



**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ**

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ УСЛУГ СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

**XX Всероссийская научно-практическая конференция
7 февраля 2023 года**

Рекомендовано к публикации
редакционно-издательским советом СПбГУП

Санкт-Петербург
2023

ББК 65.05

Э40

Научный редактор

Е. Г. Хольнова, заведующая кафедрой экономики и управления СПбГУП,
доктор экономических наук, профессор

Рецензенты:

Н. Н. Покровская, профессор кафедры инновационного менеджмента
Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), доктор социологических наук;

Н. В. Бурова, директор Центра российско-французского сотрудничества
в области образования и науки Санкт-Петербургского государственного
экономического университета, доктор экономических наук, профессор

Э40 **Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития** : XX Всероссийская научно-практическая конференция, 7 февраля 2023 г. — Санкт-Петербург : СПбГУП, 2023. — 120 с. — ISBN 978-5-7621-1216-1. — Текст : непосредственный.

Публикуются материалы XX Всероссийской научно-практической конференции, состоявшейся в Санкт-Петербургском Гуманитарном университете профсоюзов 7 февраля 2023 года.

Рассматриваются актуальные теоретические и прикладные проблемы и перспективы развития экономики и управления в сфере услуг России. Особое внимание уделено особенностям работы организаций социально-культурной сферы в условиях санкционного давления со стороны иностранных государств.

Адресовано научным работникам, специалистам, аспирантам, магистрантам, а также студентам экономических и управленческих специальностей и направлений обучения.

ББК 65.05

ISBN 978-5-7621-1216-1

© СПбГУП, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

А. С. Запесоцкий,

*ректор СПбГУП, член-корреспондент Российской академии наук,
доктор культурологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ*

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ УСЛУГ:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ 10

Е. Г. Хольнова,

*заведующая кафедрой экономики и управления СПбГУП,
доктор экономических наук, профессор*

ВЛИЯНИЕ «САНКЦИОННОГО ШТОРМА» НА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНУЮ СФЕРУ РОССИИ 12

Г. Ф. Фейгин,

профессор кафедры экономики и управления СПбГУП, доктор экономических наук

РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ В КОНТЕКСТЕ ДЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ 15

М. М. Хайкин,

*заведующий кафедрой экономической теории Санкт-Петербургского горного университета,
доктор экономических наук, профессор*

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ. 17

В. И. Красавин,

*советник начальника Межрегиональной инспекции Федеральной налоговой службы
по Северо-Западному федеральному округу, государственный советник
гражданской службы РФ 1-го класса, кандидат экономических наук*

ИЗМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА 20

Д. Ю. Зубарев,

*генеральный директор Акционерного общества
«Санкт-Петербургский центр доступного жилья», кандидат экономических наук*

ПРОГРАММА «ДОСТУПНОЕ ЖИЛЬЕ» КАК ИНСТРУМЕНТ ЖИЛИЩНОЙ ПОЛИТИКИ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА 22

Т. В. Никитина,

*директор Международного центра исследований финансовых рынков,
профессор кафедры банков, финансовых рынков и страхования Санкт-Петербургского
государственного экономического университета, доктор экономических наук;*

А. Д. Лучко,

*аспирант 3-го года обучения Санкт-Петербургского государственного
экономического университета*

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ 24

А. Ю. Привач,

профессор кафедры социальных технологий Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Санкт-Петербург), доктор экономических наук

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ — УСЛУГИ ИЛИ ИНВЕСТИРОВАНИЕ В БУДУЩЕЕ 25

О. А. Страхова,

президент Института делового администрирования Региональной ассоциации менеджеров здравоохранения (Санкт-Петербург), доктор экономических наук, профессор;

В. Ю. Ляпунова,

руководитель направления «тренинг-менеджмент» Института делового администрирования Региональной ассоциации менеджеров здравоохранения (Санкт-Петербург), бизнес-тренер, коуч

МЕДИЦИНСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ — ОСНОВА МЕНЕДЖМЕНТА ИЗМЕНЕНИЙ
ОРГАНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ 27

Е. С. Садовая,

заведующая сектором Института мировой экономики и международных отношений (ИМЭМО) им. Е. М. Примакова РАН (Москва), кандидат экономических наук, доцент

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ: НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
И СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ 29

Ю. Н. Шульженко,

консультант-психолог Института делового администрирования Региональной ассоциации менеджеров здравоохранения (Санкт-Петербург)

ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЛИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ
В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ СФЕРЫ УСЛУГ 31

А. В. Грибанов,

генеральный директор Национального центра стандартов устойчивого развития, директор программ Executive MBA Стокгольмской школы экономики в России, доцент кафедры экономики и управления СПбГУП, кандидат экономических наук, SSE Executive MBA

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНЫХ ПОДХОДОВ В РАЗВИТИИ ESG-ПОВЕСТКИ
ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ 33

Г. А. Гончаров,

профессор кафедры экономики и управления СПбГУП, доктор экономических наук

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ КРИЗИС В СТРАНАХ ЕВРОСОЮЗА: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ 35

В. В. Павлова,

профессор Российской академии естественных наук, Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова (Москва), кандидат экономических наук

ПЛАТФОРМЕННАЯ ЗАНЯТОСТЬ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ:
СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ 37

Секция 1**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ****В. Н. Кузьменкова,**

*доцент Военного института железнодорожных войск и военных сообщений
Военной академии материально-технического обеспечения им. А. В. Хрулева (Санкт-Петербург),
кандидат экономических наук*

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ 40

О. М. Носырева,

*доцент кафедры социальной педиатрии и организации здравоохранения
Санкт-Петербургского государственного педиатрического медицинского университета
Министерства здравоохранения РФ, кандидат экономических наук;*

М. Н. Куприянова,

*заместитель главного врача по медицинской части детской городской поликлиники № 19
(Санкт-Петербург)*

СЕГМЕНТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

АМБУЛАТОРНОГО ЗВЕНА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ 41

М. Д. Овсянко,

доцент кафедры экономики и управления СПбГУП, кандидат экономических наук

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ 43

А. И. Поштар,

преподаватель кафедры экономики и управления СПбГУП

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ 45

Е. В. Семенова,

доцент кафедры экономики и управления СПбГУП, кандидат экономических наук

ПРЕДПОСЫЛКИ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ ЭФФЕКТИВНОМУ РАЗВИТИЮ

ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 47

И. В. Сапего,

старший преподаватель кафедры английского языка СПбГУП

ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГЕЙМИФИКАЦИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КОМАНДЫ 49

О. В. Старинская,

аспирант кафедры экономики и управления СПбГУП

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КОНЦЕПЦИЙ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА

УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ 50

Ф. В. Моторин,

аспирант кафедры экономики и управления СПбГУП

ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 53

Е. С. Баева,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ

В СФЕРЕ УСЛУГ 54

И. В. Бутков,*магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП*

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ 56

Л. Р. Кыдатова,*магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП*

ОСОБЕННОСТИ БРЕНДИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ 57

С. А. Рубайло,*магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП*ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ПОДХОДЫ К СТИМУЛИРОВАНИЮ ПРОДАЖ
ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ 59**И. В. Смирнова,***магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП*ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ
И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ 60**Г. С. Степанчикова,***магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП*ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
СУБЪЕКТОВ БИЗНЕСА СФЕРЫ УСЛУГ 61**Ю. И. Шан,***магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП*

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РИСКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ 63

Секция 2**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ****Н. А. Шульмина,***проректор по финансовым вопросам Института бизнеса и инноваций (Санкт-Петербург)*ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ
НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ 66**Н. В. Дорохова,***доцент Воронежского государственного университета, доктор экономических наук;***М. А. Беллиев,***аспирант Воронежского государственного университета;***Ш. Б. Ачылова,***магистрант Воронежского государственного университета*СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЛОНТЕРСКОГО ТУРИЗМА
НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ 68**Л. И. Алексева,***доцент кафедры экономики и управления СПбГУП, кандидат географических наук*

ТРЕНДЫ РЫНКА ЖИЛЬЯ В ПЕРИОД МОБИЛИЗАЦИИ 70

И. В. Васильева, <i>доцент кафедры экономики и управления СПбГУП, кандидат экономических наук</i> ИННОВАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	73
Т. В. Зайцева, <i>заместитель декана экономического факультета СПбГУП по учебной и воспитательной работе, старший преподаватель кафедры экономики и управления</i> АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИХ РАЗВИТИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ	75
О. И. Жулева, <i>доцент кафедры экономики и управления СПбГУП, кандидат экономических наук</i> К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ СЕВЕРНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ	76
Н. Л. Зеленина, <i>доцент кафедры экономики и управления СПбГУП, кандидат экономических наук</i> ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРОЦЕССОВ ПОЗНАНИЯ И ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ	78
Г. Г. Лисовская, <i>доцент кафедры экономики и управления СПбГУП</i> РЕФОРМИРОВАНИЕ МЕТОДИКИ УЧЕТА В БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	80
Н. В. Маслова, <i>доцент кафедры экономики и управления СПбГУП, кандидат экономических наук</i> ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА РОССИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ	82
Е. Я. Морозова, <i>доцент кафедры экономики и управления СПбГУП, кандидат экономических наук</i> ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕПЕРТУАРНЫХ ТЕАТРОВ	84
Н. И. Распопова, <i>доцент кафедры конфликтологии СПбГУП, кандидат психологических наук</i> НЕОБХОДИМОСТЬ СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ СЕРВИСА	87
С. О. Андреева, <i>магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП</i> СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ	89
О. И. Галицкая, <i>магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП</i> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В ПРОЦЕССЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	90
К. Е. Воробьева, <i>магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП</i> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИКИ НА СИСТЕМУ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	91

Е. В. Казакова,

*генеральный директор ООО «Медиа Идея»,
магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП*

ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕРЕХОДА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА НА САМОФИНАНСИРОВАНИЕ. 93

М. Ю. Чевычелова,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ
ДЛЯ ТЕАТРАЛЬНОЙ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ 94

Секция 3**СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ****КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СФЕРЫ УСЛУГ****В. Ю. Мокрый,**

*заместитель заведующего кафедрой информатики и математики СПбГУП по научной работе,
кандидат педагогических наук, доцент*

ФИДЖИТАЛ-ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ 96

А. Л. Попова,

доцент кафедры информатики и математики СПбГУП, кандидат экономических наук

ЗНАЧЕНИЕ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТА МУЛЬТИПЛИКАТОРА ПРИ ИНВЕСТИРОВАНИИ В СФЕРУ УСЛУГ 98

В. В. Русин,

*заместитель заведующего кафедрой информатики и математики СПбГУП
по учебно-организационной работе, кандидат технических наук, доцент*

ВЫСОКОУРОВНЕВЫЕ МЕТОДЫ ИНФОРМАТИКИ И ПРОГРАММИРОВАНИЯ
КАК ЗАЛОГ ТРУДОУСТРОЙСТВА ВЫПУСКНИКОВ «ПРИКЛАДНОЙ ИНФОРМАТИКИ» 99

О. Н. Адмакина,

старший преподаватель кафедры информатики и математики СПбГУП;

Т. А. Мовсисян,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

IT-ИННОВАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
И ПОДДЕРЖКИ КЛИЕНТОВ 102

А. В. Гурко,

*доцент кафедры информационных систем и вычислительной техники
Санкт-Петербургского горного университета, кандидат технических наук;*

О. В. Шишкина,

*студентка III курса кафедры информационных систем и вычислительной техники
Санкт-Петербургского горного университета*

ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И МЕТОДЫ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ. 104

К. А. Волков,

магистрант кафедры информатики и математики СПбГУП

РИСКИ СНИЖЕНИЯ ПРИБЫЛИ КОМПАНИЙ-РАЗРАБОТЧИКОВ ВИДЕОИГР
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 106

Е. С. Крюкова, <i>магистрант кафедры информатики и математики СПбГУП</i> СИСТЕМА ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА КАК ФАКТОР РОСТА ОПЕРАТИВНОСТИ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА.	108
Н. А. Полищук, М. Д. Тен, <i>магистранты кафедры информатики и математики СПбГУП</i> ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СФЕРЕ УСЛУГ.	110
С. В. Толкачев, М. В. Улановский, <i>магистранты кафедры информатики и математики СПбГУП</i> ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ МЕТАВСЕЛЕННОЙ В СФЕРЕ УСЛУГ: ПРОБЛЕМНЫЙ АСПЕКТ.	111
С. Г. Тютрин, <i>доцент кафедры информатики и математики СПбГУП, кандидат технических наук;</i> П. С. Тютрин, <i>супервизор программ карьерного консультирования Региональной общественной организации инвалидов «Перспектива» (Москва), магистр психологии</i> СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.	113
К. Л. Чеглакова, <i>магистрант кафедры информатики и математики СПбГУП</i> НЕЙРОННЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ГЛУБОКОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ СФЕРЕ УСЛУГ.	115
К. О. Ципун, <i>магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП</i> АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ.	116
ИМЕННОЙ УКАЗАТЕЛЬ.	118

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

А. С. Запесоцкий,

*ректор СПбГУП, член-корреспондент Российской академии наук,
доктор культурологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ*

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ УСЛУГ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Уважаемые коллеги! Приветствую вас в стенах Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов на Всероссийской научно-практической конференции «Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития». Сегодня по уже сложившейся многолетней традиции здесь собрались как наши постоянные докладчики, так и новые участники, гости. Наш научный форум вызывает неизменно высокий интерес широкого круга теоретиков и практиков.

Сегодняшняя конференция проходит в канун Дня науки, который в России ежегодно отмечается 8 февраля. Поздравляю вас, коллеги, с этим праздником и желаю новых успехов в исследовании актуальных проблем развития сферы услуг. Наш научный форум является юбилейным — двадцатым по счету. Мы вновь собрались, чтобы обсудить текущие проблемы и новые процессы и тенденции развития отрасли, которые влияют на работу организаций социально-культурной сферы, рассмотреть российскую и мировую практику с точки зрения ее теоретических и прикладных составляющих. События последних лет показали высокую чувствительность социально-культурной сферы к быстрым и все более резким изменениям рыночной конъюнктуры под влиянием экономических, социальных и различных нерыночных факторов.

2020 год ознаменовался локдаунами практически во всех крупнейших экономиках мира, что было вызвано пандемией новой коронавирусной инфекции, в 2021 году экономика России подверглась беспрецедентному санкционному давлению со стороны стран НАТО, которое усилилось с началом специальной военной операции на Украине. И если 2020–2021 годы показали объективную необходимость дальнейшего развития цифровой экономики, то события 2022 года оказали существенное влияние на всю систему многообразных связей России с иностранными

партнерами. В значительной мере это коснулось и социально-культурной сферы в части здравоохранения, туризма, культуры и искусства. Усилилась глобальная нестабильность.

В связи с этим перед нами стоит задача спрогнозировать перспективы восстановления экономики социально-культурной сферы, выявить потенциал развития и механизмы его реализации в текущих рыночных и геополитических условиях. Полагаем, именно на это должна быть нацелена работа участников конференции.

Великий отечественный физик — академик С. И. Вавилов был убежден: «У науки имеется собственная специфическая логика развития, которую весьма важно учитывать. Наука всегда должна работать в запас, впрок, и только при этом условии она будет находиться в естественных для нее условиях». Это утверждение актуально для любой отрасли научного знания. Исследования в области экономики не являются исключением, поскольку в современных условиях важно предвидеть всевозможные варианты развития и уметь предсказывать последствия различных действий, процессов и явлений.

В работе нашей конференции по традиции принимают участие советник Федеральной налоговой службы по Северо-Западному федеральному округу, государственный советник 1-го класса, кандидат экономических наук В. И. Красавин; генеральный директор акционерного общества «Санкт-Петербургский центр доступного жилья», кандидат экономических наук Д. Ю. Зубарев; генеральный директор Национального центра стандартов устойчивого развития, директор программ Executive MBA Стокгольмской школы экономики в России, кандидат экономических наук, доцент А. В. Грибанов; президент Института делового администрирования Региональной ассоциации менеджеров здравоохранения, доктор экономических наук, профессор О. А. Страхова; консультант-психолог Института делового администрирования Региональной ассоциации менеджеров здравоохранения Ю. Н. Шульженко и др.

Свои доклады представили и такие авторитетные российские ученые и практики, как директор Международного центра исследований финансовых рынков Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор Т. В. Никитина; профессор кафедры социальных технологий Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, доктор экономических наук А. Ю. Прихач; заведующий кафедрой экономической теории Санкт-Петербургского горного университета, доктор экономических наук, профессор М. М. Хайкин; заведующая сектором Института мировой

экономики и международных отношений (ИМЭМО) им. Е. М. Примакова РАН, кандидат экономических наук, доцент Е. С. Садовая; профессор Российского экономического университета им. Е. В. Плеханова, кандидат экономических наук В. В. Павлова; доцент Воронежского государственного университета инженерных технологий, доктор экономических наук Н. В. Дорохова и др.

В заключение хотелось бы процитировать К. Маркса, который в свое время сказал: «В науке нет широкой столбовой дороги, и только тот может достигнуть ее сияющих вершин, кто, не страшась усталости, карабкается по ее каменистым тропам». Несомненно, он был прав, поскольку главный путь науки — это постоянный поиск ответов на вопросы, поставленные жизнью. И сегодня я искренне надеюсь, что в ходе работы конференции нам удастся найти инновационные подходы к решению проблем экономики и управления в социально-культурной сфере и обозначить новые направления развития сферы услуг, которые зададут вектор экономического развития на ближайшую и долгосрочную перспективу.

Желаю участникам XX Всероссийской научно-практической конференции «Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития» успешной работы и новых свершений в научных исследованиях!

Е. Г. Хольнова,

*заведующая кафедрой экономики и управления СПбГУП,
доктор экономических наук, профессор*

ВЛИЯНИЕ «САНКЦИОННОГО ШТОРМА» НА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНУЮ СФЕРУ РОССИИ

Современная международная ситуация, связанная с небывалым размахом и количеством санкций по отношению к России, затрагивает не только нашу страну, но и всю глобальную экономику. Анализ истории многовекового противостояния Запада и США против России показывает, что санкционная война — это вид гибридной войны в геополитических реалиях современности, поэтому санкции и специальная военная операция — напрямую не связанные процессы, действующие параллельно. С 1998 года против России уже введено 11 пакетов санкций, и в настоящее время мы ощущаем уже 12-ю волну санкций. МИД РФ в октябре 2022 года отметил, что страны ЕС под давлением США на-

ложили на Россию около 12 тыс. санкций и по их количеству мы уже обогнали Иран.

На сентябрьском Восточном экономическом форуме «Экономические войны как оружие подавления суверенитета» почти все участники отмечали, что антироссийские санкции кардинально изменили взаимосвязи и взаимозависимости глобального миропорядка. В рамках тематики нашей конференции интересен тезис Гленна Дизена, профессора кафедры бизнеса, истории и социальных наук Университета Юго-Восточной Норвегии, который считает, что «санкции являются способом социального инжиниринга» [1].

Действительно, санкции Запада на фоне продолжающейся спецоперации на Украине приобретают все больший размах и затрагивают уже не только политические и экономические аспекты отношений, но и социально-культурную сферу, причем не только России, но и зарубежных стран. Например, руководитель Министерства культуры Польши Петр Глиньский заявил, «что российская культура должна исчезнуть из общественного пространства... Сейчас не время для российского балета, не сезон для Чехова и даже Пушкина» [3]. В прессе можно встретить много примеров тотального отказа Запада от русской культуры и искусства, который с азартом продолжает «культурное наказание» России. Появилось новое понятие — «культура массового поражения».

Несомненно, систематически вводимые антироссийские санкции серьезным образом ударили по социально-культурному сектору нашей страны, поскольку они обладают не только экономическим, но и социальным измерением. Самыми опасными и оказавшими критическое влияние на социально-культурную сферу экономики являются санкции, связанные с высокими технологиями и медициной. Так, например, они затронули около 70 % импортных поставок высокотехнологичной продукции, что прямо или косвенно уже отражается на всех секторах социальной сферы, в первую очередь на здравоохранении, образовании, в научно-исследовательских организациях. Отечественное здравоохранение всегда было зависимо от зарубежных поставок: почти 90 % материалов и оборудования в стоматологии поступает по импорту; более 55 % лекарственных препаратов, жизненно важных при лечении онкологии и сердечно-сосудистых заболеваний, поставлялись зарубежными фармацевтическими компаниями и не имеют российских аналогов; также не надо забывать, что российские препараты выпускаются в основном на импортном сырье и материалах, доля которых составляет более 70 % [6]. Серьезными последствиями санкций является уход с рынка или банкротство многих объектов социально-культурной сферы, что, несомненно, приведет

к всплеску безработицы на рынке труда и оттоку человеческого капитала из страны.

Правительство РФ, понимая все проблемы, связанные с влиянием антироссийских санкций на социально-культурную сферу, в марте 2022 года в своем постановлении № 337 выделяет наравне с системообразующими отраслями, пострадавшими от санкций, и отрасли социально-культурной сферы, в частности гостиничный и туристический бизнес, науку, образование, здравоохранение, спорт, культуру и искусство, которые требуют стратегической государственной поддержки [5].

Раздуваемый западными СМИ «санкционный шторм» привел к формированию в мировом общественном сознании впечатления об «уходе» России как великой державы. Известные экономисты, такие как Абель Аганбегян, уверены, что «Россия — большая страна, и, конечно, она выстоит под санкциями... Стагнация... продолжится, и, наверное, произойдет рецессия. Этот год, 2022-й, негативный. По мнению экспертов, ожидается 3–4 % сокращения ВВП» [4]. Нет сомнений, что Россия в очередной раз докажет, что она мощная экономическая держава и снова возродится из пепла. Развитие и поддержка стратегии импортозамещения, заложенные в стратегической государственной социально-экономической политике, возможно, будут актуальны и для социально-культурной сферы. Необходимо на государственном уровне оперативно решать стратегические задачи по модернизации существующей образовательной инфраструктуры, поддержанию и развитию здравоохранения, научно-исследовательских институтов, внутреннего туризма и кинематографии, других социальных секторов экономики.

В заключение хочется еще раз подчеркнуть, что в рамках антироссийских санкций ведется не только экономическая, но и гуманитарная война против России, нацеленная на радикальное ослабление российской нации и подталкивающая к государственному перевороту. В то же время, как показывают опросы Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), в дальнейшее развитие российской экономики верят 85 % наших сограждан [2].

Литература

1. ВЭФ-2022: санкции, экономические войны, суверенитет и новая глобализация. — Текст : электронный // Высшая школа экономики : [сайт]. — URL: <https://www.hse.ru/news/expertise/756583082.html> (дата обращения: 21.10.2022).

2. Давай, до свидания? Будут ли россияне скучать по западным брендам. — Текст : электронный // ВЦИОМ : [сайт]. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskiy-obzor/davai-do-svidaniya-budut-li-rossijane-skuchat-po-zapadnym-brendam> (дата обращения: 21.10.2022).

3. Культура массового поражения. Санкции Запада против российского искусства. — Текст : электронный // Аргументы и факты : [сайт]. — 2022, 6 апр. — URL: https://aif.ru/culture/opinion/kultura_massovogo_porazheniya_sankcii_zapada_protiv_rossiyskogo_iskusstva (дата обращения: 21.10.2022).

4. Опрос недели: Выстоит ли страна под санкциями? — Текст : электронный // Русская народная линия : [сайт]. — URL: https://ruskline.ru/opp/2022/03/06/opros_nedeli_vystoit_li_strana_pod_sankciyami (дата обращения: 21.10.2022).

5. Российская Федерация. Законы. Об утверждении перечня отраслей, в которых осуществляет деятельность заемщик, указанный в ч. 1 ст. 7 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон „О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)“ и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа» и о признании утратившими силу отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации : Постановление Правительства РФ от 10 марта 2022 года № 337. — Текст : электронный // Правительство России : [сайт]. — URL: <http://government.ru/docs/all/139706/> (дата обращения: 21.10.2022).

6. Товарные ниши 2022: каких товаров в России может стать меньше и почему. — Текст : электронный // Openbusiness.ru : [сайт]. — URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/defitsitnye-tovary-2022/> (дата обращения: 21.10.2022).

Г. Ф. Фейгин,

*профессор кафедры экономики и управления СПбГУП,
доктор экономических наук*

РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ В КОНТЕКСТЕ ДЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Становление сферы услуг ознаменовало переход к постиндустриальной стадии развития экономики, которая наблюдается уже с 1950-х годов. Во многих странах это проявляется в постоянном возрастании доли сферы услуг в ВВП и общем количестве занятых. В первых рядах здесь закономерно идут развитые индустриальные страны Запада. В США доля сферы услуг в ВВП в 2020 году составляла 80,1 %, во Франции — 71 %, в Японии — 69,5 %. Заслуживает внимания и динамика доли ВВП в некоторых странах. Так, за 20 лет (с 2000 по 2020 г.) этот показатель вырос на 7,3 % в США, на 4,5 % во Франции, на 7,6 % в Финляндии. Соответственно снижаются доли промышленности и сельского хозяйства. Данная тенденция характерна не только для развитых стран Запада. Сфера услуг демонстрирует позитивную динамику и во многих других государствах (в том числе и в крупнейших национальных экономиках мира — Китае и Индии). Однако именно в развитых индустриальных странах преобладание

сферы услуг в отраслевой структуре ощущается особенно отчетливо. Кроме того, там уже несколько десятилетий наблюдается тенденция перемещения производства в развивающиеся страны. Изначально технологии оставались в развитых странах, в другие регионы перемещался исключительно производственный процесс.

В то же время уже с начала 2000-х годов темпы экономического роста в США и странах Западной Европы несколько замедлились. Так, среднегодовые темпы роста в США в 2000–2008 годах составляли 1,4 %, в 2010–2019 годах аналогичные показатели по Германии составляли соответственно 1,5 и 1,8 %, по Франции — 1,2 и 1,0 %¹. Подобное замедление темпов роста дало основание предположить, что сфера услуг (по крайней мере, многие ее отрасли) не является значимым катализатором экономического роста. Сокращение доли промышленного сектора в ВВП обернулось феноменом деиндустриализации. Во многих исследованиях этот феномен оценивается скорее негативно. Развитие сферы услуг и переход к «экономике услуг» представляются поступательным трендом в современной структурной динамике. Однако при этом теряется индустриальная база. Отсутствие на территории страны промышленных производств приводит к сокращению числа рабочих мест для высококвалифицированных рабочих. Этот факт обуславливает негативные социально-экономические последствия, так как традиционно значимая для общественного воспроизводства группа людей оказывается не у дел. Также перемещение производства в другие страны (в частности, в Китай) приводит к тому, что за рубеж уезжают высококвалифицированные специалисты (архитекторы, конструкторы, дизайнеры). Известный принцип «Изобретай здесь, делай там» фактически означал сохранение технологической и инновационной гегемонии развитых стран при перемещении производства. Однако отъезд большого количества специалистов привел к трансформации этого принципа в изречение «Изобретай там и делай там». Подобный поворот оказывает негативное влияние на экономику. Фактически контроль над технологией переходит в ту страну, куда перемещается производство. Тем самым ослабляются конкурентные позиции страны на рынке и утрачиваются определенные импульсы для развития. Так, экономика США является несомненным лидером во многих секторах сферы услуг. При наличии отрицательного торгового баланса для экономики в целом в сфере услуг этот показатель является положительным. Однако массовое перемещение промышленного производства за рубеж приводит к увеличению импортозависимости американского

¹ Приводятся данные авторских расчетов на основании статистики Всемирного банка.

высокотехнологического сектора, фактическому прекращению роста производительности труда в промышленности, утрате возможности производить некоторые высокотехнологичные продукты, сокращению отдачи от вложений в НИОКР [1].

Напротив, перемещение промышленного производства в отдельные страны и регионы явилось важным фактором достижения высоких темпов экономического роста. Характерен в данном контексте опыт азиатских стран — Китая, Индии, Вьетнама, Бангладеш, Индонезии и др. Тем самым развитие сферы услуг в последние десятилетия можно интерпретировать двояко. С одной стороны, речь идет о закономерном переходе от индустриального общества к постиндустриальному. С другой стороны, здесь необходимо искать определенный баланс, так как деиндустриализация может оказывать негативное воздействие на экономику. Поэтому в перспективе развитие сферы услуг, вероятно, должно сочетаться с поиском возможностей для по крайней мере частичной реиндустриализации. Эта проблема имеет несомненную актуальность и для России.

Литература

1. Кондратьев, В. Б. Проблемы деиндустриализации в США / В. Б. Кондратьев. — Текст : непосредственный // Перспективы. — 2019. — № 3 (19). — С. 130–147.

М. М. Хайкин,

*заведующий кафедрой экономической теории Санкт-Петербургского
горного университета, доктор экономических наук, профессор*

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ

Экономические системы как системы взаимодействий субъектов хозяйствования друг с другом функционируют в сфере услуг и посредством услуг. С этих позиций сфера услуг не ограничивается только социальной сферой экономики, в том числе социокультурной сферой — отраслями, которые функционируют в нематериальном производстве.

В условиях ускоряющихся процессов глобализации и интеграции мирового хозяйства усиливаются взаимодействия (межотраслевые, межсекторальные, межфункциональные, межрегиональные) экономических агентов различного вида и рода в сфере услуг и благодаря услугам.

В то же время ошибочно утверждать, что в условиях постиндустриальной экономики при расширении сферы услуг сфера производства ма-

териального продукта сокращается в силу того, что производство услуг объективно всегда имеет материальную основу. Постиндустриальная стадия развития экономических систем определила ярко выраженную закономерность, заключающуюся в том, что в долгосрочном временном интервале темпы роста сферы производства нематериального продукта опережают темпы роста сферы материального производства.

С позиции культурологического подхода экономика есть составная часть культуры (культуры в широком смысле, а не только в отраслевом аспекте) [2]. Это объясняет все обостряющееся в современных условиях глобальное противостояние общественных (в том числе и экономических) систем, которое определяется дилеммой «Запад или Восток». Россия же занимает особое положение: она находится в Евразии. При этом евразийскую экономику следует рассматривать не только в качестве территориального понятия, но и как культурно-исторический тип хозяйства, который сложился при определенных исторических и геополитических условиях [1].

Существующая в мировом хозяйстве геополитическая реальность — это следствие действия социокультурных закономерностей развития экономических систем: нет настоящего и будущего без прошлого. Именно история экономики и всей общественной жизни объясняет нам единство и противоречия хозяйственного обустройства общества с позиции мирового универсума.

Если признать тот факт, что экономическое развитие есть составляющая цивилизационного развития, то становится понятным, что «путеводной звездой» хозяйственного обустройства общества всегда является идеология, существующая в рамках сложившихся общественных ценностей. Еще в Древнем мире, в Древней Греции просматривалась взаимосвязь системы ценностей и общественной идеологии с экономикой. Стоит обратить особое внимание и на то, что во все исторические периоды для всех культур традиционного типа этика, нравственность определяли главные ценности и доминировали над экономикой.

Ситуация изменилась в эпоху бурного развития капитализма в Западной Европе в XVI–XVII веках, когда формировалась техногенная культура. В этот исторический период произошли столкновение капиталистических отношений с традиционной моралью и формирование «экономического человека». Основные принципы мотивов его поведения: «Личный интерес — главный мотив поведения» и, таким образом, «Нужно делать то, что выгодно». Это послужило основой становления экономического индивидуализма, который, по существу, явился основой для формирования и развития либеральных направлений экономической

теории и хозяйственной практики. Принимая это во внимание, становится понятным и то, что «западная» и «незападная» экономики «никогда не договорятся». Они сосуществуют и противоречия между ними не ослабевают. Действия общественных законов глобализации привели мировой универсум к цивилизационным разломам — глобальным острым и системным проблемам, решить которые невозможно без кардинально иной идеологии общественного развития, основанной на базисных ценностях человека. И с этих позиций нужно признать, что культура, идеология, политика — вся духовно-нравственная составляющая общественного развития становится его основой, а экономика — средством, инструментарием этого развития.

Имеет смысл вспомнить и то, что во второй половине XIX века в Западной Европе происходило формирование «социального человека». Теоретической основой этого послужило становление немецкой школы политической экономии, представители которой (Густав фон Шмоллер, Макс Вебер, Вернер Зомбарт и др.) небезосновательно утверждали, что развитие национальных экономик не может не учитывать национальные, культурные особенности стран и народов. Существующая по сей день на планетарном уровне дилемма «человек экономический и человек социальный» привела к реальному расколу мирового хозяйства на две части: экономику «западную» и «незападную».

Социокультурные особенности тех или иных обществ значительно ограничивают возможности проведения институциональных преобразований, что следует учитывать при организации процессов евразийской интеграции, которая необходима для суверенного и многополярного мира.

Литература

1. Евразийская политическая экономия : [учебник] / под редакцией И. А. Максимцева, Д. Ю. Миропольского, Л. С. Тарасевича. — Санкт-Петербург : СПбГЭУ, 2016. — 767 с. — Текст : непосредственный.
2. *Запесоцкий, А. С.* Становление глобальной культуры и конфликты цивилизаций / А. С. Запесоцкий. — Санкт-Петербург : СПбГУП, 2018. — 608 с. — Текст : непосредственный.

В. И. Красавин,

*советник начальника Межрегиональной инспекции
Федеральной налоговой службы по Северо-Западному федеральному округу,
государственный советник гражданской службы РФ 1-го класса,
кандидат экономических наук*

ИЗМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА

В соответствии с налоговым законодательством Российской Федерации 1 января 2023 года начинает действовать ряд существенных изменений, которые влияют на процесс сбора и уплаты налоговых и иных платежей, а также являются мерами антикризисной поддержки российского бизнеса. Остановимся подробнее на основных из них.

Федеральным законом РФ от 14 июля 2022 года № 263-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации» введены новые понятия — «Единый налоговый платеж» (ЕНП) и «Единый налоговый счет» (ЕНС). Единый налоговый платеж — это сумма денежных средств, которые налогоплательщик перечисляет в бюджет РФ с целью выполнения своей обязанности по уплате налогов и сборов. Единый налоговый счет — это специальная форма учета налоговыми органами суммы ЕНП. ЕНП заменяет разные налоги, сборы и платежи от физических и юридических лиц по разным реквизитам в соответствующие налоговые инспекции и внебюджетные фонды. После внесения ЕНП на ЕНС налоговая инспекция самостоятельно проводит все операции по перечислению соответствующих сумм на счета окончательных получателей. Кроме того, появляется понятие «сальдо ЕНС», представляющее собой разницу между уплаченной суммой ЕНП и начисленными обязательствами. В случае, если налоговая инспекция выявит отрицательное значение сальдо ЕНС, решение о его взыскании размещается в специальном налоговом реестре, при этом формируется запрос на блокировку расчетного счета неплательщика.

Следующей по значимости для практической деятельности субъекта хозяйствования является новая возможность для налоговых инспекторов выставлять требования о возврате уплаченных средств на счет контрагента в случае, если у него выявлена неуплата налогов и сборов. Так как налоговая инспекция имеет возможности взыскивать средства с добросовестного контрагента за недобросовестного только через суд, эта мера представляется очень действенной для принудительного взыскания в случае отсутствия средств на расчетном счете.

Рассмотренная выше мера является закономерным развитием принятых ранее корректировок в налоговом законодательстве. С одной стороны, это должно помочь предпринимателю и освободить его от ряда процедур в процессе уплаты налогов и сборов в бюджет и внебюджетные фонды; с другой стороны, это создает дополнительную нагрузку на районные налоговые инспекции, что, несомненно, вызовет немало ошибок на местном уровне, во всяком случае на первоначальном этапе применения процедуры.

Как меры поддержки бизнесу со стороны государства можно рассматривать следующие изменения:

1) если кадастровая стоимость недвижимого имущества и земельных участков не выросла из-за изменения их основных технических характеристик, то в целях налогообложения она будет считаться по состоянию на 1 января 2022 года; если же кадастровая стоимость стала меньше, чем была в 2022 году, то сумма налога на имущество и земельного налога будет снижена;

2) участникам соглашений о защите и поощрении капиталовложений предоставили возможность уменьшать сумму платежей в бюджет в отношении земельного налога, налогов на прибыль и на имущество;

3) в 2023–2024 годах появится обязательство по учету курсовых разниц исключительно на дату их погашения — в рамках признания доходов и расходов в целях исчисления налога на прибыль;

4) возобновляется действие нулевой ставки по доходам от акций российских компаний, которые относятся к высокотехнологичному (инновационному) сектору экономики и свободно обращаются на рынке ценных бумаг;

5) применение повышенного коэффициента амортизации основных средств и нематериальных активов расширили на объекты, включенные в реестр российской радиоэлектронной продукции, программы ЭВМ и базы данных;

6) теперь можно с помощью повышающего коэффициента закономерно увеличить в 1,5 раза первоначальную стоимость основных средств и нематериальных активов, имеющих прямое отношение к сфере разработки и применения искусственного интеллекта. Кроме того, в отношении этих объектов появилась возможность получения инвестиционного вычета в стопроцентном размере фактически осуществленных расходов.

Все эти законодательно оформленные меры призваны поддержать российский бизнес в условиях экономических санкций и стимулировать развитие наукоемких и высокотехнологичных отраслей.

Д. Ю. Зубарев,

генеральный директор Акционерного общества «Санкт-Петербургский центр доступного жилья», кандидат экономических наук

ПРОГРАММА «ДОСТУПНОЕ ЖИЛЬЕ» КАК ИНСТРУМЕНТ ЖИЛИЩНОЙ ПОЛИТИКИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

В Санкт-Петербурге 20 лет действовала целевая программа «Молодежи — доступное жилье» (далее — Целевая программа), в рамках которой молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет, состоящие на учете как нуждающиеся в улучшении жилищных условий, могли приобрести жилое помещение у оператора Целевой программы АО «Санкт-Петербургский центр доступного жилья» (далее — Центр), единственным акционером которого является город Санкт-Петербург, по льготной стоимости: первоначальный взнос — 30 %, остаток — в беспроцентную рассрочку на 10 лет.

В связи с изменением социально-экономической и внешнеполитической ситуации в 2022 году потребовалась адаптация программ социальной поддержки. В Санкт-Петербурге с учетом положительного опыта реализации Целевой программы Центром была разработана и в сентябре 2022 года утверждена адаптированная к текущим социально-экономическим условиям корпоративная программа «Доступное жилье» (далее — Программа) [1]. По сравнению с Целевой программой в Программу добавлены новые категории граждан. Программа ориентирована на поддержку жителей Санкт-Петербурга, состоящих на учете как нуждающиеся в улучшении жилищных условий и относящихся к следующим категориям: молодые семьи, работники бюджетной сферы, IT-специалисты, работающие в организации, прошедшей государственную аккредитацию в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 18 июня 2021 года № 929. Указанным категориям в рамках Программы предлагается приобрести квартиру у Центра по льготной стоимости с первоначальным взносом 10 %, остальная стоимость оплачивается в беспроцентную рассрочку на 20 лет.

При формировании условий Программы учитывались, в частности, следующие факторы: снижение реальных располагаемых денежных доходов населения в 2022 году и значительный рост стоимости нового жилья. Также при определении оптимального соотношения первоначального взноса и срока рассрочки учитывались рекомендации Стандарта ипотечного кредитования, утвержденного 15 июля 2019 года Единым институтом развития в жилищной сфере АО «ДОМ.РФ» [2]. Среди про-

чих условий изучалось влияние показателя обязательства/доход на возможность выполнять обязательства по погашению рассрочки.

В поверочных расчетах при формировании условий Программы учитывались размер прожиточного минимума на душу населения и средняя номинальная заработная плата в Санкт-Петербурге. Так, например, если средняя льготная стоимость жилья составляет 150 тыс. рублей за квадратный метр, то для молодой семьи из трех человек при приобретении у Центра средней двухкомнатной квартиры площадью 60 м² по Программе ежемесячный платеж составит не более 34 тыс. рублей в месяц, а общая стоимость затрат семьи — 9 млн рублей. В случае даже одного работающего родителя у молодой семьи остается доход, позволяющий покрыть расходы в размере величины прожиточного минимума на душу населения в Санкт-Петербурге.

Кроме того, при определении условий Программы учитывалась экономическая эффективность для семьи. В качестве альтернативы был взят случай улучшения жилищных условий с использованием социальной выплаты в рамках реализации Постановления Правительства Санкт-Петербурга от 14 июня 2022 года № 522 и приобретения по среднерыночной стоимости жилья с привлечением ипотечного кредита по среднерыночной ставке при прочих равных условиях для семьи из трех человек. Ежемесячный платеж во втором случае составит 51,85 тыс. рублей, что делает сложным финансовое положение средней семьи из трех человек в случае одного работающего супруга.

Расчеты показали, что приобретение квартиры в рассрочку по Программе гораздо выгоднее для семьи, чем покупка на рынке жилья с использованием социальной выплаты ипотечного кредита: семья получает выгоду от экономии на процентах, а также благодаря льготной стоимости жилья. Кроме того, достигается бюджетная эффективность: высвобождаются средства, которые в альтернативном случае требовались бы на предоставление социальных выплат для приобретения жилья.

Литература

1. Приобретение жилья по льготной стоимости. — Текст : электронный // Санкт-Петербургский центр доступного жилья : [сайт]. — URL: <https://gorcenter.spb.ru/rassrochka> (дата обращения: 28.10.2022).
2. Стандарт ипотечного кредитования. — URL: <https://стандарт.дом.рф/> (дата обращения: 28.10.2022). — Текст : электронный.

Т. В. Никитина,

*директор Международного центра исследований финансовых рынков,
профессор кафедры банков, финансовых рынков и страхования
Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
доктор экономических наук, профессор;*

А. Д. Лучко,

*аспирант 3-го года обучения Санкт-Петербургского
государственного экономического университета*

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

В настоящее время в банковской сфере наблюдается высокая конкуренция, поэтому в целях роста и развития банки все больше внимания уделяют внедрению и совершенствованию информационных технологий, которые представляют дополнительный ресурс в условиях постоянных изменений рыночной среды. Развитие информационных технологий в банковской сфере способствует эффективной коммуникации с юридическими и физическими лицами, а также позволяет сократить затраты. В современном мире произошел скачок развития коммуникационных средств и технологий, что существенно повысило качество услуг, предоставляемых различными банками. Банковская сфера нуждается в постоянном совершенствовании информационных технологий для проведения банковских операций и предоставления различных банковских услуг клиентам.

Развитие современных технологий способствует появлению новых банковских продуктов и их выходу на рынок, развитию системы риск-менеджмента и расширению числа клиентов и услуг, в том числе на географически удаленных и диверсифицированных рынках. Глобальная сеть повлияла на распространение банковских услуг, став связующим звеном между банками и потребителями в предоставлении банковских услуг и доставке банковских продуктов. В современном мире клиенты могут управлять своими счетами и денежными средствами на них, нажимая лишь несколько кнопок. Благодаря обновлению, развитию и совершенствованию информационных технологий Интернет стал главным способом связи между банками и их клиентами. Совершенствование технологий повышает ожидания клиентов, что способствует трансформации предоставляемых банковских услуг.

Современные банковские технологии, совершенствуя свой потенциал, повышают стоимость банка за счет максимизации предупредительных

мер — онлайн-прогнозирования ликвидности, расчетов в режиме реального времени, повышения уровня безопасности в банковской сфере, установления неразрывной связи между офисами и филиалами. Основой для установления банковских тарифов служат совершенствование информационных технологий и стремительный рост числа пользователей глобальной сети. Ожидания современных клиентов растут в связи с переходом к дистанционному банковскому обслуживанию, поэтому банки вынуждены улучшать свои услуги с помощью новых технологий и оборудования. Технологический рост увеличивает скорость и простоту выполнения банковских операций для клиента. Дистанционное банковское обслуживание, развиваясь в интересах клиента, позволило перейти от сложного заполнения документов на бумажных носителях к простой и легкой работе в мобильных приложениях банков.

Банковская сфера претерпела существенные изменения в связи с быстрым развитием информационных технологий. Совершенствование банковских технологий позволяет банкам предлагать клиентам более сложные продукты и услуги, постоянно модернизируя их. В постоянно меняющейся банковской среде первостепенные условия успеха — внедрение и модернизация технологий для привлечения клиентов и приобретения различных конкурентных преимуществ.

Литература

1. *Ahnert, T.* Investing in the future / T. Ahnert. — Текст : непосредственный // *Banking Technology*. — 2022. — № 16. — С. 33–37.
2. *Hauswald, R.* Information Technology and Financial Services Competition / R. Hauswald, R. Marquez. — Текст : непосредственный // *Financial studies*. — 2021. — № 3. — С. 921–948.
3. *Khajen, S.* The Impact of Information Technology in Banking System / S. Khajen. — Текст : непосредственный // *Social and Behavioral Sciences*. — 2021. — № 30. — С. 13–16.

А. Ю. Причач,

*профессор кафедры социальных технологий Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Санкт-Петербург),
доктор экономических наук*

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ — УСЛУГИ ИЛИ ИНВЕСТИРОВАНИЕ В БУДУЩЕ

Процессы профессионального образования и формирования будущих специалистов являются важнейшими для экономики и государственного развития любой страны. Поэтому в передовых странах этому уделяется

особое внимание, а поддержание качества образования расценивается как стратегическая задача.

Важность и приоритетность данного вопроса таковы, что специалисты призывают рассматривать затраты, связанные с образованием, не как ценовую стоимость оказываемых услуг или расходы государства либо домохозяйств, а как специальные долгосрочные инвестиции, ориентированные на последующую отдачу. Можно сказать, что именно на таком подходе базируются концепция субъективного экономического поведения и теория человеческого капитала.

Если обратиться к опыту США, учитывая, что они давно позиционируют в своих рейтингах свои университеты как ведущие, то еще в конце 1980-х годов министр труда У. Брок полагал, что наряду с совершенствованием системы экономического управления перестройка системы образования играет едва ли не решающую роль в конкурентоспособности страны. Он считал недостатки американской системы образования одной из причин снижения эффективности экономики. Система образования воспринималась как находящаяся в кризисе. Американские школьники уступали в подготовке своим зарубежным сверстникам, что непосредственно отражалось на уровне квалификации рабочей силы. Кроме того, не отвечала современным требованиям и квалификация преподавателей. Сама система образования понизила требования к уровню и качеству обучения [3, р. 26].

В современном мире акцент в управлении экономикой делается на инновационном развитии, что предполагает повышение уровня реализации интеллектуального потенциала страны и предъявляет высокие требования к системе образования. Ориентация на инновационную, креативную экономику отчетливо прослеживается в последние десятилетия во внутренней политике многих успешных в хозяйственном отношении стран. Доля труда в интеллектуальных и инновационных отраслях с начала XXI века показывает устойчивую тенденцию к повышению [1].

Если рассматривать ситуацию в сфере образования, то она характеризуется в основном завершившимся переходом на двухуровневую систему бакалавриат–магистратура (кроме некоторых университетов и отдельных направлений обучения, отстоявших пятилетнюю систему). Такой модели образования присущи как достоинства, так и недостатки.

Серьезные трудности возникли в системе образования в связи с пандемией коронавируса, вплоть до того, что, как показало исследование Международной ассоциации университетов (IAU), 59 % вузов были вынуждены полностью закрыться уже в начале пандемии [2]. Вполне возможно, что в ближайшее время появятся возможности более точно

оценить значимость и актуальность проблематики, а также проанализировать перспективы, которые имеются у сферы высшего профессионального образования.

Литература

1. Конкурентоспособность России в глобальной экономике : [монография] / А. А. Дынкин, Ю. В. Куренков, Ю. Л. Адно [и др.]. — Москва : Междунар. отношения, 2003. — 374 с. — Текст : непосредственный.
2. Куксин, И. Н. Высшее образование и влияние пандемии на его качество / И. Н. Куксин. — Текст : непосредственный // Юридическая мысль. — 2022. — № 1 (125). — С. 54–68.
3. Brock, W. E. Work force 2000: dramatic changes and shortage of skilled workers / W. E. Brock. — Текст : непосредственный // Industrial Engineering. — Norcross (Ca), 1987. — Vol. 19, № 2. — P. 26–31.

О. А. Страхова,

*президент Института делового администрирования
Региональной ассоциации менеджеров здравоохранения (Санкт-Петербург),
доктор экономических наук, профессор;*

В. Ю. Ляпунова,

*руководитель направления «тренинг-менеджмент»
Института делового администрирования Региональной ассоциации
менеджеров здравоохранения (Санкт-Петербург), бизнес-тренер, коуч*

МЕДИЦИНСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ — ОСНОВА МЕНЕДЖМЕНТА ИЗМЕНЕНИЙ ОРГАНИЗАЦИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Исследования, проведенные в Институте делового администрирования Региональной ассоциации менеджеров здравоохранения, позволяют сделать вывод об отсутствии в современной литературе системного подхода к управлению изменениями организаций здравоохранения на основе медицинской психологии или, иными словами, на основе учета всего комплекса личностных и социальных компетенций современного руководителя (лидера).

Как сформулировал эксперт в области повышения эффективности бизнеса и правительственной деятельности И. К. Адизес, «менеджмент — это умение справиться с проблемой, которая возникает при изменении».

В современных условиях глобальной нестабильности любая проблема менеджмента изменений организаций здравоохранения имеет двойственную природу, включающую организационный и личностно-соци-

альный аспект. Реализация высокотехнологичной медицинской помощи происходит в контексте стремительных изменений как самих технологий, основными из которых становятся цифровые технологии, так и роли руководителя организации в процессе принятия управленческого решения, а следовательно, и изменений культурной среды организации здравоохранения, которая требует от лидера поведенческой гибкости в сочетании с толерантностью.

По итогам исследований Института делового администрирования была выявлена причинно-следственная связь основных психологических проблем принятия решений руководителями организаций здравоохранения, которая зиждется на двух основных критериях — постулатах, на двух моделях поведения:

— руководитель зачастую решает, что именно он хочет сделать, на подсознательном уровне, без надлежащего анализа внешней и внутренней среды, и только потом понимает, почему он это сделал. То есть осознает свою мотивацию, которая может быть и неправильной;

— довольно часто на принятое решение влияет форма вопроса и непонимание его сущности, что приводит к ошибочному пониманию целей и задач руководителя и в итоге — к ошибочным изменениям структуры организации, что, в свою очередь, становится препятствием для эффективной деятельности.

На наш взгляд, решить эти проблемы сегодня поможет создание в организации психологической службы, основной задачей которой будет возвращение руководителя любого уровня в зону комфорта, прежде всего путем изменения модели его компетенций. Для оценки компетенций руководителя предлагается инструментарий SWOT-анализа, а для проведения изменений — совокупность тренингов, в первую очередь позволяющих освоить техники продуцирования креативных идей и достижения синергетического эффекта в командах, когда эффективность каждого сотрудника становится выше, чем он сам может предположить. Медицинская психология должна стать реальным инструментом эффективного менеджмента изменений в любой организации здравоохранения.

Литература

1. *Страхова, О. А.* Организационное поведение: Лидерство и модель компетенций руководителя / *О. А. Страхова.* — Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2010. — Текст : непосредственный.

Е. С. Садовая,

*заведующая сектором Института мировой экономики
и международных отношений (ИМЭМО) им. Е. М. Примакова РАН (Москва),
кандидат экономических наук, доцент*

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ: НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Существенная часть актуальных научных исследований посвящена влиянию технологических новаций (прежде всего цифровых технологий) на изменение организационных основ современной экономики. Цифровые решения преобразуют бизнес-процессы, являющиеся составным элементом как работы отдельных компаний, так и экономики в целом. Современная экономика в итоге становится цифровой, а затем и платформенной.

Широкое распространение цифровых технологий — явление отнюдь не случайное. С учетом относительной дешевизны вводимых новаций (их стоимость, в сущности, складывается из стоимости оборудования и программного обеспечения, а облачные технологии делают цену оборудования (серверов) практически ничтожной) их использование открывает перед предпринимателями практически безграничные возможности повышения эффективности бизнеса. Платформенные технологии ведут к серьезному уменьшению себестоимости товаров и услуг, сокращая издержки по всем направлениям.

Достаточно быстро преобразуется под влиянием цифровых технологий и сфера услуг, причем речь идет именно о коренных качественных изменениях, позволяющих добиваться серьезной экономии на масштабе (это экономическая выгода от повышения уровня производства), полностью перестраивать форматы взаимодействия между потребителями услуг и их производителями, а также между отдельными организациями. Можно говорить не только о трансформации содержания давно известных моделей, таких, например, как В2В (взаимодействие бизнеса с бизнесом) или В2С (взаимодействие бизнеса с клиентом), но также о возникновении новых механизмов — Р2Р (персональное взаимодействие физических лиц) и даже С2В, который позволяет компаниям использовать навыки и собственность потребителей [2, с. 39].

В новых условиях стоимость создается уже не только производителями, но и пользователями услуг. Цифровые платформы выступают в данном случае инфраструктурой, позволяющей людям тесно взаимодействовать в процессе создания и потребления всевозможных товаров и услуг,

в результате чего появляется феномен «длинного хвоста» как совершенно новый механизм генерирования стоимости в условиях цифровой экономики [1]. Происходящие преобразования организационно-технологической базы отраслей сферы услуг не просто повышают эффективность труда в этом секторе, но оказываются практически безальтернативными, если учесть нарастающую конкуренцию в условиях разворачивающегося экономического кризиса.

Однако развитие технологий меняет не только сферу производства — оно влияет на все составляющие общественной системы, в том числе на занятость. Следует учитывать, что снижение издержек в первую очередь касается расходов на рабочую силу, составляющих в постиндустриальной экономике значительную их часть. Снижение себестоимости в условиях цифровой экономики достигается за счет автоматизации существенной доли бизнес-процессов, то есть сокращения функций работников.

Именно в этом и заключается феномен роста производительности труда, повышения конкурентоспособности как отдельных производств, так и целых отраслей сферы услуг. Причем в силу того, что в постиндустриальной экономике секторальный баланс занятости оказался сильно смещен именно в сторону сферы услуг, являющейся самым трудоемким сектором современной экономики, основные угрозы занятости оказываются связанными с автоматизацией именно этой сферы. Реализуются эти угрозы не в форме прямого сокращения спроса на труд, а в ухудшении условий найма, снижении социальной защищенности работающих [3].

Сегодня, в период экономической и политической турбулентности, социальная проблематика (вопросы занятости, социальной политики, социального обеспечения и даже шире — социальной справедливости) оказывается в центре внимания и политиков, и экспертного сообщества, и простых граждан. В рамках целостного взгляда на социальную динамику в единстве технологической, экономической и социальной ее составляющих, рассматривая вопросы влияния цифровых технологий на сферу услуг, важно обращать пристальное внимание на изучение того нового формата функционирования социально-трудовой сферы, который задается цифровой экономикой, а также учитывать социальные последствия современных технологических новаций.

Литература

1. *Келли, К.* Неизбежно. 12 технологических трендов, которые определяют наше будущее / К. Келли ; перевод с английского Ю. Константиновой, Т. Мамедовой. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 352 с. — Текст : непосредственный.

2. Садовая, Е. С. Формирование новой социальной реальности: технологические вызовы : [монография] / Е. С. Садовая, В. А. Сауткина, А. Р. Зенков. — Москва : ИМЭМО РАН, 2019. — 190 с. — Текст : непосредственный.

3. Садовая, Е. С. Цифровая экономика и новая парадигма рынка труда / Е. С. Садовая. — Текст : непосредственный // Мировая экономика и обратные отношения. — 2018. — Т. 62, № 12. — С. 35–45.

Ю. Н. Шульженко,

*консультант-психолог Института делового администрирования
Региональной ассоциации менеджеров здравоохранения (Санкт-Петербург)*

ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЛИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ СФЕРЫ УСЛУГ

В стремительно меняющемся мире часто приходится подстраиваться под ситуацию. Темп жизни ускоряется, условия и тенденции меняются — правила и концепции быстро устаревают. Сфера услуг, как область, непосредственно связанная с взаимодействием между людьми, ощущает это на себе особенно остро. Очень важно использовать инструментарий менеджмента изменений. От руководителей требуется высокая скорость реакции, в противном случае они рискуют проиграть в конкурентной борьбе.

На наш взгляд, гибкость является одним из наиболее необходимых современному управленцу компетенций. При принятии решений руководитель предприятия должен ориентироваться на те глобальные изменения, которые касаются и сотрудников предприятия, и его клиентов. В этих условиях традиционная система мотивации преобразовывается. Руководителю следует постоянно проводить мониторинг рынка с одновременным анализом совокупности внутренних факторов конкретного предприятия. Важно понимать: тот инструментарий внутреннего и внешнего менеджмента, который работал раньше, не равен действующему сейчас и точно не будет равен инструментарию будущего.

Рассмотрим в качестве примера управление салоном красоты.

Специфика управления в индустрии красоты заключается прежде всего в том, что воздействие на подчиненных, на их психологическое и, как следствие, физическое здоровье непосредственно влияет на качество оказания услуг, атмосферу во время их оказания, а, значит, и на здоровье клиентов.

Актуальность выбранной по результатам мониторинга ситуации на предприятии модели управления имеет огромное значение. Если будет

выбрана неправильная с точки зрения медицинской психологии модель, это отразится на обслуживании клиентов: появятся препятствия для реализации принципа клиентоориентированности, возникнут разногласия внутри коллектива, недоверие к коллегам и руководителям, халатное отношение подчиненных к работе. Все это неизбежно приведет к снижению уровня обслуживания клиентов.

Разрабатывая правила общения с клиентами и коллегами в процессе профессиональной деятельности, важно учитывать следующую информацию.

Основополагающим принципом деятельности сотрудника предприятия индустрии красоты и одной из составляющих эффективного оказания услуги мы считаем этику профессионального общения с элементами эмпатического понимания.

Безусловно, соблюдение этики профессионального общения зависит от развитости профессионального и личного сознания сотрудника и его восприятия клиента как уникальной личности, способной к психологическому развитию и самосовершенствованию. Ответственность за воспитание в сотрудниках этих и ряда других качеств лежит в равной степени как на самих подчиненных, так и на руководителе.

Владение техникой психологической работы (как руководителя с сотрудниками, так и сотрудников с клиентами) служит своего рода лекарством: если это общение складывается в позитивном ключе, оно оказывает оздоровительное действие.

Сплоченность и взаимопомощь необходимы в каждом коллективе, но особенно они важны в индустрии красоты, поскольку для нее характерно достаточно долгое и тесное личное взаимодействие и между сотрудниками, и между сотрудниками и клиентами. Клиент приходит за улучшением своего внешнего вида и, как следствие, внутреннего состояния, что не может не оказывать влияния на психологическое, а значит, и общее здоровье сотрудников и клиентов. От выбора правильного метода менеджмента зависит сохранение здоровья, а иногда даже жизни людей. Именно эти актуальные задачи решают специалисты Института делового администрирования Региональной ассоциации менеджеров здравоохранения.

А. В. Грибанов,

генеральный директор Национального центра стандартов устойчивого развития, директор программ Executive MBA Стокгольмской школы экономики в России, доцент кафедры экономики и управления СПбГУП, кандидат экономических наук, SSE Executive MBA

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНЫХ ПОДХОДОВ В РАЗВИТИИ ESG-ПОВЕСТКИ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ

Принципы ESG (Enviroment — окружающая среда, Social — общество, Governance — управление) в последние годы все чаще встречаются в стратегиях компаний с высокой конкурентоспособностью. Это вызвано не только и не столько тем, что, как принято считать, банки при выдаче кредитов стремятся минимизировать риски. В действительности принципы ESG, как некогда системы менеджмента качества ISO 9000, помогают выбирать партнеров и устанавливать долгосрочные отношения. Часто можно услышать, что ESG-стратегия с ее повышенным вниманием к экологии выступает одной из значимых составляющих современной маркетинговой политики, а качественная ESG-кампания дает яркие информационные поводы, способствующие освещению деятельности организации в СМИ в позитивном ключе. Ряд подобных высказываний можно продолжить. Вместе с тем все больше руководителей компаний утверждают, что если принципы ESG не станут частью корпоративной культуры организации и основой бизнес-этики менеджмента, то неполное использование этих принципов не только будет напрасной тратой ресурсов, но и приведет к разбалансировке системы управления организацией в целом.

В 2022 году российские компании оказались насильственно изолированы от западных, многие из которых требовали от партнеров ESG-активности. В связи с этим появились серьезные опасения, что с уходом из нашей страны западного бизнеса реализация ESG-проектов в отечественных компаниях будет свернута. Но практика эти опасения не подтверждает — напротив, внимание к ESG-повестке со стороны руководства российских организаций, принадлежащих к различным отраслям и рынкам, повышается.

В резко изменившихся условиях компаниям, прямо или косвенно пострадавшим от беспрецедентных санкций, предстоит решать вопросы повышения эффективности деятельности, создания новых каналов снабжения, а также поиска новых рынков сбыта с учетом трансформации реалий. В этой связи на первый план выходят эффективность корпора-

тивного управления и социальная ответственность перед собственными сотрудниками и обществом в целом. И первое, и второе условие, наравне с экологической повесткой, — составляющие подхода ESG. Стоит отметить, что тема экологии также не утратила актуальности: китайские и другие азиатские компании, ставшие зоной интереса отечественных предприятий, порой предъявляют к партнерам более высокие экологические требования, чем европейские.

Практика показывает, что наиболее эффективная форма практической реализации организационных изменений — изменения через проект. Однако проектное управление, несмотря на свою эффективность и популярность, достаточно дорогое. Оно требует не только квалифицированного менеджмента, но и соответствующей корпоративной культуры. Эта данность порождает и ограничения, и возможности.

Как уже было сказано, по команде сверху невозможно разом внедрить принципы ESG. Однако, создавая атмосферу необходимости изменений, шаг за шагом приближаясь к принятию философии ESG, компания будет не только реформировать бизнес-процессы и повышать производительность, но и трансформировать корпоративную культуру, делая ее более гибкой и нацеленной на постоянные преобразования.

Проводя организационные изменения, можно каждый раз применять новые, все более сложные и результативные инструменты проектного управления. Таким образом мы не только добиваемся эффекта от самих изменений, но и внедряем проектно-ориентированные подходы к управлению, тем самым повышая конкурентный статус компании.

Подобный подход успешно зарекомендовал себя в компаниях сферы услуг. Это объясняется не только небольшим количеством ресурсов, которые организация, как правило, способна инвестировать в трансформацию, но и особенностями самого продукта — услуги, что порождает сложности и накладывает повышенные требования к применению как проектных подходов, так и принципов ESG.

Одновременное и взаимозависимое внедрение проектных методов управления и принципов ESG не только делает компанию более привлекательной для партнеров и инвесторов, но и повышает ее конкурентоспособность и устойчивость к кризисам.

Г. А. Гончаров,

*профессор кафедры экономики и управления СПбГУП,
доктор экономических наук*

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ КРИЗИС В СТРАНАХ ЕВРОСОЮЗА: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

В сентябре 2021 года в странах Евросоюза начался энергетический кризис [3], являющийся частью глобального экономического кризиса, конца которому пока не видно. По мнению большинства экспертов, нынешний энергетический кризис более серьезен, чем нефтяной кризис 1970-х годов [1; 4; 5]. Цены на энергоносители во всем мире резко возросли, что влечет за собой далеко идущие экономические последствия [2]. Непосредственными причинами энергетического кризиса в странах Евросоюза стали:

- 1) возрастание спроса на энергоносители вследствие оживления деловой активности после преодоления последствий пандемии COVID-19;
- 2) ошибочная энергетическая политика ЕС, направленная на ускоренный переход на возобновляемые источники энергии (которые в настоящее время не в состоянии обеспечить потребности экономики) и постепенное сокращение использования традиционных источников;
- 3) отказ от долгосрочных контрактов на поставку российского трубопроводного газа и переход на спотовый механизм ценообразования на энергоносители;
- 4) непоследовательная политика ФРГ в отношении ввода в эксплуатацию газопровода «Северный поток — 2»;
- 5) сокращение поставок газа из России по техническим причинам;
- 6) поставка газа из Норвегии и США по завышенным ценам.

Кроме того, энергетический рынок, включая рынок газа, постепенно становится глобальным, и Европа сталкивается с жесткой ценовой конкуренцией со стороны Азии. США продают большую часть экспортируемого сжиженного природного газа в Азию и не «помогают» Европе преодолеть энергетический кризис. Стоит отметить, что помощь Евросоюзу в преодолении энергетических проблем никак не входит в планы США, скорее наоборот, у старшего партнера европейских стран по НАТО появилась возможность устранить сильного конкурента за счет разрушения его экономики.

Ожидается, что европейский энергетический кризисы в ближайшее время не закончатся. Из-за затяжной зимы европейские хранилища газа использовались дольше, чем обычно, что вызвало задержку их пополнения. Недостаточно внимания уделялось заполнению газовых резер-

вуаров, поэтому образовался дефицит запасов газа в хранилищах. Эксплуатационная безопасность работающих газопроводов («Северный поток — 1») также была проигнорирована. Такая политика руководства ЕС и ведущих стран этого объединения направлена против интересов бизнеса и населения и основана на логике отказа от российских энергоносителей. Следует также иметь в виду, что модернизация и капитальный ремонт традиционных электростанций в Европе идут очень медленно из-за курса на сокращение выбросов углекислого газа, принятого ЕС.

Последствия энергетического кризиса для экономики стран Евросоюза становятся все более разрушительными из-за санкционной войны, развязанной против России в связи с событиями на Украине. С момента признания ДНР и ЛНР и начала специальной военной операции по защите населения этих республик только ЕС ввел против России 8 пакетов санкций, а общее их количество давно превысило 11 тыс. Главной целью таких мер было ограничение доходов России от экспорта, в первую очередь экспорта углеводородов. Однако введенные санкции совместно с ответными мерами России нанесли сокрушительный удар по энергетическому сектору стран ЕС и создали условия для длительной рецессии европейской экономики.

Таким образом, первопричиной европейского энергетического кризиса является ошибочная стратегия и политика руководства Евросоюза, направленная на ускоренный переход на так называемую зеленую энергетику и отказ от традиционных источников энергии. Практика подтвердила ошибочность и поспешность такого перехода. Европейский энергетический кризис углубило воздействие следующих факторов:

- отказ от долгосрочных контрактов на поставку российских углеводородов, введения в эксплуатацию новых газопроводов и поддержания эксплуатационной безопасности действующих;
- санкционная война с целью ограничить доходы России от экспорта углеводородов;
- глобальное оживление деловой активности в связи с преодолением пандемии коронавируса, что вызвало рост спроса на энергоносители в Азии (особенно в Китае) и рост цен на них в мире;
- отсутствие желания со стороны США помочь Евросоюзу в преодолении энергетического кризиса.

В целом можно ожидать, что европейский энергетический кризис затянется как минимум на ближайшие два-три года, поскольку его коренные причины не могут быть устранены в краткосрочной перспективе, а цены на энергоносители в странах Евросоюза останутся высокими навсегда.

Литература

1. Аналитик Полищук спрогнозировал дальнейшее удорожание газа в Европе. — Текст : электронный // RT на русском : [сайт]. — 2021, 28 сент. — URL: <https://russian.rt.com/business/news/912055-ekspert-gaz-evropa-prognoz> (дата обращения: 18.10.2022).
2. Brown, N. Oil Prices Hit Seven-Year High in US Sparking Economic Unease / N. Brown. — Текст : электронный // Sputnik News : [сайт]. — 2021, 4 Oct. — URL: <https://sputniknews.com/20211004/oil-prices-hit-seven-year-high-in-us-sparking-economic-unease-1089665830.html> (дата обращения: 18.10.2022).
3. Global Crisis Response Group on Food, Energy and Finance. — Текст : электронный // United Nations : [сайт]. — URL: <https://news.un.org/pages/global-crisis-response-group/> (дата обращения: 16.10.2022).
4. Press review: Energy crisis spreads and Russia-Hungary gas deal sparks Ukraine fury. — Текст : электронный // TASS Russian News Agency : [сайт]. — 2021, 29 Sept. — URL: <https://tass.com/pressreview/1343609> (дата обращения: 17.10.2022).
5. Russia to triple electricity supplies to China on October 1 — TV. — Текст : электронный // TASS Russian News Agency : [сайт]. — 2021, 30 Sept. — URL: <https://tass.com/economy/1344259> (дата обращения: 18.10.2022).

В. В. Павлова,

профессор Российской академии естественных наук, Российского экономического университета им. Е. В. Плеханова (Москва), кандидат экономических наук

ПЛАТФОРМЕННАЯ ЗАНЯТОСТЬ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ: СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ

В настоящее время в социально-экономической сфере перед Россией стоит проблема сокращения безработицы и развития отечественного рынка труда. Создание рабочих мест, отвечающих современным научно-техническим требованиям мирового уровня, представляет собой сегодня одну из главных целей развития страны.

Очевидно, что на основе материального производственного базиса и цифровых процессов трансформации активно развивается как производство, так и сфера обращения, создавая новые рабочие места в торговле и сфере услуг. «Масштабные изменения в системе трудовых отношений проявляются в повсеместном распространении новых форм организации трудовой деятельности, основанных на формировании цифровой экосистемы» [3, с. 224] и широком использовании цифровых платформ. Все чаще на отечественном рынке труда появляются новые формы занятости. Переход российской экономики на импортозамещение и переориентация на работу с восточными контрагентами вместо западных требуют создания соответствующих рабочих мест и иного подхода к качеству самой занятости, профессионально-квалификационной структуре.

Решение столь грандиозных задач требует обоснованного формирования и эффективного функционирования цифровых платформ с учетом качества и уровня занятости населения. Применение платформенной занятости как одной из форм неустойчивой занятости позволит существенно сократить уровень безработицы и предотвратит массовый вывод работников за пределы законодательно определенных трудовых отношений.

Платформенную экономику сегодня можно назвать одной из самых процветающих сфер экономической жизни. По исследованиям «консалтинговой компании A2Z Market Research, платформенная экономика имеет совокупный среднегодовой темп роста в 17,4 % в шестилетний период с 2021 по 2027 год. Таким образом, исследование прогнозирует совокупный рост в 104,4 %. Аналогичные данные демонстрирует исследование MasterCard, так как объем мировой платформенной экономики более чем удвоится к 2023 году, согласно прогнозам компании. А в 2027 году объем составит 864 млрд долларов» [1].

Таким образом, платформенная экономика — перспективный растущий сектор экономики. «По оценкам МОТ, общее число платформ за последние 10 лет увеличилось пятикратно, со 142 в 2010 году до 777 в 2020-м. Около половины из них (49 %) оперируют в сфере доставки, 36 % являются веб-платформами (выполнение работ онлайн — фрилансеры, программисты и проч.), чуть менее 14 % — такси (World Employment and Social Outlook, 2021)» [4, с. 12]. «По расчетам экспертов, в настоящий момент в России в платформенную занятость вовлечено около 6–8 млн человек, а к 2030 году их количество может возрасти до 15 млн человек, но будет уступать традиционной занятости по найму» [2, с. 23].

Основными перспективными направлениями реализации занятости через платформы можно выделить следующие: курьерская доставка, торговля через электронные площадки, оказание онлайн-услуг (IT-разработка, web-дизайн) и иные услуги.

Однако, несмотря на явные преимущества платформенной занятости, не всегда возможно обеспечение эффективности и результативности функционирования самой цифровой платформы. Это зависит от влияния множества факторов как внешней, так и внутренней среды — экономических, социальных и технологических. Выявление, определение, а также прогнозирование динамики этих факторов оказывают существенное влияние на формирование и эффективность развития платформенной занятости, а также позволяют построить научно обоснованные гипотезы развития платформенной занятости в том или ином регионе. Решение

данной проблемы позволит создать полноценный экономический фундамент для процветания населения России.

Литература

1. *Абаев, А. Л.* Платформенная занятость как инструмент трудовой социализации представителей старших возрастных групп поколения X / А. Л. Абаев, М. В. Болдырев. — URL: <https://rsuh.digital/generation-x-platform-economy?ysclid=lci4jf9zpp958236647> (дата обращения: 20.10.2022). — Текст : электронный.

2. *Глотова, Н. И.* Платформенная занятость — главный тренд развития рынка труда в современных условиях / Н. И. Глотова, Ю. В. Герауф. — Текст : непосредственный // Экономика. Профессия. Бизнес. — 2021. — № 4. — С. 22–27.

3. *Павлова, В. В.* Роль платформенной занятости в условиях санкций / В. В. Павлова. — Текст : непосредственный // Инновационные доминанты социально-трудовой сферы: экономика и управление : материалы Ежегодной международной научно-практической конференции по проблемам социально-трудовых отношений (22 заседание) / редколлегия: Е. С. Дашкова, О. А. Колесникова. — Воронеж, 2022. — С. 223–226.

4. Платформенная занятость: определение и регулирование / авторский коллектив: О. В. Синявская, С. С. Бирюкова, А. П. Аптекарь, Е. С. Горват [и др.] ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» ; Институт социальной политики. — Москва : НИУ ВШЭ, 2021. — Текст : непосредственный.

Секция 1
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА
И МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ

В. Н. Кузьменкова,

*доцент Военного института железнодорожных войск и военных сообщений
Военной академии материально-технического обеспечения им. А. В. Хрулева,
кандидат экономических наук*

**ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ**

В современных реалиях предприятию очень трудно сохранять конкурентоспособность на рынке. Следует обратить внимание на маркетинговую устойчивость, которая может складываться из разных показателей. Их определить сложнее, чем показатели финансовой или экономической устойчивости. Более того, в непростых условиях именно маркетинговая устойчивость является более значимой, чем все остальные, так как напрямую влияет на положение компании и создает основу для ее конкурентоспособности.

Если исходить из того, что устойчивость — это способность сопротивляться изменениям, происходящим на рынке, то под маркетинговой устойчивостью будем понимать способность сохранять свои позиции на рынке в условиях неопределенности. Возможность контролировать долю рынка, сохранять влияние на целевую аудиторию, формировать спрос и укреплять основные конкурентные преимущества компании — именно эти важные критерии маркетинговой устойчивости мы предлагаем выбрать как основные. SWOT-анализ деятельности предприятия дает основу для дальнейшего маркетингового планирования [2, с. 49].

Выбор грамотной маркетинговой стратегии также поможет в создании маркетинговой устойчивости предприятия, относящегося к социально-культурной сфере. Креативный сектор социально-культурной сферы — это ее важная и творческая часть [1, с. 39].

Именно такие предприятия более уязвимы, спрос на их услуги в большей степени зависит от эмоций и настроения потребителя, чем спрос на остальные услуги.

Как положительную тенденцию следует отметить увеличение спроса на внутренний туризм, причем такому развитию способствует помощь государства в повышении привлекательности определенных территорий, например Алтая или Крыма.

В настоящее время (в 2022 г.) на внутренний туризм приходится более 80 % всех поездок, совершаемых соотечественниками. Все эти факторы способствуют повышению маркетинговой устойчивости предприятий, работающих в сфере туризма, а также остальных предприятий сферы услуг, находящихся в конкретном регионе.

Литература

1. Гордеева, Е. С. Развитие креативного сектора социально-культурной сферы / Е. С. Гордеева, В. Н. Кузьменкова. — Текст : непосредственный // Ученые записки Санкт-Петербургского им. В. Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. — 2017. — № 4 (64). — С. 39–43.

2. Кузьменкова, В. Н. Особенности продвижения и сбыта инновационного продукта: маркетинговые и логистические аспекты / В. Н. Кузьменкова, А. Б. Красильников. — Текст : непосредственный // Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития : материалы XII Всероссийской научно-практической конференции, 3 февраля 2015 года. — Санкт-Петербург : СПбГУП, 2015. — С. 49–50.

О. М. Носырева,

*доцент кафедры социальной педиатрии и организации здравоохранения
Санкт-Петербургского государственного педиатрического
медицинского университета Министерства здравоохранения РФ,
кандидат экономических наук;*

М. Н. Куприянова,

*заместитель главного врача по медицинской части
детской городской поликлиники № 19 (Санкт-Петербург)*

СЕГМЕНТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ АМБУЛАТОРНОГО ЗВЕНА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Вызовы современности к системе здравоохранения, в том числе введение в качестве одного из критериев оценки деятельности медицинских организаций амбулаторного звена здравоохранения показателей результативности, требуют планового управления не только ресурсами, но и результатами. Это предъявляет повышенные требования к компетенциям руководителей медицинских организаций в области экономического управления. Информация о деятельности медицинской организации

должна служить основой для принятия профессиональных управленческих решений, что требует управленческого учета, основным пользователем информации которого является руководство медицинских организаций.

Сегодня управление государственными организациями здравоохранения строится на контроле исполнения государственного задания в рамках выделенного объема бюджетных средств. Кроме того, с 2022 года осуществляется оценка деятельности медицинских организаций, оказывающих медицинскую помощь прикрепленному населению по установленному перечню показателей результативности деятельности, при достижении которых финансирование может быть пересмотрено в сторону увеличения.

Сложным является формирование заинтересованности медицинских работников в достижении медицинской организацией в целом установленных для нее показателей результативности деятельности. Как показывает практика, общепринятые статистические показатели функционирования медицинской организации не в полной мере позволяют решить вопросы стимулирования труда, направленные на выполнение ключевых показателей результативности деятельности медицинских организаций первичного звена здравоохранения. С целью принятия решений на основе фактов необходим внутренний управленческий учет.

Необходимо использовать сегментацию деятельности медицинской организации, принимая во внимание такие факторы, как учет различий направлений работы, требующих различных подходов к управлению, и пристальное внимание вышестоящего руководства к определенным направлениям деятельности организации, что обусловлено реализацией национальных проектов в сфере здравоохранения.

Несомненное преимущество управленческого учета по выделенным сегментам состоит в том, что с его помощью можно увязать деятельность по производству конкретного вида медицинских услуг с финансово-экономическими показателями функционирования медицинской организации в целом и показателями, на которых основывается стимулирование труда медицинских работников. Выбор приоритетных направлений для стимулирования базируется на четком определении задач в работе медицинской организации.

В настоящее время наиважнейшей сферой деятельности лечебно-профилактического учреждения являются мероприятия профилактического характера среди прикрепленного населения, в том числе такие сегменты, как проведение вакцинации, диспансеризация и профилактические медицинские осмотры, диспансерное наблюдение. Представляется целесо-

образным использовать сегментное управление в медицинских организациях амбулаторного звена здравоохранения для достижения показателей результативности деятельности. При планировании деятельности по сегменту необходимо установить цели деятельности; определить целевые показатели деятельности; разработать план мероприятий по достижению целевых показателей; определить ресурсы, необходимые для реализации мероприятий; выстроить системы учета информации и отчетности о деятельности сегмента; разработать системы контроля, анализа и регулирования; интегрировать подсистему управления сегментами в систему управления медицинской организацией.

Отдельно следует сказать об экономической составляющей управления по сегментам. Важно определить виды затрат по сегменту и методы их распределения и формирования себестоимости.

Реализация сегментарного управления в медицинской организации позволит ей более эффективно действовать в современных экономических условиях.

М. Д. Овсянко,

*доцент кафедры экономики и управления СПбГУП,
кандидат экономических наук*

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ

В современных условиях потребители в основном приобретают у поставщиков не конкретные продукты, а способы удовлетворения возникающих у них потребностей. Такие способы могут включать как материальные продукты, так и разнообразные услуги, а также их различные сочетания. Часто важной составляющей подобных комбинаций являются услуги различного рода [2, р. 229]. Именно они могут определять для потребителя качество предоставляемой поставщиком полезности даже в тех случаях, когда формально лишь формируют так называемый товар с дополнением, то есть дополняют материальный продукт, создавая некий вариант комплексного товарного предложения [1, с. 331].

При этом необходимо учитывать, что оценка качества услуги потребителем, приобретающая в сложившейся ситуации принципиальное значение, довольно сложна по своей структуре и базируется не только непосредственно на реальном качестве фактически предоставленной

услуги, но и на ожидаемом качестве, то есть на заранее сформированном ожидании потребителя по отношению к услуге. По сути, потребитель до совершения покупки уже располагает некоторым субъективно сформированным представлением об услуге, и его удовлетворенность определяется тем, в какой степени реальность соответствует данному представлению.

Необходимо отметить, что в силу непостоянства качества услуги достижение данного соответствия является чрезвычайно сложной задачей и, очевидно, должно осуществляться за счет не только воздействия на фактическое качество услуги, но и грамотной работы с ожиданиями потребителя.

Данная работа позволяет, с одной стороны, создать максимально четкую картину того, каким образом формируются и что включают эти ожидания, а с другой — до некоторой степени воздействовать на их формирование при помощи имеющихся в распоряжении фирмы инструментов маркетинговой коммуникации.

Вообще говоря, формирование у потребителей субъективно воспринимаемого образа продукта или услуги происходит на основе нескольких источников информации, имеющих разную природу и происхождение. Это информация, получаемая из неформальных общественных источников (слухи и т. д.), личные потребности и различные ограничения, собственный прошлый опыт использования аналогичных или близких продуктов или услуг, маркетинговые коммуникации.

Из вышеперечисленных составляющих фирма может использовать для воздействия на потребителя прежде всего систему маркетинговых коммуникаций, включающую как рекламную информацию различного рода, так и разнообразные формы PR-воздействия, стимулирование сбыта и т. д. Причем очевидно, что этот инструментарий должен использоваться в рамках интегрированного комплекса маркетинговых коммуникаций, объединенного общими задачами и направленного на формирование у потребителя как положительного отношения к фирме и результатам ее деятельности, так и реалистичных ожиданий по отношению к предоставляемым ею услугам.

В ином случае даже при условии полномасштабной реализации фирмой комплекса программ качества, затрагивающих его технический и функциональный аспекты, качество услуги, воспринимаемое потребителем, может оказаться недостаточно высоким.

Таким образом, перед современной системой маркетинговых коммуникаций в сфере услуг встает сложная задача по совмещению усилий по улучшению отношения целевого потребителя к предлагаемой услуге,

с одной стороны, и предотвращению возникновения завышенных ожиданий по отношению к ней — с другой. Это требует от специалистов по маркетинговым коммуникациям глубокого понимания источников формирования ожиданий целевой аудитории, а также совершенных навыков владения соответствующим коммуникационным инструментарием.

Литература

1. *Котлер, Ф.* Основы маркетинга : краткий курс : [перевод с английского] / Ф. Котлер. — Москва : Издат. дом «Вильямс», 2007. — Текст : непосредственный.
2. *Gummesson, E.* Quality Management in Service Organizations / E. Gummesson. — New York : ISQA, 1993. — Текст : непосредственный.

А. И. Поштар,

преподаватель кафедры экономики и управления СПбГУП

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

С февраля 2022 года критически изменилась политическая и экономическая ситуации в России и за рубежом, создав неопределенность в привычных условиях жизни и работы сотрудников организаций. Персонал столкнулся со следующими проблемами: утрата уверенности в будущем из-за социально-экономических вызовов, потеря чувства безопасности, беспокойство за близких людей, страх призыва в рамках частичной мобилизации, риск сокращений, высокое эмоциональное напряжение, повышение конфликтности на фоне разности политических мнений. Перечисленные факторы уже привели к оттоку квалифицированных кадров. Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации сообщает о нехватке кадров в России [1]. Особенно сильно это отразилось на сферах промышленности и ИТ. При этом ожидания экспертов от будущих периодов неопозитивны.

В данной ситуации возникает необходимость в грамотном руководстве персоналом организаций. Существенно возрастает роль лидеров, перед которыми возникают новые вызовы. Руководители и лидеры организаций в первую очередь должны мобилизовать собственные силы и решить свои внутренние конфликты. В этом случае руководители и лидеры должны обладать соответствующими индивидуально-

личностными качествами, такими как организованность, интеллектуальная подкованность, тактичность, ответственность, умение слушать, убеждать и т. д.

В текущей ситуации также необходимо снизить степень неопределенности сотрудников организации, что обеспечит повышение работоспособности.

Руководство должно, во-первых, задействовать все возможные механизмы защиты своих сотрудников; во-вторых, повысить мотивацию сотрудников к труду, используя доступные на данный момент такие стимулы, как карьерный рост, повышение заработной платы, делегирование полномочий и т. д. Также крайне важно убедить сотрудников в том, что организация продолжит свое существование и деятельность, делиться с ними планами и успехами, демонстрировать, например, стабильные блоки бизнеса, на которые текущая ситуация не оказала существенного влияния.

В-третьих, необходимо дать возможность персоналу организации высказывать свое мнение по социально-экономическим, политическим и иным вопросам. Также стоит продумать и разработать правила модерации дискуссий и споров, чтобы не возникали новые конфликты и не усугублялись старые. При этом руководитель или лидер должен находить точки соприкосновения мнений и, используя ораторские способности, мотивацию для дальнейшей совместной деятельности сотрудников, имеющих совершенно разные точки зрения.

В-четвертых, необходимо своевременно оценивать состояние сотрудников — эмоционально-психологический фон коллектива и его работоспособность.

Литература

1. Минтруд заявил о нехватке кадров в России. — Текст : электронный // Lenta.ru : [сайт]. — URL: <https://lenta.ru/news/2022/10/17/deficit/> (дата обращения: 24.10.2022).

Е. В. Семенова,*доцент кафедры экономики и управления СПбГУП,
кандидат экономических наук*

ПРЕДПОСЫЛКИ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ ЭФФЕКТИВНОМУ РАЗВИТИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Малый бизнес, исходя из особенностей функционирования, ориентирован в первую очередь на удовлетворение локальных потребностей, работу и развитие в рамках национального рынка. Малые инновационные организации вследствие принадлежности к данному классу предприятий сохраняют эту тенденцию. Однако не стоит забывать о высокой интегрирующей роли инновационной деятельности и инновационного рынка. В условиях санкционной войны и политики импортозамещения неприятие во внимание этого факта может привести к существенной потере инновационного потенциала как самого предприятия, так и региона и государства. Несмотря на это, существуют объективные предпосылки, препятствующие эффективному развитию инновационной деятельности на малых предприятиях.

Во-первых, предынвестиционная фаза инновационного проекта, включающая значительный объем научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, а также исследование и изучение нового сегмента рынка, анализ потенциальных конкурентов и способов воздействия на потребителей, прогнозирование будущих коммерческих результатов, предполагает длительный временной лаг.

Во-вторых, отвлечение ресурсов из текущей деятельности малого предприятия является задачей, практически невыполнимой в современных условиях функционирования экономики в Российской Федерации. Малые предприятия испытывают сильнейший их дефицит и вынуждены работать в ситуации отсутствия источников их привлечения на приемлемых условиях.

В-третьих, присутствует высокий риск инновационных проектов. Данная предпосылка распадается на несколько составляющих: неприятие инновационного продукта, технологии, услуги потребителем; ошибки в процессе планирования будущих доходов, возникающие по причине длительного горизонта прогноза; изменение рыночных условий; изменение социально-экономических условий; наличие инновационных рисков (технологическая, юридическая неадекватность и т. п.).

В-четвертых, создание, формирование и реализация инновационных идей в текущих условиях развития рынка требуют высокого уровня специфики привлекаемого человеческого капитала. Его высокое качество заключается не только в обладании соответствующими научными знаниями, умениями и навыками, но и в способности к воспроизводству через инфраструктуру образовательных центров и систем подготовки.

В-пятых, качество оказываемых государственными органами и уполномоченными организациями услуг в области закрепления и защиты интеллектуальной собственности представляется неудовлетворительным. В текущих условиях развития рынка и обострения конкурентной борьбы между предприятиями это может привести к катастрофическим последствиям.

В-шестых, диффузия инноваций предполагает достаточно скорое появление конкурентных товаров, обладающих схожей потребительской ценностью. С одной стороны, это позволяет создать и поддержать зарождающийся спрос на новый продукт. С другой — появление конкурентов может привести к уходу с рынка инновационной организации.

В-седьмых, малый бизнес, в отличие от крупного, не в состоянии самостоятельно обеспечить себя всеми элементами связки «научный центр — инновационная инфраструктура — венчурное финансирование — производство — рынок инновационного продукта». Он вынужден искать пути входа в нее на условиях, порой не совсем выгодных.

Анализируя представленные предпосылки, становится очевидным, что только комплексный подход поддержки малого инновационного предпринимательства со стороны государства позволит решить эту сложную и многофакторную задачу. Наиболее эффективным способом на данный момент представляется применение кластерного подхода. В условиях экономических санкций направление государственной поддержки инновационной деятельности предприятий изменилось. Если ранее в качестве приоритетной выступала идея обращения и внедрения зарубежных технологий и оборудования, то сейчас основной путь — импортозамещение. Однако здесь все не так хорошо, как хотелось бы.

И. В. Сапего,

старший преподаватель кафедры английского языка СПбГУП

ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГЕЙМИФИКАЦИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КОМАНДЫ

В настоящее время широкое распространение получил довольно поверхностный взгляд на геймификацию, который заключается в выполнении ряда заданий с последующим набором баллов и определением места игрока в рейтинге.

Геймификация такого рода эффективна только в начале игры, так как она ограничивает свободу игроков и вынуждает их все меньше проявлять творческие способности в угоду следованию заранее построенному для них маршруту [3].

По классификации Дж. Максвелла, команда мечты должна обладать следующими качествами: взаимная забота, общие цели, умение общаться, совместное развитие, слаженность (отношения партнерства), самоотверженность, доверие [1, с. 160].

Это перекликается с мнением Михаэля Блюменштайна о мотивации сотрудников: в одном из интервью он сказал, что для самомотивации работникам нужны рамочные условия труда, признание достижений каждого человека и автономия. Он также отметил, что для более быстрого получения общих результатов команды немаловажно работать с каждым человеком индивидуально [2].

Вышеперечисленные особенности соответствуют формированию команды для реализации социального проекта. Данный тип деятельности позволяет получить результат, близкий к бизнес-процессам. Взаимодействие участников при этом становится важнее результата общих действий. Укрепить этот эффект возможно при помощи геймификации, позволяющей усилить внутреннюю мотивацию участников без применения дополнительных действий.

Для подбора команды, деятельность которой будет осуществляться при помощи геймификации, необходимо определить конечную цель проекта; выбрать психотипы участников, подходящие для максимально быстрого и качественного достижения результата; продумать, в каких условиях участники будут взаимодействовать.

В процессе отбора-собеседования необходимо выявить предпочтительный стиль общения и достижения целей для каждого участника. Команду следует выстраивать по принципу комплементарности:

каждый человек вносит свой вклад, усиливая тем самым действия друг друга для получения общего большего результата. Задачи предпочтительно распределять исходя из интересов и сильных сторон каждого человека.

Важно осуществлять общение руководителя и подчиненных на равных (избегая вертикального подчинения). У каждого участника должна быть своя зона ответственности.

Использование геймификации при таком взаимодействии решит несколько важных вопросов:

1) участники не будут уставать: они смогут трудиться больше и намного результативнее, чем сотрудники, работающие за вознаграждение;

2) участники будут создавать у клиентов желание воспользоваться их услугами или товарами еще раз — таким образом сформируется положительный образ компании;

3) в дальнейшем команда сможет быть задействована в другом проекте и на ее подготовку потребуется гораздо меньше времени, чем при наборе новой.

Важно отметить, что все выдающиеся компании сначала создавали команды, а затем выбирали, где им себя реализовать. В то время как обычные организации придерживаются противоположной схемы.

Литература

1. *Максвелл, Дж.* Шеф и его команда / Дж. Максвелл. — Санкт-Петербург : Питер Ком, 1998. — Текст : непосредственный.

2. Мотивация. — Текст : электронный // Территория счастья : [сайт]. — URL: <https://happyrussia.by/tpost/7f2yupies0s-motivatsiya> (дата обращения: 19.10.2022).

3. *Нефедьев, И.* Игрофикация в бизнесе и в жизни: преврати рутину в игру! / И. Нефедьев, М. Бронникова. — Москва : АСТ, 2019. — Текст : непосредственный.

О. В. Старинская,

аспирант кафедры экономики и управления СПбГУП

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КОНЦЕПЦИЙ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Процессный подход к управлению организацией уже более сорока лет активно применяется на различных предприятиях. За это время были разработаны и апробированы разнообразные варианты управления бизнес-процессами. Например, широкое распространение и известность получили следующие концепции:

1980-е — концепция управления производством «Шесть сигм»;

1990-е — реинжиниринг бизнес-процессов (BPR);

2000-е — концепция процессного управления бизнесом (BPM).

Идеи совершенствования процессного управления претерпевали схожие этапы зарождения и развития. Сначала обществознакомилось с новой технологией, проводились конференции и обмен знаниями. Далее в течение пяти-десяти лет предприятия пытались внедрить у себя предложенные технологии, иногда успешно, а иногда сталкиваясь с новыми проблемами.

Долгое время концепция управления бизнес-процессами (BMP) была достаточно успешной, например в вопросах адаптации программного обеспечения между контрагентами. Но программное обеспечение BPM не позволило обычным менеджерам перепроектировать свои процессы в режиме реального времени. И такие кризисы, как экономический спад в 2008–2009 годах и пандемия COVID-19, заставили компании задуматься о других концепциях.

На данный момент сложно определить, как будет происходить развитие. Рассмотрим три возможных варианта развития процессного подхода в ближайшем будущем.

Первый вариант. Некоторые исследователи утверждают, что технологии интеллектуального анализа бизнес-процессов, Process Mining [2], смогут стать популярными среди современных предпринимателей. Основная ценность этой технологии заключается в анализе производительности существующих бизнес-процессов. То есть для того, чтобы найти проблемные места и принять решение об их устранении или улучшении, необходимо собрать данные о производительности существующих процессов. Другими словами, если у компании уже есть бизнес-процессы и ответственные лица сохраняют данные по мере их функционирования, то можно использовать инструменты интеллектуального анализа процессов для их улучшения. Но данную технологию нельзя использовать для представления или проектирования новых процессов, а это большая часть управления бизнес-процессами.

Второй вариант. Другие исследователи делают акцент на широком распространении концепции архитектуры бизнес-процессов [1]. Концепция позволяет понимать архитектуру процессов, чтобы координировать управление измерениями производительности и выявлять реальные проблемные места, когда сложные процессы становятся неоптимальными. Многие компании были заинтересованы в этой концепции с целью стандартизации процессов для упрощения планирования поставок и других организационных вопросов. Перемены происходят очень быстрыми

темпами. Многим ведущим компаниям трудно поддерживать свои ключевые процессы в актуальном состоянии, не говоря уже о том, чтобы беспокоиться о моделировании и координации более рутинных процессов. Все чаще компании используют готовые процессы для решения всех задач, за исключением самых важных. Немногие компании считают, что у них есть время для детального планирования и проектирования, которые требуются для создания хорошей архитектуры процессов.

Третий вариант. Группа исследователей предположила, что искусственный интеллект (ИИ или машинное обучение) обеспечит технологическую базу в работе с бизнес-процессами. Предполагается, что ИИ будет использоваться в большинстве видов деятельности. Системы будут видеть клиентов и разговаривать с ними, выполнять всевозможные задачи, консультироваться с менеджерами и принимать решения. Но здесь у ИИ могут возникнуть свои недостатки. Он больше относится к языковым приложениям, роботизированным устройствам, а также к приложениям для рассуждения и принятия решений всех видов.

Управление бизнес-процессами тесно связано как с социально-экономическими изменениями, так и с модернизацией информационных технологий. На данный момент существуют три перспективные концепции процессного управления организацией. Наиболее успешной и долгоиграющей станет та из них, которая сможет быстро и эффективно отвечать запросам изменяющихся условий. Так как ИИ еще не достиг вершин своего развития, то данная концепция может стать главенствующей в последнюю очередь, максимально эффективно используя преимущества предыдущих идей.

Литература

1. *Краснов, С. В.* Концепция системы поддержки архитектуры предприятия / С. В. Краснов, А. Р. Дязитдинова. — Текст : непосредственный // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2012. — № 2 (19). — С. 60–65.

2. *Aalst, W. M. P. van der.* Process mining. Discovery, Conformance and Enhancement of Business Process / W. M. P. van der Aalst. — Berlin : Springer-Verlag, 2011. — 352 p. — Текст : непосредственный.

Ф. В. Моторин,*аспирант кафедры экономики и управления СПбГУП*

ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Планирование является важным инструментом обеспечения эффективности коммерческого предприятия, так как рассчитывает объем поступающих доходов в прогнозный период и распределяет расходы организации. Эффективное планирование доходов и расходов коммерческого предприятия позволяет заранее наиболее рациональным образом распределить имеющиеся ресурсы и принять решение о реализации инвестиционных проектов для повышения финансовых результатов.

В условиях структурных проблем в экономике эффективное планирование затруднено из-за высоких финансовых рисков, невозможности долгосрочного прогнозирования уровня цен и соответственно расчета ожидаемого финансового результата от коммерческой деятельности.

У субъектов малого и среднего бизнеса нет большого запаса оборотных средств, способных возместить сократившийся финансовый поток от покупателей и заказчиков. В этих условиях организации малого и среднего бизнеса сталкиваются с проблемами планирования финансово-хозяйственной деятельности, что в период экономической нестабильности несет риски больших финансовых потерь из-за реализации неверных решений или утраты финансовой состоятельности.

Для современной экономической и политической ситуации актуальна предложенная рядом ученых имитационная модель устойчивого развития предприятия и реализации заявленных стратегий.

Для сохранения эффективности деятельности субъектов малого и среднего бизнеса предлагается провести адаптацию имитационной модели к современным условиям — дать оценку входящим компонентам и степени их влияния на конечный результат деятельности компаний, определить степень устойчивости компании с учетом изменений внешней среды.

Для решения проблем планирования в организациях малого и среднего бизнеса предлагается провести анализ внешних и внутренних факторов, построить соответствующую модель и синтезировать ее с взаимодействующими государственными структурами.

Литература

1. *Вайсблат, Б. И.* Управление рисками бизнес-плана инвестиционного проекта / Б. И. Вайсблат, М. А. Пистонов. — Текст : непосредственный // Экономический анализ: теория и практика. — 2019. — № 2. — С. 25–29.
2. *Головань, С. И.* Бизнес-планирование и инвестирование / С. И. Головань, М. А. Спиридонов : [учебник]. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2020. — 302 с. — Текст : непосредственный.
3. *Чараева, М. В.* Обзор методик формирования инвестиционного бизнес-плана / М. В. Чараева, А. В. Палеев. — Текст : непосредственный // Финансы и кредит. — 2022. — № 18. — С. 2–8.

Е. С. Баева,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ В СФЕРЕ УСЛУГ

В настоящее время современные компании сферы услуг в поисках новых эффективных каналов стимулирования продаж переходят в онлайн-пространство. Так, например, в Интернете есть возможность отслеживать и анализировать в режиме реального времени аудиторию и ее интересы. Это позволяет быстрее реагировать на любые изменения и вовремя вносить необходимые коррективы в рабочий процесс. Кроме того, эффективность продвижения в Интернете довольно легко оценить: компания может в любое время получить отчет о количестве аудитории и ее социально-демографических характеристиках, чтобы узнать ее геолокацию, возраст, пол и т. д. Это оптимизирует затраты на продвижение, позволяя размещаться только на наиболее эффективных площадках [3].

Количество компаний сферы услуг, использующих продвижение в Интернете, уверенно растет. Соответственно растут уровень конкуренции, а также требования к эффективности такого продвижения [2].

С ростом популярности социальных сетей появился маркетинг в соц-сетях. Продвижение в социальных сетях позволило точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать наиболее эффективные способы коммуникации с ней и площадки, на которых она проводит свое время, и взаимодействовать только с наиболее заинтересованными пользователями социальных сетей [5].

В качестве доказательства можно привести несколько преимуществ социальных сетей как площадки для стимулирования продаж [4]:

1) аккаунт социальной сети редко работает на прямые продажи, чаще всего он вовлекает аудиторию в философию бренда. Представители компании через аккаунт общаются с аудиторией и стараются донести до нее концепцию бренда;

2) при продуманной стратегии и правильно настроенной таргетированной рекламе аккаунт способен привести в компанию новых клиентов, которые могут прямо в социальной сети позвонить, оставить заявку или сделать заказ;

3) социальная сеть может помочь увеличить продажи в пик сезона.

Однако, несмотря на все преимущества этой социальной сети, не все компании успешно справляются с продвижением. Это связано с недостаточным уровнем знаний специалистов, неумением анализировать стратегии компании и конкурентов, определять целевую аудиторию и особенности ее поведения в социальных сетях [1].

Подводя итоги исследования, можно сделать вывод, что изменения, применяемые к стратегии стимулирования продаж компании сферы услуг в социальных сетях, при учете специфики ниши и конкретной целевой аудитории, а также при грамотном исполнении способны в кратчайшие сроки дать первые результаты. Продвижение в социальных сетях уже является неотъемлемой частью маркетинговой стратегии компании: оно улучшает имидж бренда, собирает базу лояльных клиентов и способно косвенно повлиять на увеличение продаж. Таким образом, стратегия продвижения в социальных сетях может оказать влияние на позиции бренда на рынке далеко за пределами самой социальной сети.

Литература

1. *Веселов, С. В.* Сегментирование потребительского рынка в зависимости от его потребности в рекламе. — Текст : непосредственный / С. В. Веселов // Теория и практика медиарекламных исследований. — 2021. — № 2. — С. 148–192.

2. *Козлова, Н. С.* Социальная сеть «Инстаграм» как социально-психологическое явление / Н. С. Козлова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 16. — С. 48–51.

3. *Савостина, К. С.* Современные тренды продвижения в социальных сетях / К. С. Савостина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 19. — С. 70–73.

4. *Сердюк, И. И.* Социальная психология / И. И. Сердюк. — Текст : непосредственный // Концепт : научно-методический журнал. — 2022. — № 11. — С. 23–159.

5. *Шварова, Е.* Бренд и потребитель. Путь от незнания к преданности / Е. Шварова. — Текст : непосредственный // Бренд-менеджмент. — 2021. — № 5. — С. 35–44.

И. В. Бутков,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Динамика развития рынка в последние десятилетия, по оценкам различных исследований, увеличилась в десятки раз. Причиной послужили информационные технологии, влияющие на все аспекты нашей жизни. Об этом можно судить на основании многих факторов, таких как социально-экономическая обстановка, неуклонно развивающийся индивидуализм, а также на основании тенденций развития общества.

Наиболее быстрой по скорости изменений является сфера услуг. Услуга — это товар, имеющий ценность, для осознания которой требуется его приобрести. Именно поэтому продать услугу гораздо сложнее, чем любой предмет, который можно предварительно протестировать. Пандемия 2020 года изменила сферу услуг максимально радикально, используя при этом весь скрытый и явный потенциал информационных технологий. Например, появились различные сервисы по доставке продуктов на дом, стало популярно работать удаленно, начали развиваться социально полезные услуги, предоставляемые государством («Госуслуги»). Согласно исследованию портала «ЛеммаПлэйс» на середину июля 2022 года, количество россиян, регулярно заказывающих продукты или готовую еду, достигло 70 %.

Поэтому можно полагать, что услуга — это не только продукт информационного развития технологий, но и результат переосмысления обществом новых проблем через призму реальных возможностей. В данный момент развитие сферы услуг можно неуклонно связывать с развитием информационных технологий, поскольку возникновение потребностей в инновационных услугах порождает потребность коммерческого сектора в специалистах, имеющих соответствующую квалификацию. Данная цепь взаимосвязанных действий также благоприятно воздействует и на трудовую сферу, поскольку ценные кадры — это трудовые вакансии, которые стали глотком свежего воздуха после окончания коронавирусных ограничений, негативно повлиявших на мировую экономику.

Л. Р. Кыдатова,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

ОСОБЕННОСТИ БРЕНДИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ

В настоящее время стремительно растет доля населения, занятого в секторе услуг. Однако рост занятости не означает повышения качества предоставляемых услуг. Лишь незначительная часть российских компаний занимается этим вопросом, большинство же не предпринимают никаких действий [3]. Сервисные компании завоевывают и удерживают свои позиции разными способами. В условиях современного рынка успешное существование обеспечат себе те компании, которые смогут создать сильный бренд [1]. На Западе утвердилось мнение, что стоимость успешной компании складывается из материальных (40 %) и нематериальных активов (60 %), в числе которых сильный бренд и грамотная стратегия его продвижения.

С брендом неотъемлемо связано понятие «брендинг», которое означает весь маркетинговый процесс создания (разработки) бренда, его регистрации, управления, продвижения и развития [1, с. 5]. Сильный бренд дает целый ряд преимуществ: способность завоевать большую долю рынка; возрастание спроса; позиционирование в высоком ценовом сегменте; лояльность потребителей.

Перейдем к рассмотрению понятия «услуга». С одной стороны, услуга — это деятельность, в процессе которой не создается новый материально-вещественный продукт, а изменяется качество имеющегося продукта. С другой стороны, согласно ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения» под услугой понимается результат непосредственного взаимодействия исполнителя и заказчика, а также деятельности исполнителя по удовлетворению потребности заказчика. В результате такого взаимодействия в сознании потребителя создается определенный набор ассоциаций и впечатлений, формирующихся в единый эмоционально окрашенный образ, что и называют брендом в сфере услуг.

Отметим специфику услуг:

- 1) невозможность оценить услугу до момента приобретения;
- 2) неразрывность производства и потребления услуги;
- 3) непостоянство качества услуги, изменчивость;
- 4) невозможность сохранить услугу для дальнейшего использования или продажи;
- 5) отсутствие владения: услугой пользуются ограниченное количество времени, так как со временем она устаревает либо становится неактуальной.

Ввиду перечисленных особенностей брендам услуг сложнее заявить о себе. Период существования бренда в сфере услуг определяет во многом его репутация. К тому же потребители склонны больше доверять друг другу, что подтверждается растущим количеством сервисов с отзывами о качестве услуг.

Итак, при выстраивании бренда следует работать над следующими аспектами, влияющими на восприятие качества услуги:

1) техническое качество услуг — то, с чем в итоге остается потребитель. Потребители используют любые вещественные признаки выхода услуги как призму для оценки ее качества;

2) взаимодействие исполнителя и потребителя. Исполнитель считается частью услуги, поэтому важны его мастерство, поведение и отношение к клиенту;

3) внешнее окружение: окружающие условия, дизайн и социальные факторы.

Сервисный бренд, выстроенный с учетом специфики сектора услуг, имеет огромный потенциал: ведет к увеличению объемов продаж и прибыли. Создавая сильный бренд, фирма заботится о своей репутации, что существенно повышает ее конкурентоспособность.

Литература

1. Брендинг : краткий курс лекций для студентов направления подготовки «Менеджмент» профиля подготовки «Маркетинг» / составитель А. И. Рябова. — Саратов : ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ», 2013. — 53 с. — Текст : непосредственный.

2. Рыбакова, Л. В. История возникновения и современные концепции управления брендом / Л. В. Рыбакова, С. Е. Жерехов. — Текст : непосредственный // Вестник Амурского государственного университета. Сер. «Естественные и экономические науки». — 2016. — № 73. — С. 123–130.

3. Ушаков, А. Н. особенности применения концепции брендинга в сфере услуг / А. Н. Ушаков, В. Е. Белан. — Текст : электронный // Молодой ученый. — 2016. — № 2 (106). — С. 613–615. — URL: <https://moluch.ru/archive/106/25398/> (дата обращения: 22.10.2022).

С. А. Рубайло,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ПОДХОДЫ К СТИМУЛИРОВАНИЮ ПРОДАЖ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Структуру экономики страны можно представить в виде трехсекторной модели, где к третичному сектору относится сфера услуг. На 1 апреля 2022 года доля сферы услуг в ВВП России составила 71,1 %, в то время как доля промышленности — 12,3 %, сельского хозяйства — 16,6 % [3]. Тем самым в сфере услуг наблюдаются большие объемы выпуска, что предполагает вовлеченность значительного числа людей. На 1 сентября 2022 года в этой сфере было занято 8,6 млн человек [4].

Сфера услуг отличается высоким уровнем конкуренции. Потребители привыкли к тому, что бренды готовы нести ответственность за качество предоставляемых услуг и в случае непредвиденных ситуаций компенсировать им потери. Поэтому успех предлагаемых услуг зависит не только от рекламной кампании, но и от гарантий и бонусов, которые готов предоставить для стимулирования продаж производитель.

Так для сферы услуг особое значение имеют технологические, организационные и маркетинговые инновации. Как показывает практика зарубежных стран, нововведения лучше реализовывать на малых и средних предприятиях, в то время как в России эту задачу возлагают на крупный бизнес, где к инновациям относятся скептически. Так, доля компаний, приобретающих новые технологии в России, составляет 8 % [2, с. 61–64].

Таким образом, для развития компаний малого и среднего бизнеса можно предложить следующие маркетинговые инновации: презентацию услуг на нескольких платформах одновременно; систему накопительной скидки; возможность обмена подарочных сертификатов на денежные средства (многие компании отказывают в этой услуге, ссылаясь на политику компании, в то время как по Закону РФ «О защите прав потребителей» они обязаны вернуть денежные средства); возможность оплачивать услуги путем онлайн-платежей через платежные сервисы и системы бесконтактных платежей; персонализацию сообщений и предложений; использование Big Data для определения желаний и потребностей клиентов [1].

Реализация данных предложений приведет к увеличению числа компаний, внедряющих инновации в сфере услуг, повышению конкурентоспособности и привлечению внимания к разработке новых вариантов маркетинговых инструментов.

Литература

1. Анализ Big Data. — Текст : электронный // Инжиниринговый центр НИЯУ МИФИ : [сайт]. — 2015. — URL: <https://yes.mephi.ru/portfolio-items/analiz-big-data> (дата обращения: 19.10.2022).
2. Социально-культурная сфера в XXI веке: тенденции, проблемы, перспективы / Е. Я. Морозова, Е. Г. Хольнова, Е. С. Гордеева [и др.]. — Санкт-Петербург : Инфо-да, 2017. — 376 с. — Текст : непосредственный.
3. Структура ВВП России 2022 по отраслям. — Текст : электронный // Bankiros : [информационный портал]. — 2015. — URL: <https://bankiros.ru/wiki/term/struktura-vvp-rossii-po-otraslam> (дата обращения: 20.10.2022).
4. Data Insight: 55 % предпринимателей в сфере услуг используют Авито для поиска клиентов. — Текст : электронный // Ведомости : [рекламно-информационное приложение к газете]. — Москва, 2020. — URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2022/07/27/data-insight-55-predprinimatelei-v-sfere-uslug-ispolzuyut-avito-dlya-poiska-klientov (дата обращения: 21.10.2022).

И. В. Смирнова,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Генерация и внедрение инноваций играют решающую роль в достижении фирмой успеха и конкурентного преимущества. В основном рассматриваются три аспекта интеллектуального капитала — человеческий, социальный и организационный.

Человеческий капитал оказывает положительное влияние как на создание инноваций, так и на их внедрение. Ценность человеческого капитала отражается в навыках, опыте и знаниях, которые работник приносит в фирму. Он включает характеристики управленческого и предпринимательского опыта и знаний, академические записи, обучение, возраст человека и совокупное домашнее хозяйство.

Социальный капитал является результатом взаимодействия и сотрудничества между людьми.

Организационный капитал существует в структурах и процессах организации, которые направлены на хранение, использование и извлечение организационных знаний. Организации нуждаются в специализированных знаниях и навыках, чтобы сформировать организационный капитал и использовать его для создания и внедрения инноваций.

Хотя структура интеллектуального капитала была названа движущим фактором успеха и конкурентоспособности фирмы, в литературе

не полностью отражены методы измерения влияния интеллектуального капитала на ее инновационный потенциал. Влияние интеллектуального капитала на инновации изучено в широком смысле, но все же важно понимать воздействие структурных элементов интеллектуального капитала на генерацию и внедрение инноваций.

Существует неопределенность в отношении того, как рассматривать сферу инноваций. Некоторые обсуждают степень новизны, когда различают радикальную и инкрементную новизну. В других случаях говорят о «творческих последователях», которые проводят постепенные инновации, делая любые радикальные инновации основой. Инновации являются результатом сочетания новых знаний и адаптации к уже существующим. Генерирование инноваций требует создания и применения новых знаний, а приобретение новых знаний является прямым результатом использования социального и человеческого капитала, тогда как внедрение инноваций опирается на тиражирование уже существующих знаний.

Широкое распространение в практическом применении получили технологии обучения и развития персонала, в которые входят разработка программ обучения, развитие компетенций и оценка их эффективности.

Инновационное управление интеллектуальным капиталом — это творческий процесс, в котором новые и существующие идеи объединяются новым способом для создания изобретения или конфигурации, которая ранее была неизвестна.

Г. С. Степанчикова,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СУБЪЕКТОВ БИЗНЕСА СФЕРЫ УСЛУГ

Интеллектуальные технологии (ИТ) — это современные технологии, базирующиеся на знаниях высокого уровня, их воплощении в инновационных информационно-коммуникативных технологиях, применяемых в целях эффективного и ускоренного анализа рыночной ситуации, различных факторов, тем или иным образом сказывающихся на деятельности хозяйствующего субъекта в сфере услуг, и принятия оптимальных и своевременных управленческих решений [4].

Сфера услуг сегодня предполагает развитие не только в офлайн-, но и в онлайн-пространстве. Интернет-технологии ориентированы на ор-

ганизацию плодотворного взаимодействия с покупателями, поиска и увеличения каналов реализации услуг. Функционирует большое количество электронных торговых площадок, на которые можно выйти с товарами и услугами разного рода, интернет-технологии также являются актуальным инструментом маркетингового продвижения. Инновационные технологии данного рода — нативная реклама и метод продакт-плейсмент (скрытая реклама, внедряемая в различный медиаконтент) [2].

Среди применяемых интеллектуальных технологий сферы услуг можно отметить следующие: системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM); системы планирования ресурсов предприятия (ERP); программы аналитики (BI), позволяющие автоматизировать процессы анализа показателей деятельности, анализировать деятельность конкурентов и разрабатывать на их основе стратегии конкурентного продвижения услуг; системы внутрифирменной коммуникации (ICE). Они позволяют организовать плодотворную групповую работу персонала и обеспечить совместное использование информационных ресурсов [3].

Широкое распространение в компаниях получили технологии CRM. Они позволяют выстроить эффективное автоматизированное взаимодействие с заказчиками, организовать плодотворную работу с текущими клиентами, упростить все процессы взаимодействия и обеспечить эффективное взаимодействие с потенциальными клиентами, ориентированное на стимулирование заказов. Посредством программ управления взаимодействия с клиентурой компаниям удастся наладить функционирование маркетинга, повысить рост продаж, оптимизировать бизнес-процессы, чтобы работа сотрудников стала проще и менее ресурсозатратной [2].

Самой прогрессивной технологией является искусственный интеллект (ИИ). Он применяется в большинстве автоматизированных систем управления, системах планирования и коммуникации. Его использование ориентировано на сокращение трудовых затрат. С помощью специальных программ организуется взаимодействие с клиентами в режиме реального времени. Но на сегодняшний день ИИ работает в сопровождении реальных людей из-за ситуаций непонимания контекста речи программой, что не позволяет дать адекватный ответ на вопрос, реализовать запись или провести консультацию [1].

ИТ являются важным компонентом проведения большинства процессов в экономической системе: активно применяются в производстве и реализации продукции и являются факторами роста и развития сферы услуг; используются в области проведения маркетинговых исследований, статистического анализа данных, в проектировании интеллектуальных

геоинформационных систем, интернет-продажах, процессах сбора и обработки информации разного рода, в целях повышения эффективности бизнес-процессов. Процессы оказания услуг благодаря использованию данных технологий переходят на новый уровень: управленческие решения становятся более эффективными, переводя субъекты сферы услуг на прогрессивный уровень развития.

Литература

1. *Алферьев, Д. А.* Развитие искусственного интеллекта в современной экономике / Д. А. Алферьев, А. Е. Кремин. — Текст : электронный // Human Progress. — 2020. — Т. 6, № 1. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42799982> (дата обращения: 26.10.2022).
2. Консалтинг в области управления : [сайт]. — URL: <http://loyp.ru/vision> (дата обращения: 26.10.2022). — Текст : электронный.
3. *Протасова, Л. Г.* Управление качеством в сфере услуг / Л. Г. Протасова, О. В. Плиски. — Текст : непосредственный // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2017. — № 7. — С. 152–153.
4. *Черняховская, Т. Н.* Интернет-технологии в продвижении продукции / Т. Н. Черняховская. — Текст : непосредственный // Маркетинговая деятельность предприятия: теория и практика. — Москва : Высш. образование, 2018. — С. 459–475.

Ю. И. Шан,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РИСКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Современные компании сталкиваются с новыми управленческими рисками, которые могут привести к необратимым последствиям, начиная от потери незначительной части прибыли и заканчивая банкротством или ликвидацией организации.

Первостепенно проблематика управленческих рисков непосредственно связана с ситуацией неопределенности, характером ее воздействия, сложностью идентификации, условиями принятия менеджментом организации управленческих решений, объективностью, рациональностью, а также способностью прогнозировать результаты, отталкиваясь от предполагаемых гипотез решения возникших рыночных вызовов.

Так как главная цель коммерческих организаций заключается в максимизации прибыли при минимизации затрат, управление рисками в сфере услуг необходимо рассматривать как комплексную категорию, учитывая многоаспектность объекта управления, наличие сложных взаимосвязей

наиболее возможных рисков и последствий, специфику воздействия управленческих процедур [1, с. 15]. Несмотря на высокую степень вариативности рисковых ситуаций, особенность управленческих рисков заключается в условности и размытости границ их определения из-за тесной взаимосвязи и смешанного характера воздействия. Таким образом, каждая организация сферы услуг постоянно сталкивается с уникальным перечнем управленческих рисков, их информационной средой и источниками возникновения.

Оперативная идентификация, классификация, ранжирование возможных итогов и выбор наиболее выгодного из них — центральные задачи, которые ставит перед собой руководство при принятии решений, выделяя подсистему риск-менеджмента в общей системе управления. На данный момент управление рисками заключается в группировке мер и рекомендаций, с помощью которых можно предвидеть возникновение рисков и предпринять действия для их устранения или минимизации [3, с. 39].

Тем не менее в России теоретическое обоснование рисковых ситуаций возникло не так давно. Несмотря на высокий уровень динамики политической и экономической обстановки в стране, которая серьезно влияет на внутренний и внешний рынки, в настоящее время рисковые ситуации не являются глубоко изученными и адаптированными под особенности хозяйственной среды государства. Грамотная адаптация инструментов, последовательное внедрение и интенсивное совершенствование риск-менеджмента способствуют активному росту эффективности деятельности организации путем проведения глубокого анализа предполагаемых рисковых ситуаций, обоснованной оценки отрицательного влияния на нематериальное производство и исключения разнообразных негативных воздействий, наносящих хозяйствующему субъекту потери или причиняющих ущерб любой степени воздействия [2, с. 138].

Отдельно следует отметить, что немаловажную роль в органичном развитии системы риск-менеджмента организации играют профессиональная компетенция и практический опыт ее высшего руководства. Благодаря максимально объективному и обоснованному представлению о предполагаемых последствиях, разработке и внедрению риск-менеджмента, а также выбору наиболее подходящих методик, соответствующих основополагающей цели организации, управленцы способны совершенно иначе раскрыть потенциал как отдельно взятого хозяйствующего субъекта, так и сферы услуг в целом.

Литература

1. *Антонец, В. А.* Инновационный менеджмент : [учебник и практикум для СПО] / В. А. Антонец, Б. И. Бедный. — Москва : Юрайт, 2018. — 304 с. — Текст : непосредственный.

2. *Дашкова, И. А.* Менеджмент. Методы принятия управленческих решений / И. А. Дашкова, И. В. Ткаченко, Н. С. Захарченко. — Москва : Юрайт, 2020. — 276 с. — Текст : непосредственный.

3. *Круи, М.* Основы риск-менеджмента / М. Круи, Д. Галай, Р. Марк. — Люберцы : Юрайт, 2015. — 390 с. — Текст : непосредственный.

Секция 2

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Н. А. Шульмина,

*проректор по финансовым вопросам Института бизнеса и инноваций
(Санкт-Петербург)*

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Первого июля 2022 года в ряде регионов России стартовал эксперимент по внедрению автоматизированной упрощенной системы налогообложения (АУСН). В настоящее время в эксперименте участвуют только четыре региона — г. Москва, Московская область, Калужская область и Республика Татарстан. Рассмотрим основные критерии, которым должно соответствовать предприятие, чтобы иметь возможность применять АУСН.

1. Количество сотрудников не более пяти человек. Необходимо уточнить, что в это число входят как постоянные сотрудники, так и работающие по договорам гражданско-правового характера. Более того, все они должны быть налоговыми резидентами РФ.

2. Объем годового дохода не превышает 60 млн рублей.

3. Остаточная стоимость основных фондов не более 150 млн рублей.

4. Выплата заработной платы исключительно в безналичной форме.

5. Расчетный счет открыт в уполномоченном банке. Сейчас в этот список входят: ПАО «Сбербанк», ПАО «Банк ВТБ», Филиал «Точка» ПАО Банка «ФК Открытие», ПАО «Промсвязьбанк», АО «Альфа-Банк», АО «Тинькофф Банк» и АО КБ «Модульбанк».

На первый взгляд, критерии достаточно четкие и экономически понятные. Однако необходимо понимать, какое конкретно количество предприятий теоретически вообще могут применить данный специальный режим. Согласно исследованиям, проведенным порталом РБК [2], только 53 % от общего числа микропредприятий полностью отвечают указанным критериям. Согласно данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства [1] на 10 октября 2022 года

количество микропредприятий в регионах, участвующих в эксперименте, — 1 млн 347 тыс. 692 субъекта. Из них критериям соответствует примерно 714 тыс. 277, но РБК приводит другие данные: это всего лишь 40 тыс. 431 субъект хозяйствования, или 3 %. Фактически же на момент проведения опроса лишь 1 % предприятий это сделал. Почему же интерес со стороны бизнеса к возможностям АУСН столь незначителен? Очевидно, что субъективной причиной этого является тот факт, что предприниматели не очень хорошо понимают этот режим, так как его обсуждение в широком информационном поле не проводилось и не проводится. Вместе с тем есть и ряд важных объективных причин, которые, на наш взгляд, значительно перекрывают те достоинства, которые демонстрирует АУСН.

Наиболее привлекательным данный режим налогообложения представляется вновь открываемым предприятиям и индивидуальным предпринимателям (ИП). Доходность у них невысокая, сотрудников мало, опыта ведения бухгалтерии и сдачи разнообразной отчетности нет. Однако если предприятие оказывается более или менее успешным, то планку в 60 млн рублей ежегодного дохода оно преодолет достаточно быстро — если не в первый год существования, то, вероятно, во второй. А это означает, что смена режима налогообложения практически неизбежна, то есть придется вести хотя бы на минимальном уровне бухгалтерскую отчетность, а иначе высоки риски неверно рассчитать налоговую нагрузку, что повлечет за собой штрафы и камеральные проверки. Добровольная же смена режима возможна только через 12 месяцев и только с начала календарного года.

Ставка налога по АУСН выше, чем по УСН. Так, при налогооблагаемой базе дохода ставка составляет 8 %, а при доходах, уменьшенных на величину расходов, — 20 %. Уплата налога происходит каждый месяц, подсчитывать сумму будет банк на основе движения средств на расчетном счете. С одной стороны, превышение ставки должно компенсировать сумму уплачиваемых страховых взносов на фонд оплаты труда. Но это не всегда экономически целесообразно и эффективно. Кроме того, автоматический расчет суммы налога к уплате иногда приводит к ошибкам в учете ряда доходов и особенно расходов. Выявление и коррекция такой ошибки может потребовать значительных усилий со стороны предприятия. При этом срок на подачу жалобы или претензии по сумме расчета к ФНС составляет всего 10 дней, что крайне мало.

Ограничение по работе с иностранными гражданами. Невозможно принимать на работу нерезидентов РФ. В ситуации, когда российский бизнес стремится к сокращению расходов, а объем заработной платы

в общей их величине составляет около 20–30 %, невозможность привлечения более дешевой рабочей силы выглядит существенным барьером.

Несмотря на значительные ограничения и нежелание бизнеса изменять предлагаемый режим, внушает оптимизм сам факт его появления в налоговой системе РФ. Чем большее количество вариантов налогообложения будет предложено предпринимателям, тем меньше будет «серого» бизнеса и стремления избежать уплаты налогов.

Литература

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. — Текст : электронный // Федеральная налоговая служба : [сайт]. — URL: <https://rmsp.nalog.ru/> (дата обращения: 21.10.2022).

2. Микробизнес заявил о неготовности переходить на новый налоговый режим. — Текст : электронный // РБК : [сайт]. — URL: <https://www.rbc.ru/economics/05/08/2022/62e91db09a79474a2f18e4b3> (дата обращения: 06.12.2022).

Н. В. Дорохова,

*доцент Воронежского государственного университета,
доктор экономических наук;*

М. А. Беллиев,

аспирант Воронежского государственного университета;

Ш. Б. Ачылова,

магистрант Воронежского государственного университета

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЛОНТЕРСКОГО ТУРИЗМА НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В современных условиях, отличающихся многочисленными шоками внешней среды и неустойчивостью ее развития, многократно актуализируется волонтерская деятельность, позволяющая активным гражданам объединять усилия для решения различных проблем и оказания помощи нуждающимся. Особое место в широком спектре направлений добровольчества занимает волонтерский туризм. В отечественной теории и практике понятие «волонтерский туризм» является относительно новым, поэтому однозначного подхода к его трактовке пока не сложилось. Так, обобщив исследования отечественных ученых по данной проблематике [2, с. 7], можно сказать, что волонтерский туризм представляет собой вид туризма, отличающийся вовлечением в него добровольцев,

концентрирующих свои усилия на решении общественно значимых проблем и одновременно знакомящихся с той или иной туристской дестинацией. Цель волонтерского туризма состоит в том, чтобы наполнять путешествия смыслом, развивать личные качества, приносить пользу обществу и природе.

На постсоветском пространстве волонтерский туризм начал развиваться не так давно. Анализ данных, представленных на профильных информационных ресурсах, позволяет констатировать, что наиболее перспективными направлениями волонтерского туризма в настоящее время являются: эковолонтерство, участие в спортивных мероприятиях, помощь детям, патриотический туризм и пр. Целевую аудиторию представляет молодежь.

Соглашаясь с отечественными учеными [1, с. 223], можно выделить следующие особенности современного волонтерского туризма на постсоветском пространстве:

- 1) зародившийся относительно недавно, данный вид туризма активно развивается;
- 2) волонтерский туризм ориентируется на широкий спектр направлений;
- 3) активно развиваются интернет-ресурсы и цифровые платформы, связанные с волонтерским туризмом и вовлечением в него широких слоев населения;
- 4) профильные организации тесно взаимодействуют с образовательными и научными учреждениями в целях популяризации волонтерского туризма среди детей и молодежи;
- 5) государство оказывает поддержку волонтерским инициативам.

Сегодня волонтерский туризм сопряжен с определенными проблемами, среди которых — недостаточная информационная поддержка, слабое взаимодействие секторов экономики, органов власти, общественных объединений по вопросам волонтерской деятельности, недооценка волонтерства как эффективного инструмента патриотического воспитания подрастающего поколения, формирования его активной гражданской позиции.

Основными направлениями решения данных проблем и создания условий для более динамичного развития волонтерского туризма на постсоветском пространстве представляются совершенствование нормативно-правовой базы, регламентирующей волонтерский туризм, активное продвижение в средствах массовой информации волонтерского туризма как перспективного направления развития туризма, позволяющего не только посетить новые места, но и поучаствовать в волонтерской

деятельности, привлечение к развитию волонтерского туризма молодежных организаций и образовательных учреждений, создание разветвленной сети волонтерских лагерей, в том числе на особо охраняемых природных территориях, более широкая грантовая поддержка со стороны государства волонтерских инициатив и т. д.

Литература

1. *Канашева, Ж. А.* Волонтерский туризм в России / Ж. А. Канашева, В. А. Келлер. — Текст : непосредственный // Экономика, менеджмент и сервис: проблемы и перспективы : материалы II Всероссийской научно-практической конференции. — Омск : Омский гос. техн. ун-т, 2020. — С. 221–225.

2. *Кобзова, С. Н.* «Туристическое волонтерство» и «волонтерский туризм»: современное состояние и перспективы развития / С. Н. Кобзова. — Текст : непосредственный // Сервис в России и за рубежом. — 2015. — Т. 9, № 3 (59). — С. 4–21.

Л. И. Алексеева,

*доцент кафедры экономики и управления СПбГУП,
кандидат географических наук*

ТРЕНДЫ РЫНКА ЖИЛЬЯ В ПЕРИОД МОБИЛИЗАЦИИ

Рынок жилья — это гибкая экономическая структура, которая практически мгновенно реагирует на любое изменение ситуации в экономике, на финансовых рынках, в законодательстве и жестко зависит от политических решений. Частичная мобилизация, объявленная 21 сентября 2022 года, оказала психологическое и экономическое влияние не только на российское общество, но и на рынок недвижимости, в первую очередь жилой. Рассмотрим по сегментам основные тренды этого рынка в настоящее время, поскольку объективно оценить влияние частичной мобилизации на сферу недвижимости можно будет лишь спустя несколько месяцев, когда появятся достоверные статистические данные о масштабах отъезда граждан из страны.

Вторичный рынок. Сегодня здесь спрос формирует не продавец, а покупатель, что увеличивает количество срочных продаж иногда даже не по рыночной, а по ликвидационной цене. Продавцы снижают цену на «вторичку», на элитные квартиры и загородное жилье — коттеджи, таун-хаусы (здесь скидки составляют 10–15 %). Собственники активно выставляют квартиры на срочную продажу, при этом средний дисконт уже превышает 6 %. Некоторые собственники снижают цену даже на 30–40 %, а в отдельных случаях дисконт на элитное жилье достигает 60 %,

и такие показатели наблюдаются впервые за последние годы. Запросы на подбор квартиры сократились в конце сентября на 27 % по сравнению с августом. Ожидается дальнейшее снижение интереса населения как к аренде, так и к покупке жилья по всей России. Пока речь идет преимущественно о вторичном рынке, поскольку ситуация с новостройками уже давно характеризовалась как негативная. Многие спешно продают квартиры, так как в текущих условиях им срочно понадобились деньги в связи с отъездом в сопредельные государства (бывшие республики СССР) либо по другим причинам. Кроме того, многие граждане опасаются падения цен на жилье в случае ухудшения геополитической ситуации.

Эксперты агентства «Адвекс-Лидер» ожидают, что до конца этого года количество срочных сделок вырастет на 30 %, из-за чего рынок существенно просядет. Продажи могут упасть как в сегменте новостроек, так и на вторичном рынке. К тому же девелоперам придется адаптироваться к логистическим проблемам и заниматься поиском более дешевых площадок под застройку в области и покупкой дешевых стройматериалов. При этом застройщики уже не смогут переложить рост расходов на покупателей. Если ключевая ставка ЦБ и ставки коммерческих банков останутся на прежнем уровне, а доходы населения будут продолжать снижаться, то к концу года спрос упадет еще на 15–20 %. В непредсказуемой экономической ситуации банки стали отказывать в выдаче кредитов, особенно мужчинам призывного возраста.

Элитный рынок. По данным Intermark Real Estate, сейчас дисконт на элитное жилье может достигать до 50 %. По одним лотам скидки пока символические — не более 3–4 %, по другим продавцы готовы снизить цену радикально — на 30–40 %, только чтобы быстрее продать элитные квартиры или загородную недвижимость. Рост активности продаж соответственно приводит к снижению спроса. Так, количество запросов на покупку элитного жилья по сравнению с началом сентября уже упало на 60–70 %.

Аренда. Рынок аренды пока слабо отреагировал на изменившиеся условия, но и здесь очевидна динамика в сторону снижения цен. Так, в Москве спрос на арендованную жилплощадь, по данным ЦИАН, после 21 сентября снизился на 15 %. Учредитель Ассоциации ипотечных брокеров Дмитрий Ракута считает, что на рынке аренды в конце этого года стагнация будет более серьезной, чем на «вторичке», и арендные ставки могут снизиться на 10–15 % из-за переезда россиян за рубеж и массового оттока арендаторов-иностранцев. Большую долю арендаторов составляли мигранты из стран Центральной Азии, которых мобилизация

не касалась. Но согласно новому Указу теперь многие мигранты отказываются от аренды и идут в армию добровольцами в обмен на российское гражданство.

Новостройки. Большая часть сделок на «первичке» до сих пор заключалась благодаря ипотечным кредитам, но спрос на кредитование неуклонно снижается, а многие сделки вообще поставлены на паузу. По оценке ЦИАН, количество сделок с новостройками уже к концу этого года может упасть на 30 %. В крупных городах после объявления частичной мобилизации на паузу поставлены до 20–25 % ипотечных сделок. Объем сделок по договорам долевого участия в Санкт-Петербурге по итогам восьми месяцев 2022 года сократился почти на 11 %, хотя до объявления частичной мобилизации в каждой десятой новостройке предлагались скидки от 10 % и выше. В начале сентября 2022 года клиенты строительной компании «Прайд Групп» в Петербурге отменили 20 % сделок из-за тревоги о будущем членов их семей. Аналитики полагают, что цены и дальше будут падать, так как «вторичка» потянет за собой вниз предложения от застройщиков.

Сложная ситуация на рынке ипотеки объясняется еще и решениями банков, которые в октябре начали повышать ставки и ужесточать условия кредитования. Сегодня средняя ипотечная ставка по стране составляет 7,34 % годовых. По данным ЦБ, рост средней ставки по ипотеке был зафиксирован в 26 российских регионах. Больше всего ставка увеличилась в Чеченской Республике — с 7,87 до 12,07 % годовых. В Камчатском крае ставка выросла с 4,89 до 7,77 %. Ставки повысили Альфа-банк, Газпром-банк, МКБ, Абсолют-банк и некоторые другие.

У самих застройщиков тоже возникли проблемы, и они предупреждают о риске срыва сроков ввода новых объектов из-за частичной мобилизации. Рабочим и служащим компаний уже приходят повестки из военкоматов, а быстро найти замену специалистам строительного комплекса не представляется возможным.

И. В. Васильева,

*доцент кафедры экономики и управления СПбГУП,
кандидат экономических наук*

ИННОВАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Последние несколько лет стали серьезным испытанием для туристической отрасли во всем мире. Меры безопасности, принятые во время пандемии COVID-19, положили начало существенному изменению стратегического курса развития данной отрасли. Также значительные коррективы в туристическую отрасль внесли санкции, наложенные на Россию.

Санкт-Петербург и Ленинградская область входят в число самых популярных направлений туризма для российских граждан, а до недавнего времени и других стран, так как особое место в Санкт-Петербурге занимал международный туризм. В предпандемийный 2019 год город и область посетили около 5 млн иностранных граждан, в 2020 году поток сократился до 3 млн человек, а за 9 месяцев 2022 года город посетили всего 190 тыс. иностранцев, и это количество вряд ли существенно увеличится до конца года. Поэтому международный туризм больше не является приоритетным направлением развития отрасли, хотя многие крупные инновации в туротрасли Санкт-Петербурга и Ленинградской области были ориентированы именно на международный туризм.

Но, конечно, инновации касаются не только международного туризма. Они необходимы во всех направлениях туристической отрасли для развития и повышения конкурентоспособности. Возникают новые виды туризма. Так, в Санкт-Петербурге появляется «Новая туристская география». Если прежде можно было говорить о культурном, деловом, школьном, событийном как основных направлениях туризма в городе и области, то новое направление может быть различным сочетанием этих направлений. Еще одно инновационное направление — «Петербург — мировой тревел-хаб» — предполагает усиление города как исходной точки для путешествий по Северо-Западному региону («Серебряное ожерелье», «Русская Балтика») [1].

Кроме новых инновационных направлений туризма, появляется большее количество других инноваций.

«Карта гостя Санкт-Петербурга» — Free Pass карта, инновационное решение, которое позволит сократить время на посещение музеев, так как предоставит возможность миновать очереди в кассы.

Инновационные формы используются и для оснащения музейных выставок. Например, Музей оптики проводит голографические показы экспонатов Алмазного фонда России. Многие музеи уже организуют интерактивные выставки.

В водном туризме появляются новые виды транспорта, например электрокатамараны-трансформеры, способные превращаться из прогулочного судна в площадку для бизнес-встреч. Появление такого вида транспорта влечет за собой и привлечение дополнительного сегмента туристов — любителей экотуризма.

Еще одним видом инновационного транспорта для туризма стал электросамолет, который завоевывает все большую популярность среди туристов, совершающих обзорные экскурсии по городу.

Для оптимизации деятельности туристических организаций и самостоятельных туристов Городской туристско-информационный центр разработал автоматизированную базу данных экскурсоводов и гидов-переводчиков Санкт-Петербурга, предоставляющую информацию о работающих в городе специалистах этой сферы.

Гостиницы Санкт-Петербурга и Ленинградской области применяют инновационное решение, заменяя магнитные ключи электронным управлением с помощью приложения в телефоне гостя, на который поступает информация после бронирования и оплаты номера.

Инновации стали неотъемлемой частью развития любой предпринимательской деятельности, в том числе в туристической отрасли. Это диктуется новой реальностью, которая характеризуется бурным технологическим развитием всех сфер жизнедеятельности.

Литература

1. Новые тенденции и прогнозы развития отрасли туризма Петербурга. — Текст : электронный // Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. — URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/news/244482/ (дата обращения: 09.10.2022).

Т. В. Зайцева,

*заместитель декана экономического факультета СПбГУП
по учебной и воспитательной работе,
старший преподаватель кафедры экономики и управления*

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИХ РАЗВИТИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

Сокращение туристического потока из России в другие страны на 95 % за последние три года, казалось бы, неизбежно должно было стимулировать развитие внутреннего туризма. Однако, по оценкам Ростуризма, внутренний туристический поток по итогам 2022 года будет на 5–10 % меньше чем, в 2019 году. На первый взгляд, такая тенденция противоречит обстоятельствам, в которых находится сейчас выездной туризм: ограничения на авиаперелеты, закрытие границ, трудности с обменом валюты и т. п. Однако здесь прослеживаются объективные причины. Традиционно внутренний туризм практически на всей территории России возможен только в теплое время года. Особенно это касается морского побережья. Несмотря на рост, который показали черноморские курорты в 2020–2021 годах, в 2022-м уже можно уверенно говорить о сокращении спроса по данным направлениям почти на 20 %. Россияне предпочитают Турцию. Конечно, большую роль в этом играет тот факт, что турецкие курорты, несмотря на экономические проблемы, все еще дешевле, чем российские. По соотношению цена/качество конкурентоспособность туристической отрасли в Турции значительно выше. Государственная поддержка, которую она получает на протяжении последних лет, в виде сниженных ставок налогообложения, льгот при закупках, поддержания инфраструктуры, не только обеспечила выживание большинства субъектов хозяйствования, но и позволила нарастить ряд показателей.

На черноморском побережье России наблюдается острая нехватка разнообразного номерного фонда, который мог бы удовлетворить весь платежеспособный спрос. Однако предложение по-прежнему очень низкое. Очевиден существенный разрыв между условиями размещения в дорогих отелях и практически не обустроенных, а порой и откровенно ветхих апартаментах и гостевых домах. Однако и отельный отдых оставляет желать лучшего по соотношению цены и качества услуг, которые турист получает за свои деньги.

Еще одной серьезной проблемой, которая не позволяет эффективно развиваться внутреннему туризму, является качество подготовки кадров. Персонал, который выполняет основные функции в местах размеще-

ния, — официанты и другие работники ресторанов, горничные в отелях, администраторы — в подавляющем большинстве не обладает соответствующей квалификацией. Обучение гостиничному бизнесу в России находится на непростительно низком уровне — как по качеству, так и по количеству.

Здесь лишь кратко обозначены только самые очевидные, на наш взгляд, причины, тормозящие развитие внутреннего туризма в России. В действительности их намного больше, и все они вносят свой вклад в удручающее состояние туристической отрасли, так что уровень ее рентабельности остается неприемлемо низким — около 6 %, что почти вдвое ниже среднего значения по экономике. Такие показатели вкуче с высоким уровнем налоговой нагрузки не позволяют говорить об инвестиционной привлекательности туристического сектора.

О. И. Жулева,

*доцент кафедры экономики и управления СПбГУП,
кандидат экономических наук*

К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ СЕВЕРНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ

Изменения, происходящие в последние годы в социально-культурной сфере (СКС) Севера России, позволяют выявить определенную тенденцию: главным критерием развития учреждений СКС являются показатели эффективности их деятельности. При этом мало учитывается доступность социальных услуг для населения и возможностей потребления ими продуктов культурной деятельности. Тем не менее это очень важный критерий, поскольку в малонаселенных регионах, к которым относится подавляющее большинство регионов, расположенных в зоне Крайнего Севера, есть нерешенная проблема — слабое развитие транспортной инфраструктуры. Поэтому на этих территориях особенно остро стоит вопрос доступности социально-культурных услуг. А если прибавить к этому постоянное сокращение бюджетного финансирования СКС и сравнительно низкий уровень доходов населения, то можно говорить о том, что это очень острый и насущный вопрос для большинства арктической зоны регионов России.

Решением данной проблемы могло бы стать развитие коммерческого сегмента СКС, но для любого предпринимателя, чем бы он ни занимался, важно получать прибыль, для него необходимое условие ведения бизне-

са — рентабельность. И здесь опять же существенно влияние вышеперечисленных факторов. В итоге получается, что с точки зрения частного бизнеса данный сегмент экономики в большинстве северных регионов, скорее всего, будет убыточным, так что нет смысла вкладывать туда свои средства. Поэтому развитие СКС в этих регионах требует бюджетных субсидий и дотаций. Поскольку в последние годы значительное внимание уделяется восстановлению и развитию Северного морского пути, есть надежда, что дойдет очередь и до развития социально-культурного сегмента экономики арктических территорий России.

Следует отметить, что особенно важным аспектом культурного развития арктической зоны является сохранение культурных традиций, в первую очередь самобытности коренных малочисленных народов Крайнего Севера.

Одной из недооцененных, но перспективных отраслей СКС, на развитие которой руководству регионов стоит обратить внимание, является туризм, который мог бы приносить региональным и местным бюджетам хороший дополнительный доход в виде налоговых отчислений. Этим вопросом уже занимаются власти регионов западной части Крайнего Севера России, и в его решении у них уже есть немалые достижения. В частности, эти задачи успешно выполняются в Мурманской области, но в данном регионе нет проблемы слабого развития транспортной инфраструктуры, в отличие от других арктических регионов, расположенных на территории Сибири и Дальнего Востока. В этих регионах на сегодняшний день, как правило, имеет место стихийный, плохо организованный экстремальный туризм.

Восстановление и развитие Северного морского пути вполне может способствовать развитию прибрежного арктического туризма, в том числе круизных маршрутов вдоль побережья Северного Ледовитого океана. Также перспективным направлением развития транспортной инфраструктуры арктического побережья должны стать пассажирские перевозки на отдельных участках Северного морского пути морским транспортом.

Что касается спроса на продукты СКС в арктической зоне, то здесь, как нигде в других регионах, наблюдается крайне низкий спрос на платные услуги. Причины этого уже были перечислены выше, кроме этого, свое влияние оказывает сохранившийся традиционный уклад жизни достаточно больших групп населения. В связи с этим для регионов Севера проведение модернизации и перевод учреждений СКС в автономный режим деятельности в ближайшей перспективе практически невозможен.

Н. Л. Зеленина,

*доцент кафедры экономики и управления СПбГУП,
кандидат экономических наук*

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРОЦЕССОВ ПОЗНАНИЯ И ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ

В классической экономической теории ключевой проблемой на любом уровне является проблема выбора между различными вариантами потребления, производства, распределения и обмена. И в рамках той же классической теории приоритетным принципом/критерием такого выбора признается рациональность использования ресурсов. Однако на практике работе этой четкой, идеальной модели мешают два обстоятельства.

1. Предполагается, что человек, предприятие, государство действуют исключительно рационально, учитывая риски и максимизируя собственную выгоду. Однако любое экономическое решение принимается людьми, а это значит, что, во-первых, при этом неизбежно находится место эмоциям, чувствам, ошибкам; во-вторых, присутствует сознательный выбор в пользу других ценностных критериев, нежели максимизация финансового результата, — социальных, экологических, культурных, духовных, политических и др.

2. Принятие экономических решений является своеобразной реакцией на познание и понимание собственных ценностей, выгод, целей, установок (внутренних мотивов экономических действий), а также на познание и интерпретацию внешних многоаспектных условий хозяйствования (внешних мотивов экономических действий).

Поэтому интерес представляет связь между *качеством процесса познания* экономической реальности и *качеством процесса принятия решений* в экономической реальности.

В современной науке понятию «познание» даются достаточно смелые комплексные определения, подчеркивающие не просто смежность интересов со стороны отдельных наук к этому понятию, а именно комплексность — универсальность ценности этого понятия для каждой науки. Вот примеры определений. «Познание — совокупность процессов, процедур и методов приобретения знаний о явлениях и закономерностях объективного мира» [2]. «Познание — процесс отражения и воспроизведения действительности в мышлении субъекта, результатом которого является новое знание о мире» [3]. «Познание — это процесс целенаправленного активного отображения действительности в сознании человека» [1, с. 2].

Таким образом, можно обобщить: познание — основной способ существования сознания. Это справедливо для любой сферы проявления человека, в том числе экономической. То есть можно утверждать, что адекватность, глубина, многоаспектность познания/восприятия внутренних и внешних мотивов экономической действительности определяет соответствующее качество экономического сознания, которое формирует необходимые экономические решения и действия.

Можно выделить следующие виды познания: рациональное, чувственное и интуитивное (см. рис).



Рис. Виды познания и их характеристики

В реальном процессе познания и следующего за ним принятия экономических решений участвуют все обозначенные виды познания. Предметом современных дискуссий в научных кругах чаще является степень их взаимозамещения и подконтрольности. Бесспорным положением остается признание органов восприятия человека как изначального инструмента познания, первой степени знакомства со средой. Органы восприятия — это органы чувств и анализаторы. В настоящее время к таким

традиционным органам чувств человека, как глаза, нос, уши, язык, кожа, добавляют еще один — сердце, которому отводится все большая роль и в первоначальном (непосредственном) восприятии (чувственное познание) наряду с пятью основными органами чувств, и в последующем рациональном познании наряду с головным мозгом.

Своеобразной природой по сравнению с рациональным и чувственным познанием обладает интуитивное познание. Интуитивное познание как непосредственное постижение истины без предварительных рассуждений и доказательств, с одной стороны, проявляется в виде внезапного озарения, с другой — является определенным скрытым в подсознании «стратегическим продуктом» опыта как рационального, так и чувственного познания.

Проблема фундаментального взаимодействия различных видов познания с принятием экономических решений — интереснейший предмет исследования в таких дисциплинах, как когнитивная экономика, поведенческая экономика, когнитивная психология, нейронаука, искусственный интеллект и др.

Литература

1. Научное познание и его структура. — Текст : электронный // Санкт-Петербургский государственный технологический институт (Технический университет) : [официальный сайт СПбГТИ (ТУ)]. — URL: [https://technolog.edu.ru/public/userfiles/images/158/materil_dop/lekci/005_3_\(1\).pdf](https://technolog.edu.ru/public/userfiles/images/158/materil_dop/lekci/005_3_(1).pdf) (дата обращения: 09.10.2022).
2. Познание. — Текст : электронный // Википедия : [свободная энциклопедия]. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Познание> (дата обращения: 09.10.2022).
3. Познание. — Текст : электронный // GUFU.me : [Словари и энциклопедии]. — URL: <https://gufo.me/search?term=Познание> (дата обращения: 09.10.2022).

Г. Г. Лисовская,

доцент кафедры экономики и управления СПбГУП

РЕФОРМИРОВАНИЕ МЕТОДИКИ УЧЕТА В БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Учетная политика предприятий и организаций представляет собой совокупность методов ведения учета экономическим субъектом и предназначена для реализации решений руководителя учреждения по оптимальной организации учетного процесса. Разработанная и утвержденная в организации учетная политика является обязательным требованием Федерального закона «О бухгалтерском учете».

На основании профессиональной оценки с учетом специфики деятельности и особенностей госзаказа в учреждении формируется и периодически пересматривается учетная политика, которая после утверждения является обязательной для исполнения коллективом организации и подтверждается документом в ходе проверок: налоговых, финансовых, аудиторских. В приказе об учетной политике организации наряду с обязательными разделами указываются методы оценки и учета активов.

Нормативной базой для разработки учетной политики являются единые федеральные стандарты Минфина РФ. В ходе проводимого на протяжении ряда лет реформирования бухгалтерского (финансового) учета государственных финансов бюджетные организации начиная с 2018 года реализуют в своей учетной деятельности требования единых федеральных стандартов бухгалтерского учета. Каждый новый федеральный стандарт учета — это усовершенствованная методика учета активов и обязательств и возможность более полного раскрытия информации для пользователей, рекомендуемой стандартами МСФО.

Среди первых стандартов, принятых в ходе реформирования бюджетного учета, — «Концептуальные основы бухгалтерского учета и отчетности организаций государственного сектора». Это базовый стандарт для организации учета и составления отчетности, рекомендующей оценку объектов бюджетного учета по справедливой стоимости и предусматривающий раскрытие информации учреждений о чистых активах.

Методические положения стандартов (2022)

Федеральные стандарты бюджетного учета	Основные методические положения стандартов
Бухгалтерская (финансовая) отчетность с учетом инфляции (приказ № 305н)	Результаты пересчетов отражаются в отдельном регистре, результаты изменений монетарных позиций отражаются в составе показателей финансовых результатов
Сведения о показателях бухгалтерской (финансовой) отчетности по сегментам (приказ № 223)	В отчетности по каждому сегменту должны быть раскрыты данные о доходах и расходах; нефинансовых и финансовых активах; обязательствах
Метод долевого участия (приказ № 254н)	Балансовая стоимость инвестиций корректируется на сумму доли инвестора в увеличении (уменьшении) чистых активов объекта инвестирования
Консолидированная бухгалтерская (финансовая) отчетность (приказ № 255н)	Отчетность составляется путем суммирования показателей субъектов отчетности, входящих в периметр консолидации, и путем исключения взаимосвязанных показателей по операциям между ними
СГС «Биологические активы»	Устанавливает единые требования к учету и отражению в отчетности биологических активов

Программой разработки стандартов бухгалтерского учета государственных финансов предусмотрено их поэтапное внедрение:

— с 2019 года реализованы в учете правила и требования 15 федеральных стандартов;

— с 2021 года — 8 федеральных стандартов;

— в 2022 году — 5 стандартов, каждый из которых вносит коррективы в методику и оценки объектов учета;

— на 2023 год запланирована очередная реформация Единого плана счетов бюджетного учета и порядка составления и представления финансовой отчетности учреждений.

В общей сложности нормативно разработан и рекомендован к применению в учете бюджетных организаций 31 стандарт, три из них планируется задействовать в практике учета в период 2023–2024 годов.

С принятием новых стандартов учета и отчетности бюджетные учреждения совершенствуют учетную методику, внося изменения в порядок документооборота, формы первичных документов и регистров, методику учета налоговых обязательств, технологию обработки учетной информации. Ожидаемый эффект от совершенствования методической составляющей учетной политики учреждений государственного сектора — большая открытость данных организаций для пользователей и подотчетность их финансовой деятельности.

Н. В. Маслова,

*доцент кафедры экономики и управления СПбГУП,
кандидат экономических наук*

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА РОССИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Формирование рынка труда России в последние годы происходит в сложных условиях. В 2021–2022 годах на него оказывали влияние различные политические и социально-экономические факторы: специальная военная операция на Украине (СВО), западные санкции, рост инфляции, демографический кризис, рост цен на продукты питания и коммунальные платежи и др. Кроме того, на рынок труда воздействуют технологические факторы — внедрение новых технологий, автоматизация, роботизация.

В целом 2021 год показал некоторую стабилизацию после пандемии COVID-19. Это проявилось в снижении уровня безработицы на 1 про-

центный пункт по сравнению с 2020 годом — с 5,8 до 4,8 %. Однако начавшаяся в феврале 2022 года СВО внесла коррективы практически во все сферы экономики, и теперь ситуация развивается непредсказуемым образом. Подводить итоги влияния данного фактора еще рано, поскольку в ходе операции происходят события, которые резко изменяют ситуацию (например, объявленная в сентябре частичная мобилизация). По позитивным прогнозам главы Минтруда, уровень безработицы по итогам 2022 года останется примерно на уровне показателя 2021 года.

Одним из самых существенных негативных факторов выступает санкционный кризис, несущий, по мнению экспертов Института экономики РАН, высокие риски для развития человеческого капитала в РФ. Прогнозируется обострение проблем с трудоустройством среди молодежи, рост неформальной занятости, скрытой безработицы и числа нарушений со стороны работодателей, отток трудовых мигрантов. Кроме того, спецоперация, вызвав очередной виток санкционных ограничений, спровоцировала отток квалифицированных кадров. Особенно неблагоприятно это отразилось на IT-отрасли: по экспертным оценкам, из 1 млн занятых в IT-сфере около 7 % уехали в развитые страны [5]. Прогнозируется, что санкции также могут породить новые проблемы — расширение нелегальных видов деятельности, интернет-мошенничества, угона автомобилей, особенно тех моделей, которые перестали поставлять в Россию.

В последние годы наблюдается изменение структуры рынка, обусловленное некоторыми из обозначенных выше факторов. В связи с появлением искусственного интеллекта, активной роботизацией и автоматизацией ряд профессий утрачивают свою актуальность. По данным Всемирного экономического форума, в скором времени могут потерять рабочие места бухгалтеры, кассиры, нотариусы, охранники, секретари, банковские служащие, корректоры, операторы кол-центров [2]. Самыми популярными профессиями в 2022 году стали: IT-специалисты, юристы, финансисты, логисты, строители, медики [4]. Повысился спрос на специалистов, работающих «на удаленке». Также современный рынок показывает спрос на рабочих — грузчиков, комплектовщиков, разнорабочих, водителей спецтехники, курьеров и др. [3].

Из года в год наблюдается рост числа самозанятых: по данным ФНС, в июне 2022 года их количество в России достигло 5 млн при ежедневном приросте 8,5 тыс. [1]. Основные направления деятельности самозанятых — услуги такси, доставка товаров, аренда квартир, ремонтные и маркетинговые услуги, продажа продукции собственного производства. По состоянию на 30 сентября в статусе самозанятого зафиксировано уже 5 млн 821 тыс. 91 человек (данные Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства). Предпринимателей, вероятно,

привлекают преимущества такой формы занятости: возможность выйти из «серой зоны» и работать легально, простая регистрация, отсутствие отчетности, низкие ставки налога, отсутствие онлайн-кассы.

Таким образом, рынок труда сегодня сталкивается с серьезными, часто непредвиденными вызовами, которые создают сложности и для организаций, и для работников. Нестабильные условия диктуют необходимость изменения поведения работодателей и работников в свете новых требований рынка.

Литература

1. В России зарегистрировались 5 млн самозанятых. — Текст : электронный // Федеральная налоговая служба : [сайт]. — URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities_fts/12258990/ (дата обращения: 22.10.2022).

2. *Дербенченко, В.* Какие профессии востребованы в России / В. Дербенченко. — Текст : электронный // SkyPro : [сайт]. — 2022, 15 марта. — URL: <https://sky.pro/media/kakie-professii-vostrebovany/> (дата обращения: 22.10.2022).

3. *Копылова, М.* Что происходит с рынком труда осенью 2022: мобилизация, санкции, рабочие профессии и кадровый дефицит / М. Копылова. — Текст : электронный // Клерк : [сайт]. — URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/537834/> (дата обращения: 22.10.2022).

4. *Трескова, К.* Актуальные профессии в 2022 году / К. Трескова. — Текст : электронный // Бробанк — умный подбор финансовых услуг : [сайт]. — 2022, 29 сент. — URL: <https://brobank.ru/aktualnye-professii-v-2022-godu/#vakansii-kotorye-trebovalis-v-2021-godu> (дата обращения: 22.10.2022).

5. Экономисты РАН назвали риски для рынка труда из-за санкций. — Текст : электронный // РБК : [сайт]. — URL: <https://www.rbc.ru/economics/03/05/2022/626b9ef89a7947d7f6c09da8> (дата обращения: 22.10.2022).

Е. Я. Морозова,

*доцент кафедры экономики и управления СПбГУП,
кандидат экономических наук*

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕПЕРТУАРНЫХ ТЕАТРОВ

В настоящее время театральным организациям приходится прилагать определенные усилия для того, чтобы привлечь зрителей на свои спектакли. Это может быть обусловлено разнообразием предложений от других досуговых организаций — концертных залов, клубов, кино-театров, ресторанов, фитнес-центров и тому подобных — и снижением интереса к традиционным видам «культурного отдыха». Между тем, как известно, главным показателем эффективности деятельности бюджетных и автономных театральных учреждений является выполнение задания

по выручке (валовому сбору) и количеству посещений, поэтому театральным менеджерам приходится отслеживать динамику конкуренции на рынке досуговых услуг и определять конкурентоспособность театра и его спектаклей.

Специфика конкурентоспособности театра заключается в том, что он создает особую «творческую продукцию» — спектакль; в других отраслях экономики подобные «производственные результаты деятельности» найти достаточно сложно. Поэтому для театральных организаций важно определить факторы, способные влиять на уровень их конкурентоспособности.

Можно предложить следующие критерии, отражающие конкурентоспособность того или иного театра в сравнении с другими театральными площадками города:

№ п/п	Критерий конкурентоспособности	Параметры, по которым можно проводить сравнение (оценку)
1	Форма организации	Государственное (казенное, бюджетное, автономное), муниципальное учреждение культуры
2	Цели организации	Обычно формулируются в уставе организации, иногда указывается ее «миссия»
3	Количество театральных сезонов	Количество лет функционирования театра на рынке театральных услуг города
4	Здание театра	Собственное отдельное здание, арендуемое отдельное здание, обособленное помещение при учреждениях клубного типа, санаторно-курортных учреждениях
5	Источники финансирования	Бюджетные, внебюджетные (продажа билетов, спонсорство, гранты, предпринимательство)
6	Штаб сотрудников	Общее количество штатных работников
7	Образование творческих работников	Профессиональные, непрофессиональные актеры
8	Службы по обслуживанию спектаклей	Имеются собственные службы с постоянными работниками; службы имеются, но многие работники приглашаются со стороны; всех приглашают со стороны
9	Количество посадочных мест	Общее число, в том числе зрительный зал, вторая сцена, малый зал и т. п.
10	Количество спектаклей в репертуаре	Общее число спектаклей, в том числе для детей и подростков
11	Время начала спектакля	Вечером, утром, днем (если имеются)
12	Среднее количество спектаклей в месяц	Всего, в том числе в помещении театра, на выезде, гастроли (если проводятся)

Окончание таблицы

№ п/п	Критерий конкурентоспособности	Параметры, по которым можно проводить сравнение (оценку)
13	Разнообразие предоставляемых услуг	Спектакли в театре, на выезде, гастролы, выставки в фойе, творческие встречи, развлекательные программы, работа кафе и баров, продажа программ, буклетов, фотографий артистов, сотрудничество с вузами, благотворительные мероприятия и др.
14	Интенсивность выпуска новых спектаклей в сезон	Сколько новых спектаклей ежегодно выпускает театр (в среднем)
15	Цены на билеты	Диапазон цен на билеты текущего репертуара (утренние, дневные, вечерние спектакли), диапазон цен на премьерные спектакли, диапазон цен на гастроях
16	Средняя посещаемость (процент загрузки)	Должна рассчитываться
17	Структура внебюджетных затрат	Содержание здания, оплата труда внештатных работников, постановка новых спектаклей, гастролы и т. п.
18	Участие в фестивалях, конкурсах, международное сотрудничество	Определяется перечислением всех подобных мероприятий за последний сезон
19	Реклама	ТВ, радио, Интернет, распространители, газеты, журналы, афиши, участие в выставках, собственный официальный сайт
20	Конкурентная стратегия	Любые инновационные шаги, направленные на повышение конкурентоспособности театра и занятие ведущей позиции среди театров данного вида профессиональной деятельности (опера и балет, драма, комедия, музыкальная комедия, ТЮЗ и др.)

Изучение показателей по предложенным критериям позволит выявить сильные и слабые стороны организации, определить ее потенциальные затруднения и перспективы в рамках SWOT-анализа, выявить конкурентные преимущества в сравнении с другими театрами при помощи PEST-анализа.

Исследуя факторы конкурентоспособности конкретного театра на рынке театральных услуг города, выявляя зрительские предпочтения, руководство сможет более грамотно и эффективно организовывать работу театра.

Н. И. Распопова,

*доцент кафедры конфликтологии СПбГУП,
кандидат психологических наук*

НЕОБХОДИМОСТЬ СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Сфера сервисных услуг (определение, понятие, содержательная сторона) тесно связана с такими категориями, как уровень и качество жизни, которые в наши дни ассоциируются с понятиями «государство всеобщего благоденствия» или «социальное государство», возникшими в конце XIX века в Западной Европе и Америке. Для социального государства важна тенденция к демократизации политической власти, то есть в основе социального государства лежит удовлетворение потребности в уважении.

Независимо от некоторых различий во взглядах на содержательную сторону понятий социального государства или государства всеобщего благоденствия эти феномены стали основанием для возникновения понятий уровня жизни и качества жизни. Следовательно, общественные отношения и политика государства существенно влияют на уровень и качество жизни его граждан. А это, в свою очередь, является базой для нового отношения к удовлетворению потребностей, что стало основой нового социального явления — сервисных услуг. В сервисологии потребность рассматривается не как насущная необходимость, нужда, а как новый уровень качества жизни, поэтому качество удовлетворения потребностей, их содержание, иерархия и многоуровневость их удовлетворения — все это получило новые трактовки.

Удовлетворение потребностей включает целую систему факторов — психологических, физиологических, социальных.

На основе анализа психологических характеристик потребностей, эмоций и сенситивных систем составляются многочисленные модели поведения потребителей. И в России, и в других странах основные типы потребительского поведения изучаются, затем на основе полученных данных составляются модели поведения потребителей.

Потребности начали изучать в 1960-е годы, когда возникла необходимость понять, чем люди руководствуются при покупках, что влияет на их выбор среди множества товаров. В США и Европе производителями товаров внимание было перенесено с продажи уже выпускаемых продуктов на услуги и товары, которые производители могли бы предложить рынку.

В России социальное государство находится в стадии становления. Это связано с развитием рыночных отношений, которые еще несовер-

шенны; с определением пределов вмешательства государства в жизнедеятельность общества, границ государственного планирования; с проблемой баланса между рыночной экономикой и государственным планированием. Уровень жизни в стране в последние годы заметно повысился. И хотя все еще есть граждане, которые не могут позволить себе полноценное сбалансированное питание, голода как массового явления нет. Это снимает важность удовлетворения физиологических потребностей как критического условия выживания.

Наличие потребностей и необходимость их удовлетворения является проблемой, решение которой способствует развитию интеллекта и других свойств личности. В том же случае, когда человек ничего не делает для удовлетворения своих потребностей, то есть ведет паразитический образ жизни, дифференциация потребностей оказывает разрушительное воздействие на его личность. Потребности являются элементом системы свойств личности, поэтому способы удовлетворения потребностей влияют на человека системно, комплексно. Потребности постоянно меняются, поэтому их число стремится к бесконечности, а значит, так же бесконечна необходимость их исследования. Поэтому людям, занятым в сфере сервиса, недостаточно личного опыта, требуется постоянное обучение, что согласуется с современной концепцией необходимости непрерывного образования во всех сферах жизнедеятельности человека.

Литература

1. *Алешина, И. В.* Поведение потребителей : [учебное пособие для вузов] / И. В. Алешина. — Москва : Фаир-пресс, 2000. — Текст : непосредственный.
2. *Блэкуэлл, Р.* Поведение потребителей : [перевод с английского] / Р. Блэкуэлл, П. Мириард, Дж. Энджел. — [10-е изд.]. — Санкт-Петербург : Питер, 2007. — Текст : непосредственный.
3. *Бресла, Б. М.* Психология эмоций / Б. М. Бресла. — Москва, 2004. — Текст : непосредственный.
4. *Наумов, В. Н.* Модели поведения потребителей в маркетинговых системах : [учебное пособие] / В. Н. Наумов. — Санкт-Петербург : СПбГУЭФ, 2009. — Текст : непосредственный.

С. О. Андреева,*магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП*

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Сектор услуг стал основным негативным бенефициаром ковидных и санкционных ограничений в социальных сферах российской экономики, главным образом из-за вынужденных запретов, накладываемых на функционирование организаций социально-культурной сферы.

Организации сферы услуг в процессе своей деятельности сталкиваются со значительными трудностями. В отличие от производства, услуги по разным причинам вряд ли быстро восстановят утраченное доверие, спрос и активность потребителей. В первую очередь на это повлияло снижение реальных располагаемых доходов населения и активности потребительского поведения домашних хозяйств, которые составляют основу жизни в секторе услуг и оказывают значительное влияние на спрос.

С целью снижения финансовых затрат организации сферы услуг начали сокращать численность и занятость персонала, оптимизируя фонд оплаты труда и другие издержки. Организациям сферы услуг, которые будут продолжать свою деятельность, придется нести дополнительные финансовые затраты, в первую очередь связанные с соблюдением строгих санитарно-гигиенических норм. Выполнение этих мер, принятых в начале пандемии, потребовало значительных финансовых затрат и подвело тщательному контролю со стороны соответствующих государственных органов.

От ограничений больше всего пострадали страны с развитой экономикой, где доля услуг в ВВП достаточно большая. В структуре ВВП России доля доходов от сферы услуг незначительна, поэтому зависимость российского бюджета от налоговых поступлений сферы социальных услуг населению значительно ниже, чем в большинстве экономически развитых стран.

Одной из проблем российского сектора услуг, вероятно, будет тот факт, что в структуре численности населения отмечается демографическая яма, причем не по причине сокращения численности населения, а из-за его старения. В ближайшие 5–8 лет количество трудоспособного населения в возрасте от 21 до 37 лет, обслуживающее наиболее активных потребителей, значительно сократится. Перераспределение в это время не только скажется на экономике, но и окажет негативное влияние

на объем услуг и прибыли организации. В то же время рост числа пожилых людей и увеличение продолжительности жизни, а также благоприятное развитие событий с точки зрения их доходов, возможно, не проблема, а, наоборот, благо для сферы услуг.

Исходя из сложившейся ситуации, вполне вероятно, что в ближайшее время основные прорывы в финансировании и развитии будут наблюдаться в медицине и фармакологии. Таким образом, благодаря объявленному увеличению пенсий и помощи государства пожилые люди также могут стать важными потребителями на рынке медицинских и социальных услуг.

О. И. Галицкая,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В ПРОЦЕССЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Многие исследователи человеческого капитала указывают на необходимость изучения системы школьного образования, поскольку в ходе обучения в школе человек приобретает базовые знания и навыки, определяющие его профессиональное развитие.

Школьное образование сейчас сталкивается с рядом проблем. Так, средняя общеобразовательная школа находится в ситуации неопределенности. Директивы Министерства просвещения, отвечающие стратегии развития образовательной системы в стране, оказываются для школы непонятными, но обязательными к исполнению. В качестве примера можно привести общеобязательный и повсеместный ввод ГИА в форме ЕГЭ с 2009 года. Тогда школы были обязаны адаптировать учебный процесс: переписать учебные программы, повысить уровень квалификации учителей, обновить техническое оснащение школы и т. д. Это вызвало недовольство и сотрудников школ, и широкой общественности.

Другой актуальной проблемой в сфере образования является то, что руководители образовательных учреждений большей частью недостаточно компетентны для того, чтобы справляться с возникающим в ходе стратегических изменений сопротивлением. Сталкиваясь с протестами учителей, администрация не знает, как поступать в таких ситуациях, в результате чего процесс внедрения некоторых изменений затягивается либо

изменения вводятся лишь номинально, не давая ожидаемых результатов. Эта проблема может быть решена посредством повышения квалификации руководителей.

Еще одной проблемой является специфика контингента работников школ. По данным НИУ ВШЭ за 2020 год, больше 25 % учителей — старше 55 лет, и доля этой возрастной группы с каждым годом увеличивается. Информация собирается в рамках проекта «Мониторинг экономики образования».

Эта особенность должна учитываться в ходе работы с сопротивлением сотрудников стратегическим изменениям. Однако в большинстве случаев этого не происходит по причине недостаточной компетентности руководства.

К. Е. Воробьева,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИКИ НА СИСТЕМУ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Глобальная экономика XXI века характеризуется переходом большинства стран на постиндустриальный этап развития, где лидирующие позиции занимает сфера услуг. Следовательно, наиболее важными элементами экономики становятся способы производства и процесс передачи знаний. Согласно расчетам Всемирного банка, доля человеческого капитала в США составляет 76 % национального богатства, природные ресурсы — 5 %, а в России человеческий капитал и природные ресурсы занимают примерно равные доли — по 45 %. Во многих ведущих странах именно человеческий капитал детерминирует развитие экономики вместе с прогрессом в области науки и техники. Отсюда повышенный интерес государств к развитию образования, являющегося главным институтом производства человеческого капитала.

По сути, образование и экономика определяют друг друга: в каком состоянии экономика, в таком же состоянии находится и образование, и наоборот. Большинство экономических факторов, влияющих на образование, могут претерпевать изменения на различных уровнях управленческого воздействия — государственном, республиканском и муниципальном. В основном расходы на сферу образования покрываются

из госбюджета. По мнению многих ученых, повышение финансирования системы образования позитивно влияет на отдельные учреждения, а также на систему в целом. Имеют место решения по дополнительному финансированию — например, на муниципальном и региональном уровнях управления возможно выделение дотаций для финансирования учреждений образования.

В России активно развивается платное образование, что акцентирует внимание на платежеспособности населения. Более того образование начинает восприниматься не как процесс получения знаний, а как услуга. В целом платежеспособность населения России низкая, поэтому государство гарантирует бесплатное начальное и среднее образование, оказывает материальную поддержку в виде кредитных льгот и пр.

Для стимулирования производства человеческого капитала можно предложить следующие меры: строительство новых школ в городах и поселках городского типа (эта мера позволит расширить возможность получения начального и среднего образования примерно для 30 тыс. детей); внедрение новых программ обучения, ориентированных на практическое применение навыков (реализация национального проекта «Билет в будущее»); предоставление государственной поддержки в виде финансового обеспечения организациям высшего образования с целью подготовки кадров для базовых сфер экономики, а также социальной сферы [1].

С нарастанием темпов экономического роста увеличивается потребность в высококвалифицированных кадрах, способных разрабатывать и внедрять новые методы и технологии, результат применения которых положительно отразится на развитии системы образования, а также будет способствовать увеличению числа высококвалифицированных специалистов и экономическому росту в стране.

Литература

1. Национальный проект «Образование». — Текст : электронный // Стратегия Российской Федерации : [сайт]. — URL: <https://strategy24.ru/rf/education/projects/natsionalnyy-proekt-obrazovanie> (дата обращения: 25.10.2022).

Е. В. Казакова,

*генеральный директор ООО «Медиа Идея»,
магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП*

ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕРЕХОДА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА НА САМОФИНАНСИРОВАНИЕ

Деятельность в сфере культуры — особый вид деятельности, который через оказание услуг удовлетворяет духовные потребности населения, формирует систему ценностей в обществе и имеет свою систему показателей измерения.

Некоммерческие организации в сфере культуры финансируются на сегодняшний день из бюджета достаточно скудно. Такая ситуация связана с тем, что эта сфера не воспринимается как необходимая и неотъемлемая часть экономической системы демократического общества. Роль некоммерческих организаций недооценивается государством и населением, хотя их деятельность может быть весьма эффективной.

В данной отрасли 88 % зарегистрированных организаций составляют бюджетные учреждения (одна из форм НКО). При этом подавляющее большинство бюджетных учреждений отрасли коммерчески ориентированы. С согласия и под контролем собственника и учредителя (государства) они могут осуществлять хозрасчетную деятельность (фактически это коммерческая часть их деятельности) с целью получения дополнительного дохода, от которого зависят объемы бюджетного финансирования. То есть часть расходов покрывается из бюджета (как правило, большая), а другая часть — за счет коммерческой деятельности. Далеко за примером ходить не надо — государственные вузы: есть обучение за счет бюджета, а есть платное образование. Аналогично музеи и театры. Во время творческого процесса люди погружены в создание прекрасного. Обычно в сфере культуры и искусства работают натуры, далекие от математических расчетов, однако в условиях рыночной экономики им приходится вычислять экономические показатели для ведения хозяйственной деятельности.

Привлечение денежных средств от благотворителей, меценатов, с помощью грантов, а также путем оказания услуг, непосредственно связанной с деятельностью конкретной организации, позволяет использовать возможности фандрайзинга. Мотивом деятельности некоммерческой организации, таким образом, становится получение коммерческой выгоды, а не удовлетворение духовных потребностей. Кроме того, организации приходится подстраивать свои планы под потребности грандодающих

компаний (благотворителей и др.), и социально-культурное основание отходит на второй план.

Взаимоотношения НКО с государственными органами строятся на том, что деятельность НКО формируется снизу, а властные и коммерческие структуры, как правило, подключаются на стадии реализации конкретного проекта, давая разрешение на его проведение или выделяя необходимые средства. Многим организациям достаточно тяжело привлечь органы власти для финансирования того или иного, особенно нового проекта в сфере культуры и искусства.

Некоммерческие организации в сфере культуры и искусства, направляющие свою деятельность преимущественно на привлечение денежных ресурсов для реализации проектов, могут в целом перейти на самообеспечение и стать коммерческой организацией, у которой главная задача будет заключаться в получении коммерческой выгоды, а не в сохранении культурного наследия.

М. Ю. Чевычелова,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ ТЕАТРАЛЬНОЙ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

Сегодня продажа билетов на культурные мероприятия в основном осуществляется с помощью информационных технологий, даже в государственных заказах театрам обычно есть пункт о размещении репертуара на их официальных сайтах. Пользуются большой популярностью и сайты-агрегаторы, где можно найти билеты на разные события, отфильтровать данные по месту или известному артисту. Для самих организаторов такие сервисы тоже весьма удобны: можно выгрузить данные о пользователях, проанализировать свою аудиторию и адресно нацелить таргет с учетом выбранных критериев, хотя они сейчас и весьма размыты.

Часто, однако, существующей навигации и фильтрации современному зрителю уже не хватает. Театрам же хотелось бы иметь дополнительную информацию о зрителях, которые потенциально могли бы заинтересоваться их продуктом. Также для театров очень важна заполняемость зала в связи с нормативами государственных заказов, которые им надо выполнять. Проблема реализации лишних билетов порой стоит очень

остро, и театр готов предоставлять большие скидки, чтобы уложиться в нормативы.

Главное неудобство, с которым сталкиваются зрители, заключается в том, что нет удобной информационной системы поиска мероприятий с возможностью более точной настройки с учетом множества критериев фильтрации. К таким критериям относится не только жанр, но и, например, участие в постановке определенных артистов, возможно, не относящихся к знаменитостям первого эшелона и неизвестных широкому зрителю, но являющихся звездами своего театра.

Следует отметить и другую проблему. Каждый театр заключает договоры с определенными билетными операторами, но единой базы, где можно было бы найти все спектакли определенного жанра, не существует, а агрегаторы в любом случае дают неполную выборку. Представим случай, когда зритель захотел сходить на спектакль по произведению определенного автора, допустим, он любит Булгакова. Как в этом случае он будет искать желаемое представление? Скорее всего, обычный поиск «Яндекса» выдаст очень малую часть театральных постановок, идущих в нужном городе. Часто люди спрашивают совета знакомых театралов, если таковые у них имеются. Кстати, если мы обратимся к другой сфере — кино, то большой популярностью, например, пользуется сервис «Кинопоиск», в котором пользователи ставят оценки фильмам и сериалам, и общая статистика таких оценок затем используется другими зрителями как один из критериев выбора. Этот сервис стал таким популярным в том числе и потому, что пользователь всегда может получить совет, что еще посмотреть с любимым артистом или из любимого жанра.

Для театра же была бы весьма полезна информация о том, какая часть зрителей приходит на сам спектакль, а какая — на определенного артиста, какие темы и жанры любят зрители, какие произведения и авторы сейчас пользуются особой популярностью.

Внутри такой системы можно было бы организовать рассылку предложений от театров зрителям, выбранным по определенным критериям. Скажем, рассылка пользователям, еще не посещавшим определенный театр, может включать промокод или иной стимул посетить его. Если же выбран критерий количества посещений, то рассылка может быть организована только для завсегдатаев.

Секция 3

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СФЕРЫ УСЛУГ

В. Ю. Мокрый,

*заместитель заведующего кафедрой информатики и математики СПбГУП
по научной работе, кандидат педагогических наук, доцент*

ФИДЖИТАЛ-ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Цифровая трансформация в широком смысле определяется следующим образом: «трансформация бизнеса, приводящая к росту производительности труда в конкретный период за счет внедрения в деятельность организации новых цифровых (трансформирующих) технологий» [3].

В работе А. Прохорова, Л. Коника [2] приводится прогноз роста данных на различных носителях. Авторы отмечают, что начиная с 2020 года наблюдается рост интенсивности потребления обычными пользователями мобильных данных. До 2025 года разработчики продолжают совершенствовать облачные технологии (к таким решениям, в частности, относятся корпоративные облака [4] или облачные решения, предназначенные для домашних пользователей).

В цифровом мире (мире диджитал) специалисты по обработке информации с помощью облачных технологий анализируют большие данные, мобильные технологии и устройства позволяют гражданам получать доступ к данным и формировать соответствующий контент, а также осуществлять коммуникацию с помощью социальных сетей. Кроме того, благодаря социальным сетям коммерческие организации, фирмы и индивидуальные предприниматели могут продвигать свои бренды среди пользователей.

Разработкой и внедрением виртуальных и визуальных решений в этой отрасли занимается, в частности, отечественная компания «Фиджитализм» [4]. К примеру, проект Cloud 3D позволит удаленному пользователю при помощи планшета получать доступ к одному из помещений физического офиса и взаимодействовать с интерьером и предметами.

На сайте RB.ru [5] представлены аналитические обзоры, посвященные виртуальной и дополненной реальности. В этих материалах отмечается,

что в интересах дальнейшего развития виртуальной реальности разработчикам и ученым, специализирующимся в области искусственного интеллекта, необходимо совершенствовать технологии, позволяющие усилить эффект присутствия, а также улучшать инструменты, предназначенные для повышения устойчивости человека в виртуальном пространстве. К этим инструментам относятся, в частности, специальные костюмы и датчики для отслеживания движений человека в виртуальном мире.

При этом разработчики технологий виртуальной реальности отмечают актуальность кардинального улучшения уже существующих образцов AR- и VR-очков, шлемов виртуальной реальности и концепций проектирования подобных устройств нового поколения. Специалистам по цифровому праву при этом необходимо усовершенствовать этические принципы разработки и применения технологий дополненной реальности.

Современный этап развития цифрового общества, влияющего на образ жизни людей, часто характеризуется термином «*фиджитал*», который нередко трактуется как процесс взаимодействия физического и виртуального образа человека с помощью указанных выше технологий.

Внедрение соответствующих технологий в деятельность организаций побуждает их модернизировать модели ключевых бизнес-процессов. Например, магазин «Ашан» в 2021 году начал сотрудничать с компанией «Сбермаркет» в интересах внедрения в своей сети фиджитал-коммерции [1].

В заключение отметим, что в дальнейшем мы продолжим исследовать особенности применения фиджитал-технологий в интересах обновления материалов вариативных модулей в электронных курсах по преподаваемым дисциплинам.

Литература

1. Марина Туран: «Ашан» — фиджитал дискаунтер с доступными ценами. — Текст : электронный // РБК : [сайт]. — URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13361/> (дата обращения: 13.10.2022).

2. Прохоров, А. Цифровая трансформация. Анализ, тренды, мировой опыт / А. Прохоров, Л. Коник. — [2-е изд., испр. и доп.]. — Москва : ООО «КомНьюс Групп», 2019. — 368 с. — Текст : непосредственный.

3. Прохоров, А. Цифровая экономика, цифровая трансформация. Как определить, измерить, повысить? / А. Прохоров. — Текст : электронный // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. — 2017. — № 3. — С. 32–37. — URL: <http://lib.broadcasting.ru/articles2/Oborandteh/tcifrovaya-ekonomika--tsifrovaya-transformatsiya-kak-opredelit--izmerit--povysit> (дата обращения: 13.10.2022).

4. Phygitalism : [сайт]. — URL: <https://phygitalism.com/> (дата обращения: 14.10.2022). — Текст : электронный.

5. RB.ru : [сайт]. — URL: <https://rb.ru/> (дата обращения: 14.10.2022). — Текст : электронный.

А. Л. Попова,

*доцент кафедры информатики и математики СПбГУП,
кандидат экономических наук*

ЗНАЧЕНИЕ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТА МУЛЬТИПЛИКАТОРА ПРИ ИНВЕСТИРОВАНИИ В СФЕРУ УСЛУГ

В экономической теории сфера услуг традиционно рассматривается как совокупность видов деятельности с наибольшим значением инвестиционного мультипликатора. В условиях цифровой экономики именно сфера услуг должна обеспечивать основной рост ВВП страны за счет инвестиций. Но объем потенциальных инвестиций ограничен, поэтому важно оптимизировать их структуру с целью получения максимального мультипликативного эффекта.

В настоящее время сфера услуг Российской Федерации испытывает трудности, проявляющиеся в сокращении объемов производства. Наиболее существенно страдает рынок услуг населению, где в 2020 году из-за пандемии и связанных с ней ограничительных мер было зафиксировано снижение объемов продаж на 15 % от уровня 2019 года. Это снижение до сих пор не компенсировано. При этом около трети услуг предоставляется в пределах Центрального федерального округа, наиболее распространенными являются недорогие краткосрочные услуги, условно относимые к категориям «Перевозки и курьеры», «Красота и здоровье». Неравномерность развития рынка услуг населению, проявляющаяся в его структурных и пространственных диспропорциях, повышает рискованность инвестиций в данной сфере.

Косвенное влияние сферы услуг на экономику и социальную ситуацию столь велико, что инвестиционные риски можно считать полностью компенсируемыми в средне- и долгосрочном периоде. Однако, рассматривая структуру инвестиций внутри сферы услуг, можно выделить их направления, обеспечивающие положительный мультипликативный эффект за короткое время. В частности, расходы на создание платформенных решений формата онлайн-маркетплейс способствуют как непосредственному росту объемов продаж, так и привлечению в сферу услуг новых производителей и, следовательно, появлению дополнительных рабочих мест, доступных для представителей социально незащищенных групп населения. Иными словами, имеет место как экономический, так и социальный эффект.

Отдельную группу составляют инвестиции в производство цифровых услуг. Особенность данного сегмента рынка услуг состоит в том, что

он ориентирован преимущественно на корпоративных клиентов, однако по мере цифровизации всех сфер жизни увеличивается доля цифровых услуг, оказываемых физическим лицам, в том числе предпринимателям. В основном физическим лицам предоставляются услуги, связанные с установкой и поддержкой оборудования и программного обеспечения, обучением и проведением тренингов. В настоящее время на рынке цифровых услуг Российской Федерации ожидается заметное увеличение объемов продаж на фоне активного импортозамещения и роста числа государственных заказов, а также развитие производственной инфраструктуры в результате появления новых направлений деятельности. При этом основными рисками для рынка цифровых услуг считаются нехватка специалистов и зависимость от аппаратных компонентов зарубежного производства. Тем не менее государство и частные компании намерены активно инвестировать в производство цифровых услуг в течение ближайших пяти лет. В этом случае мультипликативный эффект начнет проявляться непосредственно в сфере услуг, так как новые технологические решения позволят изменить производственные процессы и сделать их более эффективными, что, в свою очередь, привлечет инвесторов в сегменты традиционных услуг.

Таким образом, вложения в цифровизацию сферы услуг, независимо от того, идет речь о традиционных или цифровых услугах, следует рассматривать как инвестиции с существенным мультипликативным эффектом. Подобные инвестиции должны считаться приоритетными с точки зрения социально-экономического развития территорий и максимально поддерживаться государством.

В. В. Русин,

*заместитель заведующего кафедрой информатики и математики СПбГУП
по учебно-организационной работе, кандидат технических наук, доцент*

ВЫСОКОУРОВНЕВЫЕ МЕТОДЫ ИНФОРМАТИКИ И ПРОГРАММИРОВАНИЯ КАК ЗАЛОГ ТРУДОУСТРОЙСТВА ВЫПУСКНИКОВ «ПРИКЛАДНОЙ ИНФОРМАТИКИ»

В настоящее время мы проходим активную фазу этапа развития общества, определяемого как постиндустриальный. Он является промежуточным между индустриальным и информационным обществом (ИО). Можно выделить такие показатели ИО:

- повышение роли информации и знаний в жизни общества;
- рост количества людей, занятых в сфере информационных и коммуникационных технологий (ИКТ);
- рост доли информационных продуктов и услуг в ВВП;
- широкомасштабное использование ИКТ во всех сферах социально-экономической, политической и культурной жизни общества;
- появление глобального информационного пространства;
- развитие информационной экономики, электронного правительства, социальных сетей и др.

Центр финансово-экономической, социально-политической, культурно-просветительской активности смещается в сферу обработки информации. Однако сегодня обеспеченность России IT-специалистами находится на уровне 50 % от потребностей. Дополнительные предпосылки для становления отечественной IT-сферы создает санкционное давление на Россию со стороны Запада.

В Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы указывается: «Темпы развития технологий <...> превысили возможности большинства людей в освоении и применении знаний» [1].

Существенную роль в подготовке специалистов IT-сферы играет дисциплина «Высокоуровневые методы информатики и программирования». Следует отметить, что предмет изучения этой дисциплины в разных высших учебных заведениях различается. Например, иногда студенты изучают языки программирования или языки моделирования, а методам информатики не уделяется должного внимания.

Экономическая ситуация в информационную эпоху требует от специалиста-менеджера или экономиста не просто иметь навыки программирования, а уметь на уровне руководителя ставить и решать задачи в первую очередь информационного плана. Овладеть этим умением студенту помогают методы информатики, изучаемые дисциплиной «Высокоуровневые методы информатики и программирования».

Особенность этой дисциплины заключается в ее универсальности: она обобщает знания, полученные при изучении дисциплин предыдущих курсов. В то же время понятия и принципы сайтостроения представляются на более высоком уровне, чем в курсе веб-программирования, — уровне «клиент-сервер». «Клиент», то есть интерфейс пользователя, создается на компьютере клиента, «сервер», то есть обработка запросов с использованием баз данных (в том числе облачного хранения), организуется на уровне сервера. Языки PHP и SQL выступают универсальной парой, так как большинство современных сайтов написаны на языке PHP,

а в самых распространенных системах баз данных используется язык SQL.

Область применения навыков специалистов широка, а с учетом расширения знаний в области OLAP- и NoSQL-технологий почти безгранична.

Даже с учетом ограниченного одним семестром времени изучения дисциплины она позволяет усвоить фундаментальные понятия для реализации различных методов информатики во многих отраслях. Как следствие, открывается возможность развития нескольких направлений последующей деятельности выпускника: бизнес-аналитики (Business Analyst), аналитики данных (Data Analyst), построения моделей на основе данных (Data-Science) и др.

Логическим продолжением дисциплины «Высокоуровневые методы информатики и программирования» выступает дисциплина «Проектирование информационных систем», по результатам освоения которой студенты пишут курсовую работу, а на IV курсе защищают выпускную квалификационную работу, которая является свидетельством качества подготовки выпускников. Таким образом, выпускник бакалавриата СПбГУП по специальности «Прикладная информатика в экономике» будет востребован в широком спектре отраслей.

Проблемы, которые необходимо решить для организации полноценного освоения этих дисциплин, тривиальны. Материальная база существующих компьютерных кабинетов ограничена предназначенными для изучения гуманитарных специальностей стандартными программами (офисные приложения, графические редакторы, Directum и т. п.). Однако такие дисциплины, как «Высокоуровневые методы информатики и программирования», «Операционные системы», «Проектирование информационных систем» и другие, относятся к техническим и требуют специализированных лабораторий с дополнительными возможностями — например, установки и переустановки операционных систем, экспериментальных программных продуктов. Использование в этих целях так называемых виртуальных машин (VMware) требует достаточно производительной вычислительной техники и серверного оборудования.

Литература

1. Российская Федерация. Законы. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы : Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203. — Текст : электронный // Правительство России : [официальный сайт]. — URL: <http://government.ru/docs/all/111459/> (дата обращения: 12.10.2022).

О. Н. Адмакина,

старший преподаватель кафедры информатики и математики СПбГУП;

Т. А. Мовсисян,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

ИТ-ИННОВАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ КЛИЕНТОВ

В настоящее время в мире сложно найти предприятие, которое не было бы связано со сферой услуг.

Согласно ежегодному списку перспективных направлений развития экономической деятельности, представленному в исследовании Gartner Hype Cycle, в последнем десятилетии наблюдается тенденция к превалированию организаций, задействованных в сфере услуг. Количество таких компаний быстро возрастает, более того, фиксируется интеграция сферы услуг со столь же перспективной и быстроразвивающейся сферой ИТ, что приводит к более эффективному функционированию и ускоренному развитию самой сферы услуг.

По словам вице-президента и аналитика консалтингового агентства Gartner Дрю Крауса, несмотря на сложную экономическую ситуацию и многие экономические факторы, которые будут играть против внедрения новейших информационных технологий, в мире в ближайшее время будет наблюдаться увеличение расходов на технологии обслуживания клиентов. Подразумевается дальнейшее повышение уровня автоматизации клиентского обслуживания на основе расширенного применения цифровых каналов.

В пресс-релизе Дрю Краус подчеркивает: «Технологии, представленные на кривой цикла зрелости в этом году, ставят целью расширить клиентское обслуживание, выстроить более гладкий цикл взаимодействия с клиентом и лучше спланировать и направить такие взаимодействия в будущем» [3].

Колебания спроса на услуги могут быть более резкими и частыми, чем на товары. Известно, что услугам присущи особенности, влияющие на современную динамику развития современного рынка услуг: неосязаемость, непостоянство качества, неотделимость от источника, недолговечность, невозможность хранить услуги, высокая чувствительность к рыночной конъюнктуре; специфика процесса оказания услуг, связанная с личным контактом производителя и потребителя, дифференциация внутри отраслей, высокая степень неопределенности результата в большинстве случаев, асимметрия информации и т. д. [1; 2].

Для ответа на вопрос, как будет развиваться сфера услуг в ближайшее время, нужно прислушаться к мнениям ведущих аналитических и консалтинговых агентств, которые делают акцент на сервисном обслуживании.

По мнению специалистов агентства Gartner, можно выделить четыре основных направления IT-инноваций в организациях сервисного обслуживания и поддержки клиентов: оркестрация процессов, работа со средствами коммуникации и взаимодействия, управление знаниями и аналитика, управление ресурсами.

Технологии *оркестрации процессов* обеспечивают поддержку все более сложного и персонализированного взаимодействия с клиентами, которое требует автоматизации. Аналитики и эксперты предполагают, что примерно через пять лет более 25 % организаций будут использовать чат-ботов. Чат-бот — это программа-собеседник, одна из разновидностей виртуальных помощников для клиента. Сейчас от них требуется, чтобы они более осмысленно отвечали на запросы — стоит задача необходимости обработки нестандартных (AdHoc) запросов [3]. Проблема обработки нетривиальных запросов в целом будет решена в течение двух-пяти лет. Применение таких помощников станет основным расширенным каналом для обслуживания клиентов.

Средства коммуникации и взаимодействия. Эксперты и аналитики считают, что данный класс технологий поможет добиться предоставления однородной, общей архитектуры для организации процессов взаимодействия по всем каналам обмена информацией в процессе обслуживания клиентов. Важная роль при этом отводится интеллектуальному самообслуживанию [3].

Управление знаниями и аналитика. В рамках этой категории технологий инновации нацелены на извлечение и передачу аналитической информации о клиентах и различных операционных аспектах с выработкой рекомендаций по наиболее продуктивным действиям для всего многообразия функциональных групп. Ключевыми технологиями, в которых задействован искусственный интеллект, здесь выступают аналитика клиентского обслуживания, аналитика цикла взаимодействия с клиентом с помощью искусственного интеллекта, обработка и анализ клиентских предпочтений и управление базой знаний для успешного обслуживания клиентов с учетом их нужд и ожиданий [3].

Управление ресурсами. Данная категория объединяет технологии, которые отвечают за повышение вовлеченности сотрудников и подразумевают расширение возможностей человеческих ресурсов, что способствует получению положительного клиентского опыта. В качестве примера

можно назвать область Workforce Engagement Management (WEM) — управление вовлеченностью персонала, где уже имеются апробированные решения. Для повышения эффективности работы персонала используются инструменты в виде набора интегрированных модулей: средства оптимизации рабочей силы — Workforce optimization (WFO) и средства управления персоналом — Workforce management (WFM) [3].

По мнению ведущих мировых аналитиков, ожидается, что четыре данных направления окажут наибольшее влияние на сервисные организации в период от двух до пяти лет.

Литература

1. Белобородова, А. Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : [учебное пособие] / А. Л. Белобородова, Н. С. Шарафутдинова. — Казань, 2018. — 233 с. — Текст : непосредственный.

2. Кузьмина, Л. И. Современные тренды развития сервисных организаций потребительской кооперации / Л. И. Кузьмина. — Текст : электронный // Развитие сферы услуг: стратегии, инновации, компетенции : материалы Всероссийской научно-практической конференции, Нижний Новгород, 26 марта 2019 г. — Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2019. — С. 141–145. — URL: http://www.iee.unn.ru/wp-content/uploads/sites/9/2019/06/Razvitie-sfery-uslug-gotovaya-redaktsiya_130619.pdf (дата обращения: 18.10.2022).

3. Gartner обозначил четыре столпа ИТ-инноваций в организациях клиентского обслуживания и поддержки. — Текст : электронный // IT Channel News : [сайт]. — URL: <https://www.novostiitkanala.ru/news/detail.php?ID=163797> (дата обращения: 21.10.2022).

А. В. Гурко,

*доцент кафедры информационных систем и вычислительной техники
Санкт-Петербургского горного университета, кандидат технических наук;*

О. В. Шишкина,

*студентка III курса кафедры информационных систем
и вычислительной техники Санкт-Петербургского горного университета*

ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И МЕТОДЫ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ

Задача оценки финансового положения предприятий (ФПП) решается компаниями регулярно — как согласно требованиям Центрального банка России и Минфина, так и исходя из повседневных нужд рынка.

Для научного и методического решения данной задачи прилагают усилия различные специалисты, в частности ученые Санкт-Петербургского горного университета [1–5].

В настоящее время универсальная общепризнанная методика, позволяющая полно оценить ФПП, отсутствует. Решение данной задачи носит в каждой организации индивидуальный характер и представляет собой, как правило, аналитический вычислительный алгоритм и совокупность субъективных правил принятия решений.

Таким образом, разработка универсальной методики определения ФПП по данным его хозяйственной деятельности представляет собой практически значимую проблему.

Авторы провели моделирование и осуществили получение оценки с помощью технологий искусственного интеллекта, выбрав модели для задачи классификации.

Выполнен классический набор мероприятий — предварительный анализ, очистка данных, машинное обучение, анализ результатов моделирования, то есть сравнительная оценка в соответствии с известными метриками оценки качества алгоритмов классификации. В частности, вычислялись следующие показатели: доля правильных ответов алгоритма, точность и полнота. Построена и проанализирована матрица ошибок моделей.

Таким образом, к известной задаче применен новый подход, который показал свою жизнеспособность. Такое решение позволяет проводить оценку ФПП за произвольный временной период, не привязываясь к данным по годам, не определять важность данных методами экспертного опроса и фактически представлять их как однородный массив, обрабатываемый единым способом.

Следующая задача исследования — это сравнение полученных результатов с классическими аналитическими решениями данной задачи.

Литература

1. Галевский, С. Г. Субъектно-ориентированный подход в оценке доходности металлургических компаний / С. Г. Галевский. — Текст : электронный // Вестник горно-металлургической секции Российской академии естественных наук. Отделение металлургии. — 2020. — № 43. — С. 208–215. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42957626> (дата обращения: 22.10.2022).

2. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2019611493. Российская Федерация. Программа оценки экономической эффективности инвестиционного проекта методом Монте-Карло / П. С. Цветков, А. Е. Череповицын, С. В. Наталенко ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский горный университет». — № 2019610237 ; дата поступления: 10.01.2019 ; дата публикации: 28.01.2019. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39310036> (дата обращения: 22.10.2022). — Текст : электронный.

3. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2021611713. Российская Федерация. Программа рейтинговой оценки корпоративной устойчивости горных компаний / Т. В. Пономаренко, О. А. Маринина, М. А. Невская ; Федеральное

государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский горный университет». — № 2021610736 ; дата поступления: 28.01.2021 ; дата публикации: 03.02.2021. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44763021> (дата обращения: 22.10.2022).

4. Смолянов, Д. Ю. Методика оценки финансового положения предприятия / Д. Ю. Смолянов, А. В. Гурко, И. О. Величко. — Текст : электронный // Гипотеза. — 2022. — № 1 (18). — С. 44–54. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48649926> (дата обращения: 22.10.2022).

5. Хайкин, М. М. Проблемы оценки экономической безопасности предприятия / М. М. Хайкин, Б. К. Плоткин, А. В. Бабкин. — Текст : электронный // Стратегическое управление развитием цифровой экономики на основе умных технологий / под редакцией А. В. Бакина. — Санкт-Петербург : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. — С. 678–700. — DOI 10.18720/IEP/2021.2/32. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46163228> (дата обращения: 22.10.2022).

К. А. Волков,

магистрант кафедры информатики и математики СПбГУП

РИСКИ СНИЖЕНИЯ ПРИБЫЛИ КОМПАНИЙ-РАЗРАБОТЧИКОВ ВИДЕОИГР В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Современное общество становится цифровым практически во всех сферах, даже там, где раньше предполагалось исключительно прямое взаимодействие людей, например в игре. На протяжении двух десятилетий XXI века видеоигры успешно развиваются и приносят своим создателям все большую прибыль. Увеличение доходов от продажи игр тем не менее не исключает рисков, которые несет в себе разработка того или иного продукта. Целевая аудитория может как «завирусить» успешный старт продаж, так и запустить волну «хейта» от игроков и игровых блогеров. Поэтому одной из основных стратегий развития продукта является выпуск дополнительного контента, так называемого DLC (*англ.* Downloadable content), который расширяет либо одиночную, либо мультиплеерную, либо обе составляющие игры.

DLC — самый простой способ монетизации игры. Дополнение выпускается спустя несколько месяцев после выхода игры и содержит большой объем контента. В отличие от других способов монетизации, этот требует значительных временно-трудовых ресурсов, что является невыгодной стратегией для разработчиков, если их основная цель — получение большей прибыли.

Поэтому DLC играет роль в дополнительной монетизации продукта на старте продаж, но не дает прибыли в средне- и долгосрочной перспек-

тиве, где более рентабельны другие способы монетизации. Например, к таким способам относятся одноразовые коды на доступ к мультиплеерной составляющей в высокобюджетных играх.

Еще один способ монетизации — «боевой пропуск», система, которая не только заставляет заплатить за внутриигровой контент, но также отнимает у игрока то или иное количество времени, что в некоторых случаях лишает его положительных эмоций, превращая игру в долгое, изнурительное занятие. Некоторые издатели еще на фоне предрелизных презентаций анонсируют в своих будущих проектах не один, а сразу несколько «боевых пропусков» (например, Battlefield 2042).

Помимо «боевых пропусков» можно назвать следующие виды монетизации игр: сезонный пропуск (может включать разнообразные материалы, причем не только «косметического» свойства); внутриигровой магазин; гача-механика (выбивание нужных персонажей из игровых лутбоксов); внутриигровая валюта; события, ограниченные по времени; подписка; бонусы за предзаказ (эксклюзивные миссии, элементы персонализации, бустеры опыта, более ранний доступ к игре).

Все больший рост монетизации в игровой индустрии приводит к большим объемам прибыли, что вызывает распространение условно-бесплатных игр как на основных платформах (ПК, игровые консоли), так и в мобильном секторе. Игровые разработчики на презентациях прямо говорят о формировании продукта, направленного на пользователя, который склонен втягиваться в процесс бесконтрольных внутриигровых транзакций.

Многие игровые компании ведут судебные тяжбы с правительствами некоторых стран по вопросам определения сути внутриигровых покупок, так называемых лутбоксов. Правительства считают, что в основе открытия лутбоксов лежит элемент азартных игр. Нередки случаи, когда несовершеннолетние пользователи футбольного симулятора FIFA (его возрастной рейтинг — 3+) сначала просят родителей купить им единственный набор, из которого «выпадают» футболисты. Но даже покупка десятков наборов не гарантирует получение нужного персонажа для команды, но истощает финансы на кредитной карте. (Речь о внутриигровой кредитной карте, на которую зачисляется определенная сумма.) Ребенок, не понимая стоимости каждой покупки, поддается азарту, пока не потратит все.

Разработчики уходят от ответственности, отказываясь признать, что за открытием лутбоксов стоит в первую очередь азарт, предпочитая туманный термин «сюрприз-механика».

Пользователи, заставшие выход игровых продуктов, не содержащих манипулятивных систем (это было свойственно индустрии до 2010 г.), крайне негативно относятся к любым формам монетизации, справедливо считая: то, что раньше можно было получить или открыть в игре, теперь предлагается за деньги, тем самым стирается сама суть игры. Таким образом, при росте негативного отношения пользователей применение механизма монетизации может отрицательно сказаться на продажах игр компаний, его использующих.

Е. С. Крюкова,

магистрант кафедры информатики и математики СПбГУП

СИСТЕМА ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА КАК ФАКТОР РОСТА ОПЕРАТИВНОСТИ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА

В последнее время многие компании при выполнении бизнес-задач сталкиваются со значительно выросшим потоком информации, которая необходима для рационального функционирования различных подразделений. Традиционно вся информация хранится и передается на бумажных носителях, но в современных условиях это увеличивает время обработки материалов и затягивает процессы принятия решений по важным управленческим вопросам. Таким образом, чтобы повышать свою производительность и оставаться конкурентоспособными, фирмам необходимо переходить на безбумажные технологии управления.

Для большинства предприятий организация работы с документами представляет проблему, так как этот вид деятельности требует больших временных затрат и часто трудноуправляем из-за подверженности воздействию случайных факторов. Упростить и оптимизировать документооборот призваны специальные решения, основанные на применении современных информационных технологий.

Задумываться над концепцией электронного документооборота начали еще в 1980-х годах. В сравнении с бумажными электронные носители обладают многими преимуществами. Среди них можно назвать следующие:

— создание электронного хранилища, что позволяет извещать исполнителей о вновь поступивших документах, а также иметь быстрый доступ к документам;

- легкость поиска и обеспечение сохранности документов;
- сокращение времени обработки документов ввиду создания их типовой базы;
- интеграция систем управления производственной деятельности между различными отделами;
- создание отчетности документов по исполнителям, что позволяет руководителям грамотно контролировать рабочий процесс;
- легкость отслеживания документопотока;
- быстрое внедрение системы и невысокая стоимость ее установки и поддержки, а также простота ее развития;
- высокий уровень защищенности данных.

Таким образом, главным достоинством системы электронного документооборота является повышение производительности и эффективности работы сотрудников за счет того, что, находясь в разных подразделениях, они могут иметь единый доступ к документам без бумажного бюрократизма.

В России наиболее популярной системой электронного документооборота является Directum. Впервые она была применена еще в 2011 году. Эта система содержит в себе данные счетов, договоров, закупок, доверенностей и сведения о контрагентах. Ее главное преимущество — простота освоения: программа функционирует по принципу четкой маршрутизации и ссылается на типовые документы, что позволяет выполнять работу, опираясь на созданные ранее шаблоны. К другим плюсам можно отнести интегрированный доступ, единую систему обработки данных, гибкость, встроенные расчетные механизмы и наличие возможности проанализировать деятельность предприятия в целом.

Уже сегодня применение этой программы дает хорошие результаты, что открывает перспективы для ее внедрения на предприятия с высокими объемами документооборота.

Н. А. Полищук,

М. Д. Тен,

магистранты кафедры информатики и математики СПбГУП

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СФЕРЕ УСЛУГ

С каждым годом потребность в применении искусственного интеллекта (ИИ) в сфере услуг повышается, так как данная технология открывает новые направления для улучшения показателей эффективности бизнеса. ИИ позволяет улучшить качество услуг, делая их максимально соответствующими запросам конкретных потребителей, а также широко применяется для оптимизации производственных и управленческих процессов на предприятиях. Между тем возможности использования ИИ в сфере услуг реализованы еще не полностью. Например, нет доступных технологических решений по рациональному пространственному размещению сетей обслуживания, учитывающему факторы развития территорий. Таким образом, задача исследования имеющихся решений по использованию ИИ в сфере услуг с целью оценки возможности их развития и распространения представляется актуальной.

ИИ можно определить как способность компьютера или робота, контролируемого компьютером, выполнять задачи, которые обычно выполняют люди. Не существует ИИ, который был бы способен выполнять такой же широкий спектр задач, как и человек, но некоторые ИИ могут заменить людей в определенных ситуациях.

В настоящее время ИИ активно применяется в различных сферах экономики, в том числе в сфере услуг. Например, в медицине ИИ обычно используется для поддержки клинических решений или для анализа изображений. Инструменты поддержки клинических решений помогают принимать решения, связанные с постановкой диагноза, разработкой планов лечения и другими медицинскими задачами, требующими быстрого анализа больших объемов данных. Инструменты компьютерного анализа изображений помогают выявить проблемы со здоровьем, которые врач мог пропустить, через автоматизированный просмотр рентгеновских снимков, результатов магнитно-резонансной или компьютерной томографии.

Интересным примером применения ИИ в сфере медицинских услуг является использование когнитивной системы IBM Watson корпорации IBM. Данная когнитивная система изначально создавалась для диагно-

стики онкологических заболеваний, но ее возможности расширяются, и IBM Watson также начинает применяться в кардиологии.

Если рассматривать ИИ как средство создания и предоставления услуг творческого характера, то можно упомянуть ИИ студии Артемия Лебедева — Николая Иронова. Эта нейросеть генерирует для заказчиков уникальную айдентику, и на ее счету уже более 1400 выполненных заказов, что свидетельствует об успешной практике применения ИИ в бизнесе, связанном с творчеством.

Достоинством ИИ с точки зрения организации деятельности является оптимизация работы компании: например, замена программой целого штата специалистов. С другой стороны, ИИ не обладает эмпатией, из-за чего затруднительно использование его в сферах, связанных с эмоциями или моральным выбором. ИИ может решать только те задачи, на которые он ориентирован, но не в состоянии справиться с широким спектром случайно возникающих проблем, как обученный человек.

Таким образом, применение ИИ может предоставить компаниям множество преимуществ. С развитием ИИ влияние цифровых технологий на сферу услуг лишь возрастет.

**С. В. Толкачев,
М. В. Улановский,**

магистранты кафедры информатики и математики СПбГУП

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ МЕТАВСЕЛЕННОЙ В СФЕРЕ УСЛУГ: ПРОБЛЕМНЫЙ АСПЕКТ

В 2021 году Марк Цукерберг объявил о создании Метавселенной. Чуть ранее известный венчурный инвестор Мэттью Болл в своем эссе обозначил критерии Метавселенной. Тем не менее не многие до конца представляют себе, что это такое. Однако в современном обществе важно понимать направленность тенденций развития данной информационной технологии.

Для начала определим, чем Метавселенная не является.

1. Это не просто виртуальная реальность (VR), потому что Метавселенная основана на масштабной и разнообразной инфраструктуре, не ограниченной одним продуктом.

2. Это не просто Интернет, потому что Метавселенная подразумевает полноценную виртуальную среду, в которой пользователь может себя «ощущать».

3. Это не просто игры, потому что суть Метавселенной не в том, чтобы уйти от реальности, а в том, чтобы стать ею.

Метавселенная представляет собой совокупность всех популярных сейчас технологий, единый мир, построенный на взаимоинтеграции VR, NFT (криптографических токенов), блокчейна, криптовалют и т. д. Стоит разделять понятие Метавселенной и концепцию Web3, которая является этапом или ступенью развития Интернета. Этап Web1 был «прощупыванием почвы», Web2 прошел в парадигме социальных сетей, контента и централизации, а Web3 — будет проходить в парадигме Метавселенной и децентрализации. В идеальном воплощении Web3 каждый человек станет создателем контента и будет получать за это деньги, а информация перестанет храниться на единых серверах и вернется к своему первоисточнику — пользователю.

Мэттью Болл обозначил семь основных критериев Метавселенной.

1. Постоянство. В Метавселенной нет пауз и перезагрузок, она «бесшовна».

2. Синхронность. Метавселенная находится в одинаковом состоянии для всех ее пользователей в реальный момент времени.

3. Неограниченность. Метавселенная не имеет ограничений по количеству пользователей.

4. Внутренняя экономика. Пользователи тратят, зарабатывают, продают и обменивают.

5. Условность границ. События в Метавселенной влияют на реальную жизнь и наоборот.

6. Кросс-платформенность. Цифровые активы Метавселенной свободно переводятся между платформами.

7. Открытость. Создатели контента могут свободно наполнять Метавселенную контентом.

Реализация такой системы потребует огромнейших вычислительных мощностей, поэтому до Метавселенной «с большой буквы» человечеству еще далеко, зато метавселенные «с маленькой буквы» уже существуют. Так можно назвать проекты, где несколько вышеописанных критериев уже реализованы. Это, например, Decentraland — виртуальное пространство со своей криптовалютой MANA. Там люди продают земельные участки, NFT, проводят модные показы, музыкальные фестивали, аукционы и др. Среди известных личностей и брендов, сотрудничавших с платформой, можно назвать, например, рэпера Снуп Догга, дом моды Dolce&Gabbana, компанию Atari. Также внутри этой Метавселенной разместилось посольство Барбадоса.

На самом деле, идея взаимодействия реальности и виртуальной реальности появилась относительно давно. Концепцию виртуального пространства одним из первых представил Уильям Гибсон в романе «Нейромант» (1984). Слово «метавселенная» придумал писатель Нил Стивенсон, который использовал его в своем романе «Лавина» (1992), где также описал основные атрибуты этого понятия — VR-очки, аватары, виртуальные города и др.

Цифровые новшества незаметно все глубже проникают в нашу жизнь. Информационные технологии постоянно совершенствуются, что, в частности, предоставляет огромные возможности для развития сферы услуг.

С. Г. Тютрин,

*доцент кафедры информатики и математики СПбГУП,
кандидат технических наук;*

П. С. Тютрин,

*супервизор программ карьерного консультирования
Региональной общественной организации инвалидов «Перспектива» (Москва),
магистр психологии*

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

В современных условиях «на первый план вышла объективная необходимость дальнейшего развития цифровой экономики как системы экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых технологий. Ее инструменты позволяют расширить возможности доступа населения к информации <...> и способствуют максимально быстрому удовлетворению потребностей клиентов» [1, с. 10].

Цифровые, или информационно-телекоммуникационные, технологии оказывают позитивное влияние и на трудоустройство лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). Эта тенденция подтверждается данными Федеральной службы государственной статистики: доля занятых в общей численности лиц трудоспособного возраста, имеющих инвалидность, увеличилась с 16,2 % в 2014 году до 19,8 % в 2021-м [2]. При этом лица с ОВЗ начинают успешно конкурировать на рынке труда с другими соискателями, не требуя для себя снисхождения или

специальных условий. Кроме того, на сайтах по поиску работы в России для людей с ОВЗ количество вакансий в сфере информационных технологий на 1–2 порядка больше, чем в других отраслях.

Однако далеко не каждый человек владеет современными цифровыми технологиями. Одно из направлений работы Региональной общественной организации инвалидов «Перспектива» — помочь людям с ОВЗ поверить в себя и найти свое место на рынке труда, например в социально-культурной сфере. Для достижения этой цели применяется целый комплекс мероприятий, ориентированный на конкретного человека с инвалидностью. Специалисты помогают лицам с ОВЗ составить качественное резюме, подготовить и наполнить портфолио, проводят тестирования, курсы по приобретению необходимых для карьерного роста навыков (прежде всего по овладению информационно-телекоммуникационными технологиями), тренинги, деловые игры, экскурсии и т. п.

Творческий подход, ориентированный на выявление и развитие сильных сторон каждого соискателя с активным использованием цифровых технологий, приводит к тому, что лица с ОВЗ находят хорошее место работы с достойной зарплатой. В социально-культурной сфере это должности, связанные с рекламой, поиском и привлечением клиентов и др.

Муниципальные службы занятости Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Нижнего Новгорода, Новосибирска и других городов России находятся в тесном контакте с «Перспективой» и при отсутствии на данный момент подходящей вакансии рекомендуют лицам с ОВЗ обратиться в эту организацию.

Литература

1. *Запесоцкий, А. С.* Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития / А. С. Запесоцкий. — Текст : непосредственный // Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития : XVIII Всероссийская научно-практическая конференция, 2 февраля 2021 г. — Санкт-Петербург : СПбГУП, 2021. — С. 9–11.

2. Показатели занятости и безработицы лиц, имеющих инвалидность. — Текст : электронный // Федеральная служба государственной статистики : [официальный сайт]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13964> (дата обращения: 09.09.2022).

К. Л. Чеглакова,

магистрант кафедры информатики и математики СПбГУП

НЕЙРОННЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ГЛУБОКОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ СФЕРЕ УСЛУГ

Цифровизация отражается на деятельности специалистов разных сфер, что связано с увеличением объема контента, публикуемого в электронном виде. При этом область работы дата-журналистов чаще всего ограничивается открытыми источниками данных. Социальные сети они используют для получения количественных социологических показателей, но изучением их контента не занимаются. Это связано с тем, что процесс контент-анализа в социальных сетях трудоемкий.

Таким образом, актуальность исследования заключается в необходимости рассмотрения возможности использования сквозных технологий в анализе больших данных. Задачи исследования:

- охарактеризовать техническую составляющую дата-журналистики;
- изучить теоретическую основу принципа работы нейронных сетей.

Дата-журналисты пользуются следующими инструментами: Tableau Desktop, Microsoft Excel, Datawrapper, Python и его библиотеки — Pandas, Scikit-learn, Matplotlib, NumPy, Beautiful Soup, Requests.

Дата-журналисту не нужно обладать навыками программирования: сбор и обработка информации ведутся вручную или в уже созданных программах. Потому в данной сфере речь редко заходит о машинном обучении и использовании нейронных сетей. Это касается только тех случаев, когда объем данных слишком большой. Например, для того, чтобы выявить закономерности среди 13 млн конфиденциальных документов, оказавшихся в распоряжении Международного консорциума журналистов-расследователей, пришлось разработать Extract — кросс-платформенный инструмент командной строки для параллельного распределенного извлечения контента. Так был опубликован «Панамский архив».

Применение искусственного интеллекта в журналистике можно считать естественным процессом развития отрасли. Это означает, что нейронные сети будут распространяться все шире не только в дата-журналистике, но и в журналистике вообще.

Нейронные сети используются для манипуляций с необработанными данными — распознавания в них скрытых закономерностей, их группировки и классификации. Вести такую обработку данных нейронная сеть

может в том числе и в социальных сетях. Сначала нейросеть необходимо обучить: она обучается на наборах данных с очевидными закономерностями.

С использованием нейросетей процесс сбора и обработки информации, публикуемой в социальных сетях, будет происходить быстрее и качественнее.

К. О. Ципун,

магистрант кафедры экономики и управления СПбГУП

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Автоматизация проникает во все процессы жизни общества, в том числе и в менеджмент. Усложнение управленческих процессов, их сегментирование и требование их ускорения повлекли за собой появление целых программных продуктов с огромной вариативностью задач, связанных с процессами управления в организации. Примером подобной программы может послужить BambooHR. Данная система позволяет решать задачи HR-специалистов в малых и средних предприятиях. Также можно выделить группу программных продуктов российской фирмы «1С». Данная компания предлагает решения для различных подразделений как частных, так и государственных организаций и предприятий. Продукты этой компании отличаются гибкостью кода, который позволяет корректировать уже готовые программы, адаптируя их под потребности и требования заказчика.

Вследствие эволюции систем, автоматизирующих управленческие процессы, появился целый ряд продуктов, которые уже представляют собой не инструмент в руках менеджера, а полноценное рабочее пространство. Подобные программы способны как помочь в решении конкретных задач, так и аккумулировать в себе деятельность управления в целом. Одним из множества примеров может послужить Comindware Business Application Platform.

Comindware Business Application Platform — отечественная low-code BPM-платформа для разработки BPM-систем и бизнес-приложений силами сотрудников предприятия. Средства разработки, предназначенные для людей без навыков программирования, позволяют в течение четырех недель получить минимально жизнеспособный продукт (Minimum Viable Product — MVP) для управления бизнес-процессами [1].

Подобные программы становятся основополагающими для работы организации (предприятия), за счет чего производственные процессы ускоряются. Чем крупнее компания, тем чаще всего выше уровень автоматизации, в том числе и управления. Наверное, апофеозом данного утверждения может стать относительно недавняя новость о китайской компании NetDragon Websoft. Ее руководство заявило о том, что назначило генеральным директором дочерней компании искусственный интеллект по имени Тан Ю. Очевидно, это не означает, что программа будет самопроизвольно управлять компанией (громкий заголовок, скорее всего, представляет собой рекламный ход), однако список полномочий Тан Ю достаточно обширен. В целом программа самолично будет анализировать внутренние и внешние показатели рынка и предлагать готовые решения. Однако последнее слово, очевидно, будет за людьми.

Таким образом, можно заключить, что автоматизация — сложный и чаще всего долговременный процесс, а продукты, автоматизирующие управление, перестают быть просто инструментами и глубже интегрируются в сам процесс принятия управленческих решений, синхронизируясь с управляющим (управляющими) организацией.

Литература

1. ТОП-11 систем для управления бизнес-процессами в 2022 году. — Текст : электронный // Kickidler : [сайт]. — URL: <https://www.kickidler.com/ru/info/top-11-sistem-dlya-upravleniya-biznes-proczessami.html> (дата обращения: 24.10.2022).

ИМЕННОЙ УКАЗАТЕЛЬ

Адмакина О. Н. 102
Алексеева Л. И. 70
Андреева С. О. 89
Ачылова Ш. Б. 68
Баева Е. С. 54
Беллиев М. А. 68
Бутков И. В. 56
Васильева И. В. 73
Волков К. А. 106
Воробьева К. Е. 91
Галицкая О. И. 90
Гончаров Г. А. 35
Грибанов А. В. 33
Гурко А. В. 104
Дорохова Н. В. 68
Жулева О. И. 76
Зайцева Т. В. 75
Запесоцкий А. С. 10
Зеленина Н. Л. 78
Зубарев Д. Ю. 22
Казакова Е. В. 93
Красавин В. И. 20
Крюкова Е. С. 108

Кузьменкова В. Н. 40
Куприянова М. Н. 41
Кыдатова Л. Р. 57
Лисовская Г. Г. 80
Лучко А. Д. 24
Ляпунова В. Ю. 27
Маслова Н. В. 82
Мовсисян Т. А. 102
Мокрый В. Ю. 96
Морозова Е. Я. 84
Моторин Ф. В. 53
Никитина Т. В. 24
Носырева О. М. 41
Овсянко М. Д. 43
Павлова В. В. 37
Полищук Н. А. 110
Попова А. Л. 98
Поштар А. И. 45
Прихач А. Ю. 25
Распопова Н. И. 87
Рубайло С. А. 59
Русин В. В. 99
Садовая Е. С. 29

Сапего И. В. 49
Семенова Е. В. 47
Смирнова И. В. 60
Старинская О. В. 50
Степанчикова Г. С. 61
Страхова О. А. 27
Тен М. Д. 110
Толкачев С. В. 111
Тютрин П. С. 113
Тютрин С. Г. 113
Улановский М. В. 111
Фейгин Г. Ф. 15
Хайкин М. М. 17
Хольнова Е. Г. 12
Ципун К. О. 116
Чевычелова М. Ю. 94
Чеглакова К. Л. 115
Шан Ю. И. 63
Шишкина О. В. 104
Шульженко Ю. Н. 31
Шульмина Н. А. 66

Научное издание

**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ УСЛУГ:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

XX Всероссийская научно-практическая конференция
7 февраля 2023 года

Редакторы: *Е. А. Бессонова, В. Г. Даниленко, Т. В. Никифорова*
Дизайнер *Е. А. Дурандина*
Технический редактор *Л. В. Климкович*
Корректоры: *Я. Ф. Афанасьева, Т. А. Кошелева*

Подписано в печать с оригинал-макета 30.01.23
Формат 60x90/16 Гарнитура Times New Roman
Усл. печ. л. 7,5. Тираж 150 экз. Заказ № 7

Санкт-Петербургский
Гуманитарный университет профсоюзов
192238, Санкт-Петербург, ул. Фучика, 15

ISBN 978-5-7621-1216-1



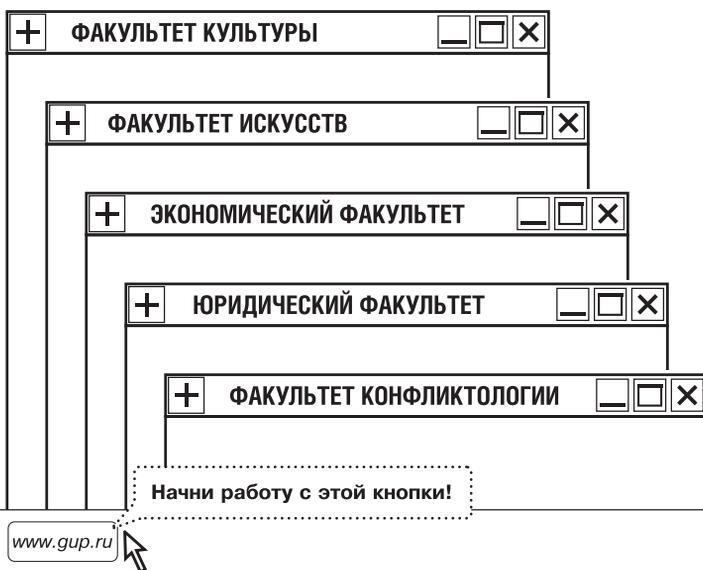
9 785762 112161



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ

www.gup.ru

ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ СПбГУП



Предлагаем также посетить сайт «Площадь Лихачева»

www.lihachev.ru

основные рубрики сайта:

Научное наследие
Д. С. Лихачева

Библиография
Лихачева

Международные
Лихачевские чтения

Декларация прав
культуры

и другие материалы