно должен сопровождаться совер-

шенствованием применяемой цифровой образовательной среды, обеспечением доступа к сети Интернет и возможностью работы с большими данными. Персонализация обучения имеет ряд неоспоримых преимуществ перед классической системой обучения: она позволяет ориентироваться на индивидуальный уровень подготовки и тем самым работать без отстающих, мотивирует учебную самостоятельность обучающихся, помогает развивать таланты и способности каждого студента и реализовывать их потенциал.

Для реализации поставленных и описанных выше задач необходимо провести оптимизацию и совершенствование учебно-методических решений, обеспечить подготовку и внедрение в обучающий процесс новых информационных материалов, внедрение цифровых инструментов и таким образом реализовать стремительно набирающий обороты потенциал цифровых технологий.

При этом акценты в процессе образования меняют направленность на освоение новых способностей, таких, как способности к анализу, экспертизе и переносу освоенных знаний и умений в новые ситуации.

Для успешной реализации процесса цифровой трансформации системы образования необходимо грамотное применение следующих цифровых инструментов:

- 1) Комплекс цифровых решений для профессионального и высшего образования;
- 2) цифровые платформы онлайн-обучения для обеспечения максимального доступа к образовательным возможностям;
- 3) формирование «цифрового следа» обучающихся и индивидуальных образовательных траекторий;
- 4) мониторинг удовлетворенности качеством предоставляемых образовательных услуг обучающихся и их родителей (законных представителей).

С учетом сложившегося спроса на рынке труда, в результате развития цифровой грамотности будущих специалистов при обучении в высшем учебном заведении должны быть сформированы шесть базовых элементов профессионального мастерства (функциональные навыки специалиста в области цифровой грамотности) [2; 4; 8; 9]:

1. Владение информационно-коммуникационными технологиями и использование инструментов, основанных на них, для эффективного и качественного выполнения поставленных задач.
2. Грамотность в области информации, данных и средств массовой информации (критическое использование), включающая в себя

информационную грамотность, медиаграмотность и грамотность в области цифровых данных.

3. Цифровое проектирование (создание), цифровые исследования и решение проблем и цифровые инновации (креативное производство).

4. Цифровая коммуникация, сотрудничество и участие.

5. Цифровое обучение и цифровое развитие.

6. Цифровая идентичность и благополучие (самореализация).

Подводя итоги, можно сказать, что в мире, где цифровые технологии с каждым днем все активнее внедряются во все сферы жизнедеятельности человека, развитие предлагаемых выше навыков цифровой грамотности в рамках новой парадигмы подготовки специалистов при модернизации системы высшего образования станет наиболее эффективной стратегией расширения цифровых компетенций среди сотрудников. При этом в основе должно быть поощрение командной работы и обмена знаниями. Например, на предприятиях можно создавать специальные «Цифровые клубы», где сотрудники с сильными навыками цифровой грамотности смогут помогать тем, кому их необходимо активно развивать.

Библиографический список:

1. Трофимова Н.Н. Ключевые направления эффективного управления интеллектуальным капиталом предприятия реального сектора экономики в современных условиях / Н.Н. Трофимова // Финансовый бизнес. 2021. № 2 (212). С. 123-127.
2. Гурьева Т.Н., Шарабаева Л.Ю. Необходимости соотношения образовательных и профессиональных стандартов в период цифровой трансформации / Т.Н. Гурьева, Л.Ю. Шарабаева // Отечественная и зарубежная педагогика. 2019. №6 (63). С. 98-109.
3. Гурьянов П.А. Инновационное предпринимательство в Российской Федерации / П.А. Гурьянов // Сборник научных статей по итогам международной научной конференции «Приоритетные направления инновационной деятельности в промышленности». - Казань, 2021. С. 260-263.
4. Дадалко В.А., Соловкина Е.Д. Компетенции для цифровой экономики и трансформация образовательной системы в условиях VI экономического уклада / В.А. Дадалко, Е.Д. Соловкина // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2018. № 5 (362). С. 913-926.
5. Дмитриев Н.Д., Зайцев А.А. Использование матрицы КРІ в оценке результативности реализации инвестиционных проектов / Н.Д. Дмитриев, А.А. Зайцев // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: сборник статей IX международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2019. С. 135-141.
6. Колыхматов В.И. Основные направления развития системы дополнительного профессионального образования в условиях становления цифровой экономики / В.И. Колыхматов // Ученые записки университета Лесгафта. 2018. № 10 (164). С. 132-136.
7. Ларионов В.Г., Шереметьева Е.Н., Баринаева Е.П. Трансформация терминологии, компетенций и знаний в условиях цифровой экономики / В.Г. Ларионов, Е.Н. Шереметьева, Е.П. Баринаева // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2019. № 4. С. 21-28.

8. Некрасов В.И., Тополева Т.Н. Эффективность совершенствования производственной деятельности на промышленном предприятии: обоснование процессов и оценка / В.И. Некрасов, Т.Н. Тополева // Проблемы региональной экономики. 2017. № 3-4. С. 140-159.
9. Попова О.И. Трансформация высшего образования в условиях цифровой экономики / О.И. Попова // Вопросы управления. 2018. № 5 (35). С. 158-160.

References

1. Trofimova N.N. Key directions of effective management of the intellectual capital of an enterprise in the real sector of the economy in modern conditions / N.N. Trofimova // Financial business. 2021. № 2 (212). P. 123-127.
2. Guryeva T.N., Sharabaeva L.Yu. The need to correlate educational and professional standards in the period of digital transformation / T.N. Guryeva, L.Yu. Sharabaeva // Domestic and foreign pedagogy. 2019. № 6 (63). P. 98-109.
3. Guryanov P.A. Innovative entrepreneurship in the Russian Federation / P.A. Guryanov // Collection of scientific articles based on the results of the international scientific conference «Priority areas of innovation in industry.» - Kazan, 2021. P. 260-263.
4. Dadalko V.A., Solovkina E.D. Competence for the digital economy and the transformation of the educational system in the context of the VI economic order / V.A. Dadalko, E.D. Solovkina // National interests: priorities and security. 2018. № 5 (362). P. 913-926.
5. Dmitriev N.D., Zaitsev A.A. Using the KPI matrix in assessing the effectiveness of the implementation of investment projects / N.D. Dmitriev, A.A. Zaitsev // Problems and ways of socio-economic development: city, region, country, world: collection of articles of the IX international scientific and practical conference. - Saint Petersburg, 2019. P. 135-141.
6. Kolykhatov V.I. The main directions of development of the system of additional professional education in the conditions of the formation of the digital economy / V.I. Kolykhatov // Scientific Notes of the University of Lesgaft. 2018. № 10 (164). P. 132-136.
7. Larionov V.G., Sheremetyeva E.N., Barinova E.P. Transformation of terminology, competencies and knowledge in the digital economy / V.G. Larionov, E.N. Sheremetyeva, E.P. Barinova // Bulletin of ASTU. Series: Economics. 2019. № 4. P. 21-28.
8. Nekrasov V.I., Topoleva T.N. Efficiency of improving production activities at an industrial enterprise: substantiation of processes and assessment / V.I. Nekrasov, T.N. Topoleva // Problems of regional economics. 2017. № 3-4. P. 140-159.
9. Popova O.I. Transformation of higher education in the digital economy / O.I. Popova // Management issues. 2018. № 5 (35). P. 158-160.

Аннотации

Вашаломидзе Е.В.

Государственное управление как фактор общественного развития

В статье рассмотрены социальное назначение и управленческий потенциал государственного управления, оказывающие воздействие на общественное развитие. В работе также проведено исследование структурных компонентов и цели государственного управления на современном этапе развития общественных отношений. Автором рассмотрены методы государственного управления и тенденции, направленные на развитие общества. Актуальность исследования вопросов влияния государственного управления на развитие общества обусловлена тем, что на государство по-прежнему остается единственным институтом, способным обеспечить непрерывное и безопасное развитие общества. С точки зрения управленческой науки аппарат государственного управления выступает как наиболее эффективная социально-политическая организация, обеспечивающая упорядоченность общественных отношений с помощью правовых средств. Общественный и правовой порядок, которые достигаются и поддерживаются при помощи государственного управления, выступают необходимым условием для общественного прогресса и развития личности человека. Цель настоящей работы заключается в рассмотрении функций государственного управления как фактора общественного развития. В ходе исследования были использованы данные опроса населения, проведенного Левада-центром. В заключение автором сделан вывод, что государственное управление является основным средством организации общественной жизни и её развития.

Ключевые слова: государственное управление, общественное развитие, личностное развитие, общественный порядок, дифференциация общественных отношений.

Вольская Т.Е.

Навыки будущего и будущее навыков: трансформация компетенций в условиях четвертой промышленной революции

Основу любого предприятия, любого производства, любой сферы деятельности всегда составляют люди, которые трудятся. Для достижения России существенных успехов в цифровой трансформации экономики и повышения конкурентоспособности страны

нужны современные специалисты, хорошо ориентирующиеся в цифровой среде и понимающие, как использовать новейшие технологии и в своей работе и в повседневной жизни. Цифровизация, которая является результатом четвертой промышленной революции, обуславливает востребованность актуальных цифровых компетенций и ставит образовательные учреждения перед необходимостью их формирования у студентов в рамках подготовки кадров для народного хозяйства. В настоящее время очень остро стоит вопрос о наличии лидеров для эффективного управления творческими кадрами, которыми уже сегодня определяется конкурентоспособность компании в мировом сообществе. Подготовка кадров в таких условиях должна опираться на реальную практику формирования эффективной корпоративной культуры в российских и зарубежных компаниях.

Ключевые слова: четвертая промышленная революция, кадры, образование, навыки, компетенции.

Зотова С.А.

Кадровое обеспечение цифровой экономики

В настоящее время наблюдаются тенденции увеличения потенциала развития сферы информационных технологий в России и перспективы роста экспорта ИТ-продукции из страны, что обуславливает необходимость формирования цифровой экономики, направленной на повышение эффективности всех отраслей народного хозяйства за счет использования информационных технологий. Поэтому в 2017 году Правительство Российской Федерации разработало и утвердило программу по созданию условий для перехода страны к цифровой экономике, поручив координацию участия экспертного и бизнес-сообществ в планировании реализации, развитии и оценке эффективности программы АНО «Цифровая экономика», образованную успешными российскими высокотехнологичными компаниями. Программой предусмотрены меры по формированию правовых, технических, организационных и финансовых условий, способствующих развитию цифровой экономики в РФ и ее дальнейшей интеграции в пространство цифровой экономики государств – членов Евразийского экономического союза. Одним из направлений программы является совершенствование системы образования для обеспечения цифровой экономики компетентными кадрами.

Ключевые слова: информационные технологии, цифровая экономика, совершенствование системы образования, кадровое обеспечение.

Кривцов А.И.

**Неформальная занятость
и обеспечение соблюдения трудовых прав:
теоретический аспект**

В статье рассматриваются теоретические аспекты неформальной занятости, которая является серьезной проблемой для глобальной экономики и рынков труда во всем мире. Она требует научного осмысления и поиска практических рекомендаций, направленных на устранение условий для развития неформальной занятости. Рассмотрены основные последствия неформальной занятости для работодателя, работника и национальной экономики; приведены статистические данные, отражающие долю неформальной занятости на рынках труда. Сделан вывод о том, что неформальная занятость является не только проблемой управления, но и важной задачей модернизации трудового законодательства.

Ключевые слова: занятость, неформальный сектор, неформальная занятость, рынок труда, трудовое законодательство.

Мишина О.Ю.

Огурцова Н.С.

**Конструирование
и управление персональным брендом:
социально-технологический аспект**

В представленной статье рассматриваются теоретические аспекты формирования и развития персонального бренда. Брендинг выступает эффективной социальной и маркетинговой технологией, позволяющей зафиксировать в сознании людей образ конкретного человека, воплощенный в символических атрибутах его личности: внешности, характера, профессиональных успехов, стиля и пр. Отмечено, что персональный бренд позволяет не только максимизировать возможности построения карьеры, формирования известности и популярности, но также и монетизации посредством участия в маркетинговых кампаниях.

Ключевые слова: брендинг, персональный бренд, технологии, преимущества, эффективность.

Тишутин А.А.

Одинцова О.В.

**Психологическое самочувствие
заёмщика в кризисных условиях**

Статья посвящена исследованию потребительского поведения и

психологического самочувствия граждан, воспользовавшихся кредитными предложениями банковской сферы. В связи с кризисной ситуацией в экономике, сложившейся на фоне вспышки пандемии в начале 2020 года и распространением заболеваемости, исследуя потребительское поведение и психологическое состояние россиян на современном этапе, необходимо учитывать как экономические факторы, так и психологические стороны при анализе модели поведения заёмщика. Кризисные явления в экономике лишь способствуют переходу части граждан из категории «сберегателей» в категорию «потребителей», существенно не изменяя количество сторонников той или иной модели. Вместе с налаживанием экономической ситуации баланс между процессами инвестирования и кредитования восстанавливается. Здоровье людей в психологическом плане во всём мире после вспышки ковида изменилось, выдвинув на первый план проблемы финансового характера. Несмотря на данные официальной статистики, констатирующие, что российские граждане достойно справляются с последствиями кризиса, вызванного пандемией, количество банкротств граждан резко возросло. Автором рассмотрены основные факторы, подвигающие граждан обращаться к процедуре банкротства. Важность с психологической точки зрения представляют такие моменты, как: выбор стратегии в ситуации, когда заёмщик не имеет желания или возможностей выполнить условия кредитного договора; эмоциональное состояние должника при этом; думает ли заёмщик о ресурсах, которые он может задействовать в этой ситуации. Целью работы ставилось исследование психологического самочувствия заёмщиков в условиях экономического кризиса. Результаты проведённого исследования показали, что в настоящее время для стабилизации обстановки и устранения последствий пандемии, крайне важно справиться с трудностями и сохранить психологическое здоровье заёмщиков, подбирая оптимальные способы психологической поддержки должников и финансовой социализации граждан.

Ключевые слова: социальное самочувствие, заемщик, психологическое состояние, кредит, долг.

Губачев Н.Н.

Титов В.Н.

Политика управления государственным долгом

Статья посвящена исследованию вопросов, связанных с формированием политики управления государственным долгом в сложный период введения новых санкций в отношении россий-

ского рынка. В условиях нарастания проблем, связанных с введением ограничительных мер для предотвращения распространения заболеваемости COVID-19, негативно сказавшихся на многих отраслях российской экономики, пришлось ещё столкнуться с новыми трудностями, ставящими перед российской экономикой ряд ограничений и выдвигающими комплекс задач при реализации вопросов долговой политики. В целом этот этап санкций не генерирует рисков в ближайшей перспективе, однако в будущем возможно сдерживание российской экономики и торможение в финансовом секторе. Негативное отношение к российским фондам способствует увеличению стоимости заимствований, мешая проведению переговоров, таким образом, снижая потенциал сделок по инвестированию и вероятность экономического роста для частного бизнеса. Сложившиеся обстоятельства, наряду с возрастанием геополитического накала в отношениях, существенно ослабили национальную валюту, привели к росту инфляции, падению цен на отечественные активы, подрыву показателей кредитоспособности для российских инвестиционных компаний. Актуальность темы исследования заключается в том, что в сложившихся условиях Минфину предстоит приспособлять государственную политику в сфере заимствований к современным реалиям, оперативно внося изменения в стратегию участия России в рынках долговых отношений в роли заёмщика. Целью данной работы поставлено исследование проблем, стоящих перед Министерством финансов Российской Федерации при реализации направлений политики управления государственным долгом. В результате проведённого исследования автор делает вывод, что в настоящее время, когда российское государство остро нуждается в заимствовании денежных средств, на фоне обострения политической ситуации и введения экономических санкций западными государствами, значительно влияющих на доступность внешних источников государственного долга, Минфину России следует более тесно сотрудничать с внутренними инвесторами для удовлетворения потребностей в финансовых ресурсах дефицита бюджета.

Ключевые слова: управление государственным долгом, инвестиции, инструменты и методы регулирования, экономика, долговая политика государства.

Усик С.П.

**Эффективность рекламных кампаний
в интернете: подходы к оценке результативности**

В статье рассмотрены вопросы эффективности различных способов рекламных компаний в Интернете и основные подходы к оценке их результативности, актуальные с точки зрения воздействия на потребителей товаров и услуг. В последние годы происходит активное развитие дистанционного формата продажи товаров и оказания услуг с помощью Интернета, стимулируя популярность рекламных компаний в интернете. Сегодня перед каждой организацией-поставщиком товаров или услуг встаёт объективная необходимость использования Интернета в качестве дополнительного инструмента в конкурентной борьбе за свою целевую аудиторию. Интернет-реклама набирает популярность в качестве важнейшего способа влияния на покупательский спрос и подготовки потребителей к покупкам. В то же время трансформация рекламных инструментов и растущее количество форматов и площадок для размещения рекламных материалов вызывает необходимость новых подходов к оценке результативности рекламных интернет-компаний, обуславливая актуальность темы исследования. Новые способы рекламы в социальных медиа значительно повышают результативность рекламных мероприятий, открывая новые возможности для взаимоотношений покупателей с различными брендами. Цель работы заключается в рассмотрении эффективности различных способов рекламных компаний в Интернете и определение современных подходов к оценке их результативности. В работе были использованы исследования экспертов в сфере рекламы и интерактивных инструментов рекламных компаний и результаты исследования Бюро интерактивной рекламы (IAB), проведённого методом анкетирования 236 компаний-членов IAB Russia в сентябре 2020 года. В заключение сделан вывод, что процесс оценки результативности рекламной компании является необходимым элементом для всех компаний, желающих грамотно планировать рекламные бюджеты и оптимизировать затраты, стремясь к увеличению прибыльности своей деятельности.

Ключевые слова: целевая аудитория, интернет-реклама, конкурентоспособность, рекламные инструменты, потребительский спрос, оценка результативности.

Горский А.А.

Волонтерство как профессиональная деятельность

Статья посвящена исследованию вовлечённости граждан в профессиональную волонтерскую деятельность и организации

деятельности добровольцев и волонтерских организаций с государственными и муниципальными организациями социальной сферы. Исследование показало, что в 2019 году среднесписочная численность волонтеров, вовлеченных в деятельность некоммерческих организаций, ориентированных на социальную сферу, на профессиональной основе, превысила 4 млн человек. По результатам исследования сделан вывод о том, что участие будущих специалистов в волонтерской работе на профессиональном уровне, способствует развитию профессиональных компетенций, формируя личностные качества, которые в современной жизни необходимы для выстраивания профессиональных отношений в любой сфере деятельности.

Ключевые слова: труд добровольцев, волонтерская деятельность, социальная сфера, профессиональные компетенции, социализация молодежи.

Трофимова Н.Н.

Цифровая грамотность и цифровые навыки в контексте трансформации системы образования

Статья посвящена необходимости развития цифровой грамотности и формирования цифровых навыков будущих специалистов в процессе обучения в период модернизации системы высшего образования. Уточнено понятие цифровой грамотности и цифровых навыков. Подчеркнуты задачи и инструменты цифровой трансформации системы образования. Подчеркнуты ключевые цели цифровой гуманитаристики как новой концепции цифрового образования. Предложены функциональные навыки руководителя в области цифровой грамотности, которые должны быть сформированы на этапе обучения.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровые навыки, компетенции, цифровая грамотность, подготовка специалистов, система высшего образования.

Abstracts

Vashalomidze E.V.

Public administration as a factor of social development

The article considers the social purpose and managerial potential of public administration, which have an impact on social development. The paper also studies the structural components and goals of public administration at the present stage of the development of public relations. The author considers the methods of public administration and trends aimed at the development of society. The relevance of the study of the impact of public administration on the development of society is due to the fact that the state is still the only institution capable of ensuring the continuous and safe development of society. From the point of view of managerial science, the state administration apparatus acts as the most effective socio-political organization that ensures the ordering of public relations through legal means. Social and legal order, which are achieved and maintained with the help of public administration, are a necessary condition for social progress and the development of a person's personality. The purpose of this work is to consider the functions of public administration as a factor of social development. The study used data from a population survey conducted by the Levada Center. In conclusion, the author concludes that public administration is the main means of organizing public life and its development.

Keywords: public administration, social development, personal development, public order, differentiation of public relations.

Volskaya T.E.

Skills of the future and the future of skills: transformation of competencies in the context of the fourth industrial revolution

The basis of any enterprise, any production, any field of activity is always made up of people who work. In order for Russia to achieve significant success in the digital transformation of the economy and increase the competitiveness of the country, modern specialists are needed who are well-versed in the digital environment and understand how to use the latest technologies both in their work and in everyday life. Digitalization, which is the result of the fourth industrial revolution, determines the demand for relevant digital competencies and puts educational institutions in front of the need for their formation among students in the framework of training personnel for the national economy. Currently, the issue of having leaders for effective management of creative personnel is very acute, which already determines the competitiveness of the company in the global community. Personnel training in such conditions should be based on the actual practice of forming an effective corporate culture in Russian and foreign companies.

Keywords: fourth industrial revolution, personnel, education, skills, competencies.

*Zotova S.A.***Staffing of the digital economy**

Currently, there are trends of increasing the potential for the development of information technology in Russia and prospects for the growth of exports of IT products from the country, which necessitates the formation of a digital economy aimed at improving the efficiency of all sectors of the national economy through the use of information technology. Therefore, in 2017, the Government of the Russian Federation developed and approved a program to create conditions for the country's transition to the digital economy, entrusting the coordination of the participation of the expert and business communities in planning the implementation, development and evaluation of the effectiveness of the ANO "Digital Economy" program, formed by successful Russian high-tech companies. The program provides for measures to create legal, technical, organizational and financial conditions conducive to the development of the digital economy in the Russian Federation and its further integration into the digital economy of the member states of the Eurasian Economic Union. One of the directions of the program is to improve the education system to provide the digital economy with competent personnel.

Keywords: information technologies, digital economy, improvement of the education system, staffing.

*Krivtsov A.I.***Informal employment and enforcement
of labor rights: theoretical aspect**

The article discusses the theoretical aspects of informal employment, which is a serious problem for the global economy and labor markets around the world. It requires scientific understanding and the search for practical recommendations aimed at eliminating conditions for the development of informal employment. The main consequences of informal employment for the employer, the employee and the national economy are considered; statistical data reflecting the share of informal employment in the labor markets are presented. It is concluded that informal employment is not only a management problem, but also an important task of modernizing labor legislation.

Keywords: employment, informal sector, informal employment, labor market, labor legislation.

*Mishina O.O.**Ogurtsova N.S.***Personal brand design and management: socio-technological aspect**

The article discusses the theoretical aspects of the formation and development of a personal brand. Branding is an effective social and marketing technology that allows fixing in people's minds the image of a particular person embodied in the symbolic attributes of his personality: appearance, character, professional success, style, etc. It is noted that a personal brand allows not only to

maximize the opportunities for career building, the formation of fame and popularity, but also monetization through participation in marketing campaigns.

Keywords: branding, personal brand, technologies, advantages, efficiency.

Tishutin A.A.

Odintsovo O.V.

Psychological well-being of the borrower in crisis conditions

The article is devoted to the study of consumer behavior and psychological well-being of citizens who have used credit offers of the banking sector. Due to the crisis situation in the economy that has developed against the background of the outbreak of the pandemic in early 2020 and the spread of morbidity, studying consumer behavior and the psychological state of Russians at the present stage, it is necessary to take into account both economic factors and psychological aspects when analyzing the behavior model of the borrower. Crisis phenomena in the economy only contribute to the transition of some citizens from the category of “savers” to the category of “consumers”, without significantly changing the number of supporters of a particular model. Along with the improvement of the economic situation, the balance between the processes of investment and lending is being restored. The psychological health of people around the world has changed since the outbreak of covid, bringing financial problems to the fore. Despite official statistics stating that Russian citizens are adequately coping with the consequences of the crisis caused by the pandemic, the number of bankruptcies of citizens has increased dramatically. The author considers the main factors that encourage citizens to apply for bankruptcy proceedings. Important from a psychological point of view are such moments as: choosing a strategy in a situation where the borrower does not have the desire or ability to fulfill the terms of the loan agreement; the emotional state of the debtor at the same time; whether the borrower thinks about the resources that he can use in this situation. The aim of the work was to study the psychological well-being of borrowers in the conditions of the economic crisis. The results of the study showed that at present, in order to stabilize the situation and eliminate the consequences of the pandemic, it is extremely important to cope with difficulties and preserve the psychological health of borrowers, choosing the best ways of psychological support for debtors and financial socialization of citizens.

Keywords: social well-being, borrower, psychological state, credit, debt.

Gubachev N.N.

Titov V.N.

Public debt management policy

The article is devoted to the study of issues related to the formation of public debt management policy during the difficult period of the introduction of new sanctions against the Russian market. In the conditions of increasing problems associated with the introduction of restrictive measures to prevent

the spread of COVID-19, which negatively affected many sectors of the Russian economy, we had to face new difficulties that put a number of restrictions on the Russian economy and put forward a set of tasks in the implementation of debt policy issues. In general, this stage of sanctions does not generate risks in the near future, but in the future it is possible to contain the Russian economy and slow down in the financial sector. A negative attitude towards Russian funds contributes to an increase in the cost of borrowing, hindering negotiations, thus reducing the potential for investment transactions and the likelihood of economic growth for private business. The current circumstances, along with the increasing geopolitical tension in relations, have significantly weakened the national currency, led to an increase in inflation, a drop in prices for domestic assets, and the undermining of creditworthiness indicators for Russian investment companies. The relevance of the research topic lies in the fact that under the current conditions, the Ministry of Finance will have to adapt the state policy in the field of borrowing to modern realities, promptly making changes to the strategy of Russia's participation in the debt markets as a borrower. The purpose of this work is to study the problems facing the Ministry of Finance of the Russian Federation in the implementation of public debt management policy directions. As a result of the conducted research, the author concludes that at present, when the Russian state is in dire need of borrowing money, against the background of the aggravation of the political situation and the introduction of economic sanctions by Western states, significantly affecting the availability of external sources of public debt, the Ministry of Finance of Russia should cooperate more closely with domestic investors to meet the needs for financial resources of the budget deficit.

Keywords: public debt management, investments, instruments and methods of regulation, economy, debt policy of the state.

Usik S.P.

The effectiveness of advertising campaigns on the internet: approaches to assessing the effectiveness

The article discusses the issues of the effectiveness of various methods of advertising campaigns on the Internet and the main approaches to assessing their effectiveness, relevant from the point of view of the impact on consumers of goods and services. In recent years, there has been an active development of the remote format for selling goods and providing services using the Internet, stimulating the popularity of advertising companies on the Internet. Today, every organization-supplier of goods or services faces an objective need to use the Internet as an additional tool in the competition for its target audience. Online advertising is gaining popularity as a critical way to influence consumer demand and prepare consumers to shop. At the same time, the transformation of advertising tools and the growing number of formats and sites for placing advertising materials creates the need for new approaches to assessing the effectiveness of Internet advertising companies,

causing the relevance of the research topic. New ways of advertising in social media significantly increase the effectiveness of promotional activities, opening up new opportunities for customer relationships with various brands. The purpose of the work is to examine the effectiveness of various methods of advertising campaigns on the Internet and to determine modern approaches to assessing their effectiveness. The study used the research of experts in the field of advertising and interactive tools of advertising companies and the results of a study by the Interactive Advertising Bureau (IAB), conducted by a questionnaire survey of 236 IAB Russia member companies in September 2020. In conclusion, it was concluded that the process of evaluating the effectiveness of an advertising company is a necessary element for all companies wishing to correctly plan advertising budgets and optimize costs, striving to increase the profitability of their activities.

Keywords: target audience, online advertising, competitiveness, advertising tools, consumer demand, performance assessment.

Gorsky A.A.

Volunteering as a professional activity

The article is devoted to the study of the involvement of citizens in professional volunteer activities and the organization of the activities of volunteers and volunteer organizations with state and municipal social organizations. The study showed that in 2019, the average number of volunteers involved in the activities of non-profit organizations focused on the social sphere on a professional basis exceeded 4 million people. According to the results of the study, it is concluded that the participation of future specialists in volunteer work at a professional level contributes to the development of professional competencies, forming personal qualities that are necessary in modern life for building professional relationships in any field of activity.

Keywords: volunteer work, volunteer activity, social sphere, professional competencies, socialization of young people.

Trofimova N.N.

Digital literacy and digital skills in the context of education system transformation

The article is devoted to the need for the development of digital literacy and the formation of digital skills of future specialists in the learning process during the modernization of the higher education system. The concept of digital literacy and digital skills has been clarified. The tasks and tools of digital transformation of the education system are emphasized. The key goals of digital humanities as a new concept of digital education are emphasized. The functional skills of the head in the field of digital literacy, which should be formed at the training stage, are proposed.

Keywords: digital transformation, digital skills, competencies, digital literacy, training of specialists, higher education system.

Авторы

Вашиломидзе Е.В. - кандидат экономических наук, Директор Центра подготовки научных кадров ФГБУ Всероссийский научно-исследовательский институт труда Минтруда России.

Вольская Т.Е. - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансового права АНО ВО «Институт деловой карьеры», старший научный сотрудник ВНИИ труда Министерства труда Российской Федерации.

Горский А.А. - старший преподаватель кафедры управления Московского государственного университета имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).

Губачёв Н.Н. - кандидат философских наук, доцент кафедры «Управление» ФГБОУ ВО Российские Государственный Университет имени А.Н. Косыгина.

Зотова С.А. - старший преподаватель кафедры «Управление», Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский Государственный Университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).

Кривцов А.И. - доктор экономических наук, профессор, научный сотрудник кафедры управления активами, Московский Государственный Институт Международных Отношений.

Мишина О.Ю. - преподаватель кафедры «Социология и рекламные коммуникации», Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина.

Огурцова Н.С. - старший преподаватель кафедры «Управление», Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина.

Одинцова О.В. - кандидат психологических наук, доцент кафедры «Управление» Российский Государственный Университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).

Титов В.Н. - доктор экономических наук, профессор кафедры «Управление» ФГБОУ ВО Российские Государственный Университет имени А.Н. Косыгина.

Тишутин А.А. - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Управление» Российский Государственный Университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).

Трофимова Н.Н. - кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента наукоемких производств. Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения.

Усик С.П. - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Социологии и рекламных коммуникаций» ФГБОУ ВО Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина.

Authors

Gorsky A.A., Senior Lecturer of the Department of Management of the Kosygin Moscow State University (Technologies. Design. Art)."

Gubachev N.N., Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of Management of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education Russian State University named after A.N. Kosygin.

Krivtsov A.I., Doctor of Economics, Professor, Researcher, Department of Asset Management, Moscow State Institute of International Relations.

Mishina O.O., Lecturer at the Department of Sociology and Advertising Communications, Russian State University named after A.N. Kosygin.

Odintsovo O.V., PhD in Psychology, Associate Professor of the Department of Management, Russian State University named after A.N. Kosygin (Technology. Design. Art).

Ogurtsova N.S., Senior Lecturer, Department of Management, Russian State University named after A.N. Kosygin.

Tishutin A.A., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management, Russian State University named after A.N. Kosygin (Technology. Design. Art).

Titov V.N., Doctor of Economics, Professor of the Department of Management of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education Russian State University named after A.N. Kosygin.

Trofimova N.N., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department Management of Science-Intensive Industries, St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation.

Usik S.P., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology and Advertising Communications, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education, Russian State University named after A.N. Kosygin.

Vashalomidze E.V., Ph.D. in Economics, Director of the Center for Training Scientific Personnel of the Federal State Budgetary Institution All-Russian Research Institute of Labor of the Ministry of Labor of Russia.

Volskaya T.E., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Financial Law of the ANO VO "Institute of Business Career", senior researcher at the All-Russian Research Institute of Labor of the Ministry of Labor of the Russian Federation.

Zotova S.A., Senior Lecturer, Department of Management, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Russian State University named after A.N. Kosygin (Technology. Design. Art).