Научный журнал
E-MANAGEMENT
Т. 2, № 1/2019
https://e-management.guu.ru
Издается с 2018 года
Выходит 4 раза в год

Главный редактор: П.В. Терелянский
E-mail: pv_terelyanskij@guu.ru
Ответственный за выпуск: Л.Н. Алексеева
E-mail: ln_alekseeva@guu.ru
Редактор: Е.В. Таланцева
E-mail: ev_talantseva@guu.ru
Редактор перевода: А.В. Меньшиков
E-mail: av_menshikov@guu.ru
Выпускающий редактор и компьютерная верстка: Е.А. Малыгина
E-mail: ea_malygina@guu.ru
Технический редактор: О.А. Дегтярёва
E-mail: oa_degtyareva@guu.ru

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Гонтарева И.В.
д-р экон. наук, проф., Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеца, г. Харьков, Украина

Горидько Н.П.
канд. экон. наук, Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, г. Москва, Россия

Линник В.Ю.
д-р экон. наук, проф., Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Лукьянов С.А.
д-р экон. наук, проф. РАН, Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Микаилсой Фариз
д-р с.-х. наук, Университет Ыгдыр, г. Ыгдыр, Турция

Нижегородцев Р.М.
д-р экон. наук, Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, г. Москва, Россия

Оморов Р.О.
д-р техн. наук, проф., Институт физико-технических проблем и материаловедения НАН КР, г. Бишкек, Кыргызстан

Петренко Е.С.
д-р экон. наук, приглашенный проф., филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, г. Усть-Каменогорск, Казахстан

Сайлаубеков Н.Т.
д-р экон. наук, Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана, г. Алматы, Казахстан

Смирнов Е.Н.
д-р экон. наук, проф., Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Файзуллоев М.К.
д-р экон. наук, проф., Российско-Таджикский (Славянский) университет, г. Душанбе, Таджикистан

Цих А.Д.
д-р техн. наук, главный аудитор по ISO, г. Дрезден, Германия

Цели журнала: представление новых теоретических и практических материалов в области цифрового менеджмента, создание площадки для обсуждения наиболее важных практических результатов в сфере электронного управления, популяризация исследований в данной области, а также привлечение внимания всех специалистов к проблемам внедрения цифровых технологий в управленческие процессы.

Издается в авторской редакции.

Ответственность за сведения, представленные в издании, несут авторы.

Все публикуемые статьи прошли обязательную процедуру рецензирования.

Статьи доступны по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная, согласно которой возможно неограниченное распространение и воспроизведение этих статей на любых носителях при условии указания автора и ссылки на исходную публикацию статьи в данном журнале в соответствии с правилами научного цитирования.

© ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», 2019

Свидетельство о регистрации средства массовой информации от 09.06.2018 г. ПИ № ФС 77-73073

Подписной индекс в электронном каталоге ОАО Агентство «Роспечать» – Я6144
https://press.rosp.ru/publications/view/%D0%AF6144/

Издательство: Издательский дом ГУУ (Государственный университет управления)

Подп. в печ. 19.04.2019 г.
Формат 60×90/8
Объем 10,5 печ. л.
Тираж 1000 экз.
(первый завод 100 экз.)
Заказ № 376

Адрес редакции: 109542, г. Москва, Рязанский проспект, д. 99, главный учебный корпус, кабинеты 346 и 345А.
Тел.: +7 (495) 377-90-05
E-mail: ic@guu.ru

Scientific journal
E-MANAGEMENT

Vol. 2, № 1/2019

https://e-management.guu.ru

Published since 2018
Published 4 times a year

Editor-in-Chief: P.V. Terelyanskii
E-mail: pv_terelyanskij@guu.ru
Responsible for issue: L.N. Alekseeva
E-mail: ln_alekseeva@guu.ru
Editors: E.V. Talantseva
E-mail: ev_talantseva@guu.ru
Translation editor: A.V. Menshikov
E-mail: av_menshikov@guu.ru
Executive editor and desktop publishing: E.A. Malygina
E-mail: ea_malygina@guu.ru
Technical editor: O.A. Degtyareva
E-mail: oa_degtyareva@guu.ru

EDITORIAL BOARD

Gontareva I.V.
Doctor of Economic Sciences, prof., Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine

Gorid'ko N.P.
Candidate of Economic Sciences, V.A. Trapeznikova Institute of Control Sciences of RAS, Moscow, Russia

Linnik V.Yu.
Doctor of Economic Sciences, prof., State University of Management, Moscow, Russia

Luk'yanov S.A.
Doctor of Economic Sciences, prof. RAS, State University of Management, Moscow, Russia

Mikailsoi Fariz
Doctor of Agricultural Sciences, University of Igdir, Igdir, Turkey

Nizhegorodtsev R.M.
Doctor of Economic Sciences, V.A. Trapeznikova Institute of Control Sciences of RAS, Moscow, Russia

Omorov R.O.
Doctor of Technical Sciences, prof., Institute of Physical-Technical Problems and Materials Science, National Academy of Sciences of the Kyrgyz Republic, Bishkek, Kyrgyzstan

Petrenko E.S.
Doctor of Economic Sciences, visiting prof., Plekhanov Russian University of Economic, Ust-Kamenogorsk, Kazakhstan

Sailaubekov N.T.
Doctor of Economic Sciences, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan

Smirnov E.N.
Doctor of Economic Sciences, prof., State University of Management, Moscow, Russia

Faizulloev M.K.
Doctor of Economic Sciences, prof., Russian-Tajik (Slavonic) University, Dushanbe, Tajikistan

Tsikh A.D.
Doctor of Technical Sciences ISO, chief auditor, Dresden, Germany

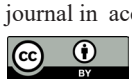
Journal objectives: presentation of new theoretical and practical materials in the field of digital management, creation of a platform for discussing the most important practical results in the e-government sphere, popularization of research in this field, as well as attracting the attention of all specialists to the problems of digital technologies implementation into management processes.

Published in author's edition.

The authors are responsible for the information presented in the publication.

All published articles have undergone a mandatory review procedure.

Articles are available under a Creative Commons «Attribution» International 4.0 public license, according to which, unlimited distribution and reproduction of these articles is possible in any medium, specified the author's name and references to the original article publication in this journal in accordance with the rules of scientific citation.



© State University of Management, 2019

Certificate of registration of mass media dated 09.06.2018. ПИ № ФС 77 – 73073

Subscription index in the electronic catalog of JSC Agency «Rospechat» – Я6144
https://press.rosp.ru/publications/view/%D0%AF6144/

Publishing: Publishing house of the State University of Management

Signed to print 19.04.2019
Format 60×90/8
Size 10,5 printed sheets
Circulation 1000 copies
(the first factory 100 copies)
Print order № 376

Editor`s office: 109542, Russia, Moscow, Ryazanskii Prospect, 99, State University of Management, the main academic building, office 346 and 345A
Tel.: +7 (495) 377-90-05
E-mail: ic@guu.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Слово главного редактора 4

Терелянский П.В.

Электронный менеджмент в отраслях

Методология маркетингового исследования интернет-пользователей 7

Александрова И.Ю.

Онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия 19

Кузнецов Н.В.

Классификация предпринимательских рисков в целях определения бизнес–процессов владельца бизнеса 26

Куксов А.С., Неопуло К.Л.

Технологии искусственного интеллекта в менеджменте

Блокчейн в системе государственных закупок 33

Косян Н.Г., Милькина И.В.

Smart-city: городская инфраструктура, электронные муниципалитеты

Модернизация информационной системы налоговых органов Российской Федерации 42

Косарин С.П., Лебедева Ю.А., Милькина И.В.

Экосистема цифровой экономики

Совершенствование информационного обеспечения антикризисного управления деятельностью предприятий 52

Белоусов В.А., Гончаров В.Н.

К вопросу о типологии новой экономики 60

Огородников П.И., Тасмаганбетов А.Б., Тяпухин А.П.

Параметры развития и регулирования международной цифровой торговли на современном этапе 78

Смирнов Е.Н.

*Фамилии авторов статей располагаются в алфавитном порядке

CONTENTS

Chief editor's word 4

Terelyanskii P.V.

Electronic management in various fields

Methodology of a marketing research of Internet users 7

Alexandrova I.Yu.

Online education: key trends and barriers 19

Kuznetsov N.V.

Classification of entrepreneurial risks in order to define business-processes of the business owner 26

Kuksov A.S., Neopulo K.L.

Artificial intelligence technologies in management

Blockchain in the public procurement system 33

Kosyan N. G., Mil'kina I.V.

Smart-city: urban infrastructure, electronic municipalities

Modernization of informational system of tax authorities of the Russian Federation 42

Kosarin S.P., Lebedeva Yu.A., Mil'kina I.V.

The ecosystem of the digital economy

Improvement of informational support of crisis management of enterprises activity 52

Belousov V.A., Goncharov V.N.

On typology of the new economy 60

Ogorodnikov P.I., Tasmaganbetov A.B., Tyapukhin A.P.

Parameters of development and regulation of the international digital trade at the present stage 78

Smirnov E.N.

*The surnames of the authors of articles are arranged in alphabetical order

Терелянский Павел Васильевич

главный редактор журнала «E-Management», доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор

Уважаемые коллеги! Тематика публикаций журнала «E-Management» посвящена проблемам, связанным с цифровизацией общественной жизни, менеджмента и экономики. Важным аспектом, прямо влияющим на экономический базис текущей общественно-экономической формации, является законотворческая деятельность. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации (далее – РФ) от 1 декабря 2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации», в соответствии со статьей 18.1 Федерального закона от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», а также в рамках утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 г. № 1632-р Программы «Цифровая экономика Российской Федерации» Государственная дума Федерального собрания РФ приняла ряд довольно значимых законодательных актов.

В частности, в третьем, окончательном чтении 18 марта 2019 г. приняты поправки к Гражданскому кодексу РФ (далее – ГК РФ) о цифровых правах. Поправка вводит в ГК РФ новую статью 141.1 «Цифровые права» и закрепляет понятие «цифровые права». Под цифровыми правами предлагается понимать особые «обязательственные и иные права, содержание и условия осуществления которых определяются в соответствии с правилами информационной системы, отвечающей установленным законом признакам; осуществление, распоряжение, в том числе передача, залог, обременение цифрового права другими способами или ограничение распоряжения им возможны только в информационной системе без обращения к третьему лицу»[1].

В рамках проекта введено понятие «цифровые деньги» (то, что принято называть «криптовалюта») и закрепляет главное правило – законным средством платежа они не являются, поскольку не обеспечены золотом или иными активами, в то же время закон позволяет включать цифровые деньги в конкурсную массу должника и в наследственную массу. В перспективе, то есть после принятия ряда дополнительных законов, цифровые деньги смогут «использоваться физическими и юридическими лицами в качестве платежного средства» (пункт 2 новой статьи 141.2 «Цифровые деньги» ГК РФ)[2].

Одним из самых спорных с точки зрения информационной безопасности вопросов является приравнивание в законе к простой письменной форме выражения гражданином своей воли с помощью электронных или иных аналогичных технических средств. Оспорить сделки, заключенные мошенниками с помощью фишинга, становится в таком случае крайне затруднительно, и если до принятия этого закона сделку можно было разорвать, в случае когда сторона, списавшая денежные средства не могла представить бумажный документ с «живой» подписью клиента, то теперь любой сфабрикованный мошенником в одностороннем порядке документ или запись в реестре будут считаться законным выражением воли гражданина, то есть мошенническое подключение дополнительных платных услуг и подписок через внедрение в визуальный контент скрытых или неявных кнопок подтверждения сделки, которое одно время использовали все операторы мобильной связи через консолидированных с ними агентов-владельцев коротких номеров, будет совершенно законно и неоспоримо.

Вследствие осознания такой опасности в абзац 2 пункта 1 статьи 160 «Письменная форма сделки» ГК РФ (Федеральный закон от 18 марта 2019 г. № 34-ФЗ) внесена поправка, которая прямо запрещает составление завещания с использованием электронных либо иных технических средств, то есть безопасность такого

[1] Федеральный закон от 18.03.2019 г. № 34-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации». Начало действия документа 01.10.2019 г.//СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/law/hotdocs/57188.html/ (дата обращения: 17.04.2019).

[2] Проект Федерального закона «О внесении изменений в части первую, вторую, третью и четвертую Гражданского кодекса РФ, а также в отдельные законодательные акты РФ»//СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/law/hotdocs/12976.html/ (дата обращения: 17.04.2019).

важного акта передачи имущественных прав достигается через составление бумажного документа с «живыми» подписями в присутствии свидетеля или нотариуса.

Еще одним важным дополнением является изменение определения базы данных, которая в настоящее время согласно пункту 2 статьи 1260 ГК РФ[3] трактуется как совокупность материалов. В данном случае базовая часть совокупности материалов, то есть собственно материал, представляла собой некоторую структурную неразрывную атомарную понятийную единицу, которую рассматривали как неделимый самостоятельный объект, предназначенный для дальнейшего использования без предоставления возможности дробления этого материала. Например, тексты ГОСТов, которые на государственных порталах представляются в виде нередактируемой сущности, несущей в себе значимый фрагмент информации, что технически реализовано сохранением материала в графическом файле или в нередактируемом формате PDF, и это полностью исключает подмену информации внутри материала. Теперь, после замены термина «совокупность материалов» на термин «совокупность данных или сведений» вполне возможно разбивать материал на редактируемые записи в базе данных, что может привести к ситуации потери смысла материала или его фальсификации злоумышленниками.

Еще один важный документ, вызвавший серьезную дискуссию в общественном сознании, был принят 16 апреля 2019 г. Государственной думой Федерального собрания РФ в первом чтении. Это закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (в части обеспечения безопасного и устойчивого функционирования Интернета на территории РФ), более известный как законопроект о «суверенном Рунете». Документ вводит ряд определений, в частности: «точка обмена трафиком», «номер автономной системы», «российская национальная доменная зона», «разрешение доменного имени».

Закон вводит новую главу 7.1 «Обеспечение устойчивого, безопасного и целостного функционирования на территории Российской Федерации информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и главу 10 «Управление сетями связи в отдельных случаях» в Федеральном законе от 7 июля 2003 г. № 126-ФЗ «О связи». Сутью нового закона является создание реестров «точек входа-выхода» трафика из Всемирной сети на территорию РФ, а также обеспечение этих точек специализированными техническими средствами, позволяющими блокировать входящий трафик и осуществлять маршрутизацию трафика внутри территории РФ.

Безусловным достоинством нового закона является декларируемая (но не достижимая пока организационно) возможность функционирования сетевых коммуникаций в случае остановки работы внешних по отношению к территории РФ серверов. В данном случае подразумевается, что физическая топология кабельной (в частности) сети может функционировать автономно на территории РФ без необходимости задействования статических шаблонов или динамически адаптируемых таблиц, хранящихся или формирующихся на маршрутизаторах, которые географически находятся за пределами границ РФ. С точки зрения организации безопасности государства такие меры надо было принимать в срочном и безотлагательном порядке. Вспомним ситуации сентября 2014 г. и января 2015 г., когда еще до введения экономических санкций представители Европейского союза обсуждали возможность полного отключения РФ от системы всемирных межбанковских финансовых каналов связи SWIFT. Напомним, что SWIFT на физическом уровне представляет собой классическую топологию «звезда» с серверами, расположенными на территории США, Швейцарии и Нидерландов. Политические силы Нидерландов под нажимом США, особенно после трагедии с малазийским лайнером под Донецком, вполне могли пойти на отключение РФ от SWIFT, что безусловно обрушило бы всю банковскую систему РФ. Следует отметить, что технически это возможно и было реализовано: от SWIFT были отключены Иран и КНДР. Но SWIFT − это транспортный уровень, и на безупречно функционирующем сетевом уровне можно развернуть любую транспортную систему (3-й и 4-й уровни сетевой модели ISO или ГОСТ Р ИСО/МЭК 7498-1-99[4]), что и было осуществлено Центральным банком РФ через Национальную систему платежных карт (платежная система «Мир»).

Таким образом, заявленная в законе необходимость обеспечить со «стороны собственников или владельцев технологических сетей связи» маршрутизацию по «указанным надзирающим органом» вероятно статическим маршрутам или туннелям (в законе не прописаны технологические решения) позволит снять зависимость

[3] Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 (ГК РФ ч.4), статья 2 «Переводы, иные производные произведения. Составные произведения»// СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/ (дата обращения 17.04.2019).

[4] Государственный стандарт Российской Федерации «Информационная технология. Взаимосвязь открытых систем. Базовая эталонная модель. Часть 1. Базовая модель». Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/1200028699 (дата обращения 17.04.2019).

от преднамеренного нарушения работы российского сегмента Сети, по крайней мере, на 3-м сетевом уровне.

Однако функциональность сети даже вплоть до сеансового уровня мало что может дать конечному пользователю, привыкшему использовать Интернет как средство живого общения и передачи мультимедийной информации. Дело в том, что практически все хосты самых популярных ресурсов Рунета находятся на серверах, физически расположенных за географическими границами РФ. Создание даже самой абсолютно отказоустойчивой и самоорганизующейся топологии на территории РФ ничего не даст, если хост находится в пределах досягаемости соответствующих иностранных служб. Главным опасением общественности в связи с принятием закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» является возможность тотального перекрытия доступа к информации на зарубежных серверах (пусть даже ненамеренно) и создание нового органа цензуры информации.

Анализ неудачной попытки Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) ограничить доступ на территории России к мессенджеру Telegram на сетевом уровне (блокировка IP-адресов) говорит о том, что опасения общественности по поводу создания нового механизма цензуры представляются безосновательными – в рамках нового закона 90-ФЗ это технически не удастся. Обезопасить общество от возможной цензуры и в то же время от попыток нарушения работы российского сегмента Сети следует не только техническими решениями, здесь необходимо внесение соответствующих изменений в «Доктрину информационной безопасности Российской Федерации»[5] с учетом пунктов 1, 4 и 5 статьи 29 Конституции Российской Федерации[6].

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

[1] Federal Law dated on March 18, 2019, no. 34-FL “On Modification of Part One, the Second and Article 1124 of Part Three of the Civil Code of the Russian Federation”, Reference legal system “ConsultantPlus”, available at: http://www.consultant.ru/law/hotdocs/57188.html/ (accessed 17.04.2019). (In Russian).

[2] Draft Federal Law “On Amendments to Parts One, Two, Three and Four of the Civil Code of the Russian Federation, as Well as to Certain Legislative Acts of the Russian Federation”, Reference legal system “ConsultantPlus”, available at: http://www.consultant.ru/law/hotdocs/12976.html/ (accessed 17.04.2019). (In Russian).

[3] Civil Code of the Russian Federation part 4 (civil code part 4), article 2 “Translations, Other Derivative Works. Compound Works”, Reference legal system “ConsultantPlus”, available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/ (accessed 17.04.2019). (In Russian).

[4] State standard of the Russian Federation “Information Technology. Open systems interconnection. Basic reference model. Part 1. Basic model”, available at: http://docs.cntd.ru/document/1200028699 (accessed: 17.04.2019). (In Russian).

[5] Decree of the President of the Russian Federation dated on December 5, 2016, no. 646 “On the Approval of the Doctrine of Information Security of the Russian Federation”, Reference legal system “ConsultantPlus”, available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_208191/ (accessed: 17.04.2019). (In Russian).

[6] “Constitution of the Russian Federation” (adopted by popular vote dated on December 12, 1993) (subject to Amendments made by the Laws of the Russian Federation on Amendments to the Constitution dated on December 30, 2008, no. 6-FCL, dated on December 30, 2008, no. 7-FCL, dated on February 5, 2014, no. 2-FCL, dated on July 21, 2014, no. 11-FCL), Reference legal system “ConsultantPlus”, available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (accessed 17.04.2019). (In Russian).

[5] Указ Президента РФ от 05.12.2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации»//СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_208191/ (дата обращения: 17.04.2019).

[6] «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 г. № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 г. № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 г. № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 г. № 11-ФКЗ)//СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 17.04.2019).

Методология маркетингового исследования интернет-пользователей

Получено: 04.02.2019; одобрено: 12.03.2019; опубликовано: 19.04.2019

УДК 303.1 JEL M31 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-7-18

Александрова Ирина Юрьевна

Канд. психол. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
ORCID ID: 0000-0003-4728-5747
e-mail: Alexandrova27@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено усиление тенденции развития в России интернет-маркетинга и, как следствие, возрастание актуальности проведения высокопрофессиональных маркетинговых исследований в веб-среде. Работа нацелена на выявление методологической специфики маркетингового исследования интернет-пользователей, разработку его концепции. Поставленная цель достигается посредством решения следующих задач: анализ и систематизация целей маркетингового исследования интернет-пользователей; выявление и систематизация эмпирических индикаторов, необходимых для исследования интернет-пользователей; анализ и систематизация методов, методик, техник и процедур исследования эмпирических индикаторов, в том числе специальных сервисов, соответствующих методикам сбора первичных эмпирических данных в веб-среде.

Представлен анализ таких методик маркетингового эмпирического исследования интернет-пользователей, как юзабилити-тестирование, онлайн-эксперимент, игровой эксперимент, юзабилити-эксперимент, онлайн-анкетирование, онлайн-интервьюирование, в том числе индивидуальное глубинное онлайн-интервью, групповое глубинное онлайн-интервью (онлайн фокус-группа), контент-анализ веб-сообщений потребителей, анализ следов, в том числе статистики сайта. При этом акцентируется внимание на необходимости соблюдения требования полной подчиненности каждой из представленных методик методологическим принципам соответствующего базового метода, производной которой она является, так как нарушение указанного требования приводит к неизбежной вульгаризации научной методологии проведения эмпирического исследования и получению некорректных данных.

С точки зрения автора, использование маркетинговым аналитиком представленной в статье концепции исследования и исследовательского инструментария в процессе организации и проведения маркетинговых исследований интернет-пользователей позволяет получать информацию, необходимую для построения эффективной маркетинговой веб-коммуникации, а также обнаруживать и своевременно предотвращать потенциальные и реальные коммуникативные сбои.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Интернет-маркетинг, маркетинговое исследование, юзабилити-тестирование, онлайн-эксперимент, юзабилити-эксперимент, онлайн-анкетирование, онлайн-интервьюирование, онлайн фокус-группа, контент-анализ веб-сообщений, анализ статистики сайта.

ЦИТИРОВАНИЕ

Александрова И.Ю. Методология маркетингового исследования интернет-пользователей//E-Management. 2019. № 1, С. 7–18.

© Александрова И.Ю., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Methodology of a marketing research of Internet users

Received: 04.02.2019; approved: 12.03.2019; published: 19.04.2019

JEL classification M31 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-7-18

Alexandrova Irina

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, State University of Management, Moscow, Russia
ORCID ID: 0000-0003-4728-5747
e-mail: Alexandrova27@yandex.ru

ABSTRACT

Strengthening of a trend of development in Russia of internet marketing and, as a result, increase of relevance of carrying out highly professional marketing researches in the web environment has been considered. The article is aimed at identification of methodological specifics of a marketing research of Internet users, development of its concept. The stated goal is achieved by means of the solution of the following tasks: the analysis and systematization of the goals of the marketing research of the Internet users; identification and systematization of the empirical indicators, which are necessary for the research of the Internet users; the analysis and systematization of methods, techniques, the technician and procedures of a research of empirical indicators, including, special services, corresponding to methods of collecting primary empirical data in the web environment.

The analysis of such methods of the marketing empirical research of the Internet users as a usability testing, an online experiment, a game experiment, a usability experiment, online questioning, online interviewing, including an individual deep online interview, a group deep online interview (online focus group), the content analysis of web messages of consumers, the analysis of traces, including analysis of site statistics, has been presented. Meanwhile, the attention is focused on observance of the necessity of full subordination of each of the presented techniques to the methodological principles of the corresponding basic method, which derivative it is, because violation of the specified requirement leads to inevitable vulgarization of scientific methodology of carrying out an empirical research and obtaining incorrect data.

From the point of view of the author, an application by the marketing analyst of the concept of a research and research tools, presented in the article, in the course of the organization and carrying out market researches of the Internet users allows to obtain information, necessary for creation of effective marketing web communication and also to find and in due time to prevent potential and real communicative failures.

KEYWORDS

Internet marketing, marketing research, usability testing, online experiment, usability experiment, online questioning, online interviewing, online focus group, content analysis of web messages, analysis of statistics of the website.

FOR CITATION

Alexandrova I.Yu. Methodology of a marketing research of Internet users (2019) *E-Management*, 2 (1), pp. 7–18. doi: 10.26425/2658-3445-2019-1-7-18

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

В настоящее время в экономической сфере российского общества происходит активное внедрение электронной коммерции, что, с одной стороны, отвечает общемировым объективным тенденциям развития института экономики, с другой, принятым в России государственным решениям, определяющим необходимость цифровизации экономики в рамках реализации Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг.[1,2].

Одним из приоритетных направлений электронной коммерции, рассматриваемой как системы экономических отношений, реализуемых посредством интернет-технологий, является развитие интернет-маркетинга, предполагающего активную маркетинговую деятельность компаний в веб-среде. Данная ситуация определяет объективную необходимость системного изучения маркетинговыми аналитиками интернет-пользователей, выступающих в роли потенциальных потребителей товаров/услуг компаний, с целью организации высокоэффективного маркетингового веб-взаимодействия «компания – потребитель».

Цель статьи – выявление методологической специфики разработки и проведения маркетингового исследования интернет-пользователей.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

– анализ и систематизация целей маркетингового исследования интернет-пользователей;

– выявление и систематизация эмпирических индикаторов, необходимых для исследования интернет-пользователей;

– анализ и систематизация методов, методик, техник и процедур исследования эмпирических индикаторов интернет-пользователей.

ЦЕЛИ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Основные цели маркетингового исследования интернет-пользователей, а также их содержательная конкретизация, представлены в таблице 1.

Таблица 1. Цели маркетингового исследования
Table 1. The goals of marketing research

Цель маркетингового исследования интернет-пользователей	Содержательная конкретизация цели
Анализ целевой аудитории веб-коммуникации	Сбор, уточнение и конкретизация информации о характеристиках представителей целевой аудитории (таргетинг). Реализация данной цели предполагает не только профессиональное определение количественных и качественных параметров целевого сегмента компании в веб-среде, но и существенное повышение адресности получателя маркетингового послания
Мониторинг эффективности веб-коммуникаций	В обязательном порядке включает: диагностику и контроль эргономичности пользовательских интерфейсов; контроль реализации психологической модели маркетинговой веб-коммуникации; анализ восприятия интернет-пользователями графической визуализации маркетингового веб-послания. Реализация данной цели позволяет достичь высокой коммуникативной эффективности веб-взаимодействия «компания – потребитель»
Мониторинг восприятия интернет-пользователями продукта, компании/бренда	В обязательном порядке включает диагностику и контроль восприятия продукта, компании, бренда, в том числе мониторинг осведомленности о бренде, лояльности бренду. Реализация данной цели позволяет поддерживать, оптимизировать и развивать информационно достаточное, позитивное интегрированное семантическое пространство бренда

[1] *Указ Президента Российской Федерации* от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы». Режим доступа: http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919 (дата обращения: 10.01.2019).

[2] *Программа «Цифровая экономика Российской Федерации».* Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р. Режим доступа: http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf (дата обращения: 10.01.2019).

Окончание табл. 1

Цель маркетингового исследования интернет-пользователей	Содержательная конкретизация цели
Мониторинг специфики и динамики покупательской активности интернет-пользователей, являющихся потребителями товаров/услуг компании	Реализация цели предполагает диагностику количественных и качественных параметров покупательского выбора. Отрицательная динамика покупательской активности может свидетельствовать о неблагополучии как комплекса маркетинга в целом, так и его отдельных элементов, в частности веб-коммуникационного процесса

Составлено автором по материалам исследования

Данные, полученные исследователем в результате реализации указанных целей, являются важным элементом информационно-аналитической базы, необходимой для принятия оптимальных маркетинговых решений компании.

Достижение каждой из обозначенных целей требует от маркетингового аналитика знания:

– эмпирических индикаторов (т.е. элементов или характеристик объекта, доступных наблюдению и измерению, позволяющих судить о других его характеристиках, недоступных непосредственному исследованию), необходимых для исследования интернет-пользователей, в соответствии поставленной целью;

– методов, методик, техник и процедур исследования эмпирических индикаторов интернет-пользователей.

ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ, ДИАГНОСТИРУЕМЫЕ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

После определения конкретной маркетинговой цели анализа интернет-пользователей, а также ее уточнения на уровне исследовательских задач, маркетологу-аналитику необходимо выбрать соответствующие эмпирические индикаторы интернет-пользователей, которые будут подвергнуты непосредственной диагностике. Комплексы основных эмпирических индикаторов, дифференцированные по содержательной специфике базовых целей маркетингового анализа интернет-пользователей, представлены в таблице 2.

Таблица 2. Эмпирические индикаторы, диагностируемые в маркетинговых исследованиях интернет-пользователей

Table 2. Empirical indicators, diagnosable in marketing researches of Internet users

Цель	Исследуемые эмпирические индикаторы
Анализ целевой аудитории веб-коммуникации	Географические характеристики Социально-демографические характеристики Поведенческие характеристики Психографические характеристики
Мониторинг эффективности веб-коммуникаций	Посещаемость интернет-площадки (в том числе количество уникальных посетителей, целевых посетителей, вернувшихся посетителей) Источники трафика Длительность конкретного посещения интернет-площадки (в том числе время входа/выхода) Действия потребителя на интернет-площадке и их специфика Глубина веб-коммуникации Восприятие потребителем интернет-площадки, ее контента (в том числе оценка) Маршрут покупателя в веб-среде

Окончание табл. 2

Цель	Исследуемые эмпирические индикаторы
Мониторинг восприятия интернет-пользователями продукта, компании/бренда	Количество участников тематических веб-групп и сообществ (в том числе активных участников, высказывающих мнение, комментирующих, оценивающих, публикующих материалы о продукте, бренде) Активность участия в веб-коммуникациях бренда Возврат/переход на интернет-площадку бренда Тональность сообщений о продукте, бренде Количество случайных посетителей интернет-площадки / отток зарегистрированных пользователей Трафик на корпоративный/продуктовый сайт Содержание тематических диалогов пользователей в социальных сетях Мнения потребителей о продукте, бренде Отзывы о продукте, бренде
Мониторинг специфики и динамики покупательской активности интернет-пользователей	Количество онлайн-покупок продукции компании Качественные параметры выбора покупаемого продукта компании

Составлено автором по материалам исследования

Необходимо помнить, что при определении конкретного комплекса эмпирических индикаторов интернет-пользователей с необходимостью должна учитываться специфика текущей ситуации компании.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ СБОРА ПЕРВИЧНЫХ ЭМПИРИЧЕСКИХ ДАННЫХ В ВЕБ-СРЕДЕ

Следующее решение, принимаемое маркетинговым аналитиком после формулирования цели и задач исследования интернет-пользователей, а также определения комплекса диагностируемых эмпирических показателей – выбор исследовательского инструментария сбора первичных эмпирических данных в веб-среде.

Исследование интернет-пользователей может быть реализовано посредством традиционных эмпирических методов, которые в настоящее время подробно описаны в соответствующей специальной литературе [Ядов, 2012 ; ред. Осипов, 2015; Добреньков, Кравченко, 2017]. Так, например, мнения потребителей об эргономичности пользовательского интерфейса вполне возможно получить с помощью традиционного опроса. Однако более целесообразно использовать для подобных целей современные модификации традиционных методов, воплощенные в специальных методиках, особенности которых определены спецификой веб-среды, использованием интернет-технологий. Такие методики относят к категории инновационных, представляющих SMART-технологии маркетинговых исследований. Поэтому наше внимание преимущественно сосредоточено на рассмотрении наиболее актуальных их них.

В таблице 3 представлены основные методики сбора первичных эмпирических данных в веб-среде, соответствующие им сервисы, технологии, программное обеспечение, а также базовые методы эмпирического исследования, методологическим принципам которых указанные методики подчинены.

Таблица 3. Исследовательский инструментарий сбора первичных эмпирических данных в веб-среде
Table 3. Research tools for collecting primary empirical data in the web environment

Методы сбора первичных эмпирических данных	Соответствующие методам методики сбора первичных эмпирических данных в веб-среде	Соответствующие методикам специальные сервисы, технологии, программное обеспечение
Наблюдение	Тестирование пользовательского интерфейса посредством наблюдения за интернет-пользователем	Сервисы и инструменты для юзабилити-тестирования методом наблюдения: Usertesting, «Вебвизор», UsabilityHub (Click Test, Navigation Test), Optimal Workshop (Chalkmark), ClickHeat, Eye-tracking и др.

Окончание табл. 3

Методы сбора первичных эмпирических данных	Соответствующие методам методики сбора первичных эмпирических данных в веб-среде	Соответствующие методикам специальные сервисы, технологии, программное обеспечение
Эксперимент	Онлайн-эксперимент Игровой эксперимент Юзабилити-эксперимент	Сервисы и инструменты для проведения юзабилити-эксперимента: Google Analytics Content Experiments, UsabilityHub (Preference Test), Optimal Workshop (OptimalSort) и др.
Опрос: анкетирование, интервьюирование	Онлайн-анкетирование Онлайн-интервьюирование, в том числе: индивидуальное глубинное онлайн-интервью, групповое глубинное онлайн-интервью (онлайн фокус-группа)	Сервисы для проведения опросов интернет-пользователей: Anketolog.ru, Testograf, Survio, Survey Monkey, Google Forms, Simpoll, SoGo Survey, eSurv, Survey Gizmo, Survey Planet, Quiz Revolution, Free Online Surveys, Poll Daddy, AskUsers, FormDesigner и др.
Анализ документов	Контент-анализ веб-сообщений потребителей Анализ следов	Сервисы для мониторинга и анализа контента социальных медиа: YouScan, Google Alerts, Socialmention, BrandSpotter, Trackur, Крибрум, TalkWalker, Babkee, Mention, Starcomment и др. Сервисы для анализа поведения пользователей сайта: «Яндекс.Метрика», Crazyegg, Clicktale, Sessioncam.com, Hotjar, Userpoint.ru., Clicktale и др.

Составлено автором по материалам исследования

Рассмотрим представленные в таблице методики сбора первичных эмпирических данных в веб-среде и соответствующие им сервисы более подробно.

Наблюдение

Наблюдение – метод сбора первичных эмпирических данных, предполагающий прямую целенаправленную систематическую регистрацию исследователем социальных фактов.

В маркетинговых исследованиях интернет-пользователей достаточно активно используются невключенные, лабораторные или полевые, стандартизированные или нестандартизированные наблюдения, целью которых является диагностика эффективности пользовательского интерфейса. Такие наблюдения за интернет-пользователем в процессе его реального взаимодействия с интерфейсом называют юзабилити-тестированием.

Процедурно методика юзабилити-тестирования предполагает наблюдение за действиями пользователя на конкретной интернет-площадке с целью выявления сбоев коммуникативной эффективности интерфейса. При этом важным требованием проведения подобного наблюдения является создание условий, максимально приближенных к естественным. В частности, например, таким условием является осуществление потребителем реальной покупки (за свои деньги) действительно нужного ему товара в интернет-магазине, пользовательский интерфейс которого тестируется [Сатин, 2016]. В противном случае полученные результаты могут быть искажены.

Так как данный тип наблюдения носит разведывательно-аналитический характер и не предполагает формирование большой выборочной совокупности, полученные исследователем результаты не могут служить непосредственным руководством к действию. Однако их ценность заключается в актуализации потенциальной коммуникативной проблемы, построении соответствующих гипотез, их проверки посредством иных исследовательских методов.

В процессе наблюдения за поведением интернет-пользователя в специальных лабораторных условиях довольно часто исследователи используют процедуру отслеживания динамики движения глаз испытуемого по графической визуализации интерфейса с помощью технических средств (камеры слежения) – так называемая технология eye-tracking [Nielsen, 2009]. В результате исследователь получает карту визуального пути интернет-пользователя, которая показывает траекторию движения взгляда человека по странице, а также длительность и частоту фиксаций взгляда. Отметим, что в качестве основы данной методики, гарантирующей ее научную обоснованность, выступают всемирно известные работы советского психофизиолога А.Л. Ярбуса [1965].

Наблюдение за поведением интернет-пользователей может выполняться исследователем не только в очной форме, но и дистанционно с помощью специальных сервисов и инструментов для юзабилити-тестирования, например инструмента «Вебвизор» сервиса «Яндекс.Метрика» или таких специализированных сервисов, как Usertesting, UsabilityHub, Optimal Workshop и др.

Сервис Usertesting дает возможность дистанционного тестирования пользовательского интерфейса сайта. Процедура аналогична очной форме наблюдения за интернет-пользователем. Исследователь задает на сервисе необходимые параметры целевой аудитории (сервис имеет обширную собственную базу респондентов) и формулирует участникам теста задание, например, осуществить покупку указанного товара в указанном интернет-магазине. В результате проведения юзабилити-тестирования исследователь получает аудио-визуальную запись выполнения задания каждым участником.

Сервис UsabilityHub имеет разнообразный функционал для дистанционного юзабилити-тестирования. Процедуру наблюдения имитируют такие инструменты сервиса как Click Test, формирующий тепловую карту кликов, и Navigation Test, фиксирующий фактический маршрут пользователя по сайту и позволяющий диагностировать проблемы навигации интерфейса.

Сервис юзабилити-тестирования Optimal Workshop имеет различные исследовательские инструменты. Формат дистанционного наблюдения наиболее полно реализуется инструментом Chalkmark, который позволяет выявить проблемы юзабилити сайта, формирует тепловую карту кликов, схему кликов, с подсчетом их количества и анализом первого клика, фиксирует время выполнения интернет-пользователем поставленной задачи.

Эксперимент

Эксперимент – метод сбора первичных эмпирических данных, направленный на проверку гипотез относительно причинных связей между явлениями [ред. Осипов Г.В., 2000].

В процессе анализа интернет-пользователей, в зависимости от цели исследования и измеряемых параметров, могут быть использованы различные экспериментальные методики. Рассмотрим наиболее известные из них: онлайн-эксперимент, игровой эксперимент, юзабилити-эксперимент.

Онлайн-эксперимент представляет собой разновидность полевого эксперимента, в котором в качестве экспериментальной ситуации выступает реально функционирующая интернет-площадка, например интернет-магазин, в котором ничего неподозревающие интернет-пользователи, совершают покупки. В данном случае интернет-пользователи выступают в роли испытуемых, неинформированных о проведении эксперимента.

Переменный параметр ситуации – определенный маркетинговый показатель (цена товара, размер скидки, условия доставки и т.п.). Изменение этого параметра гипотетически должно привести к позитивной динамике покупательской активности. Таким образом, экспериментатор пытается установить корреляцию между двумя переменными: независимой, в качестве которой выступает определенный маркетинговый показатель, и зависимой, представленной специфической характеристикой поведения интернет-пользователя.

Игровой эксперимент – разновидность лабораторного эксперимента, в котором искусственно созданная экспериментальная ситуация представляет собой игру, в типичной ситуации – игровое приложение на интернет-площадке компании. В процессе игры интернет-пользователь, выступающий в роли испытуемого, совершает определенные целевые действия, имитируя поведение потребителя. В зависимости от переменного маркетингового показателя, включенного в игру и варьируемого экспериментатором, поведение игрока меняется. Таким образом, маркетинговый аналитик выявляет и доказывает взаимосвязь между исследуемыми независимой и зависимой переменными смоделированной экспериментальной ситуации.

Юзабилити-эксперимент представляет собой лабораторный эксперимент, в котором в качестве независимой переменной выступает конкретный параметр интерфейса, оказывающий непосредственное влияние на юзабилити. Гипотетически предполагается, что изменение данного параметра приведет к оптимизации целевых действий интернет-пользователя.

Юзабилити-эксперимент возможно организовать и провести, воспользовавшись специальными инструментами таких сервисов как Google Marketing Platform (Google Analytics)[3], UsabilityHub, Optimal Workshop и др.

[3] *С 24 июля 2018 г.* DoubleClick и Google Analytics 360 Suite объединены под брендом Google Marketing Platform.

Сервис Google Marketing Platform, представляющий собой единую рекламно-аналитическую платформу для маркетинговой деятельности, дает возможность проведения различных типов экспериментов с целью оптимизации коммуникативной эффективности сайта. Эксперименты Google Marketing Platform – полевые эксперименты, обобщенный алгоритм которых предполагает одновременный запуск в веб-среде различных вариантов пользовательского интерфейса с целью сравнительного анализа их восприятия дифференцированными группами посетителей сайта. В эксперименте могут быть задействованы не все посетители, а заданный исследователем процент трафика. Определение наиболее коммуникативно эффективного варианта тестируемых в эксперименте версий пользовательского интерфейса проводится системой автоматически.

Сервис UsabilityHub, упоминавшийся выше, имеет инструмент Preference Test, который в формате A/B тестирования, позволяет выявить наиболее коммуникативно эффективную версию. Так, например, интернет-пользователям предлагается сравнить два варианта графического решения страницы сайта и выбрать наиболее привлекательный.

Инструмент OptimalSort сервиса Optimal Workshop представляет собой методику сортировки карточек, каждая из которых является аналогом определенного элемента контента сайта. Перед участниками эксперимента ставится задача выбрать необходимые карточки и расположить их в оптимальной, с точки зрения пользователя сайта, последовательности. В качестве результата эксперимента сервис предоставляет исследователю автоматизированный сводный отчет, дающий представление о фактически наиболее приемлемом маршруте покупателя по сайту.

Опрос

Опрос – метод сбора первичной информации посредством устного или письменного обращения исследователя к определенной совокупности людей с вопросами, содержание которых представляет изучаемую проблему на уровне эмпирических индикаторов [Ядов, 2012].

Базовыми разновидностями опроса являются: анкетирование – письменный опрос; интервьюирование – устный опрос. Также опросы могут быть очными и заочными, групповыми и индивидуальными.

Проанализируем особенности методик интервьюирования и анкетирования в исследованиях интернет-пользователей.

Анкетный опрос может быть проведен как в офлайн-формате, так и в форме онлайн-анкетирования, предполагающего размещение опросного листа на различных площадках веб-среды и использование специальных интернет-сервисов для проведения опроса и обработки результатов. Методика онлайн-анкетирования в настоящее время активно используется в маркетинговых исследованиях интернет-пользователей наряду с традиционными формами анкетного опроса. Преимуществами методики являются:

– автоматизация процедуры анкетирования, обработки первичных данных, анализа результатов;
– возможность использования стандартизированных форматов опросных листов;
– минимизация временных затрат на проведение анкетирования;
– возможность охвата большой выборочной совокупности;
– возможность получения индивидуальной обратной связи от респондента [ред. Данченок, 2013; ред. Шашкина и др., 2016].

В настоящее время в распоряжении исследователей существует большое количество специальных сервисов для проведения анкетных опросов интернет-пользователей. Назовем наиболее востребованные из них: Anketolog.ru, Testograf, Survio, Survey Monkey, Google Forms Simpoll.

Функционал сервисов данного типа, как базовый, так и дополнительный, может варьироваться, поэтому при выборе конкретного сервиса для проведения анкетных опросов исследователю необходимо обратить особое внимание на возможность:

– разработки анкеты по шаблону;
– разработки анкеты «с чистого листа»;
– разработки анкеты без ограничений количества вопросов;
– использования различных типов вопросов;
– создания анкет на разных языках;
– использования существующей панели активных респондентов;
– выбора способа сбора ответов респондентов;

– выбора формы получения результата;

– проведения опросов разной степени сложности;

– настройки типографики;

– получения консультационных услуг у представителей сервиса и на длительность освоения сервиса.

В отличие от анкетирования интервью представляет собой устный опрос, проходящий в форме беседы исследователя-интервьюера с респондентом или группой респондентов по определенному плану – путеводителю интервью. Методологи классифицируют интервью по различным основаниям. В том случае, если интервью предполагает длительное углубленное исследование какой-либо проблематики, его называют глубинным (интенсивным) интервью. Оно может длиться часами, а его цель – диагностика субъективных психологических характеристик респондента. Типичными целями глубинного интервью в маркетинге являются следующие:

– выявление особенностей восприятия потенциальными потребителями товарной категории, компании, торговой марки/бренда, коммуникационных концепций, креатив-идей;

– выявление явных или латентных мотивов покупки;

– выявление специфики процесса принятия решения о покупке;

– выявление особенностей восприятия процесса покупки.

Глубинное интервью может быть как индивидуальным, так и групповым. Специфика методики индивидуального глубинного онлайн-интервью заключается в том, что беседа интервьюера и респондента происходит в веб-среде. Это может быть формат аудио-, видео- или письменного диалога, реализуемого с помощью соответствующих коммуникационных веб-инструментов. Методика глубинного группового интервью на практике получила название фокус-группа, которая в интернет-среде реализуется в формате онлайн фокус-группы. Для онлайн фокус-группы характерны:

– режим реального времени;

– легкость доступа к респондентам;

– возможность наблюдения за процессом дискуссии из любых точек физического пространства, оснащенных соответствующей техникой, имеющей доступ в Интернет;

– легкость фиксации первичных данных, их доступность непосредственно после завершения дискуссии [ред. Данченок, 2013].

Онлайн фокус-группа наиболее часто реализуется в таких формах как фокус-чат, фокус-форум, фокус-конференция. Фокус-чат (чат-группа) представляет собой фокус-групповое исследование, проводимое в специально выделенном виртуальном пространстве – чате, в режиме реального времени. Фокус-форум (форум-группа) – фокус-групповое исследование, проводимое в интернет-среде в отложенном режиме. Его суть заключается в том, что респонденты отвечают на вопросы модератора, размещенные на определенной интернет-площадке в удобное для них время. Общая временная протяженность фокус-форума может достигать двух недель, в течение которых модератор ежедневно публикует вопросы интервью. Фокус-конференция – фокус-групповое исследование в интернет-среде в формате аудио- или видео взаимодействия участников дискуссии в режиме реального времени, что с необходимостью предполагает наличие у них специальных технических средств.

Анализ документов

Анализ документов – метод социологического исследования, предполагающий качественный и/или количественный анализ различных информационных источников (в научно-исследовательской терминологии – документов), представленных в материальной или электронной форме.

В маркетинговых исследованиях интернет-пользователей метод анализа документов используется очень активно. Прежде всего, это связано с таким неоспоримым достоинством метода, как отсутствие необходимости организации особой процедуры взаимодействия исследователя с интернет-пользователями. В данном случае исследователь пользуется фактически существующими информационными материалами, которые возникают в результате обычного, повседневного поведения потребителя в веб-среде.

Основными методиками анализа документов в интернет-среде являются контент-анализ веб-сообщений потребителей и анализ следов.

Контент-анализ веб-сообщений потребителей представляет собой анализ содержания неофициальных информационных источников, в качестве которых выступают личные сообщения, публикуемые потребителями в социальных медиа и включающие в себя оценочные суждения о компании и ее маркетинговых составляющих.

Контент-анализ веб-сообщений потребителей реализуется в рамках мониторинга информационного поля компании. Его основными задачами являются:

– анализ частоты упоминаний компании/продукта/бренда в социальных медиа;

– выявление содержательной специфики сообщений о компании и ее маркетинговых составляющих;

– анализ тональности (эмоциональной окрашенности) сообщений о компании;

– определение соотношения позитивных, негативных, нейтральных оценочных суждений о компании;

– сравнительный анализ оценок компании/продукта/бренда с оценками ближайших конкурентов;

– выявление интернет-площадок, наиболее активно продуцирующих значимый для компании информационный поток, а также их лидеров мнений.

Поиск необходимых исследователю сообщений интернет-пользователей может проводиться вручную (через поисковые системы) или с помощью специальных автоматизированных систем – сервисов для мониторинга и анализа контента социальных медиа.

В настоящее время на российском рынке существует большое разнообразие таких сервисов, как платных, так и бесплатных, при этом их число и качество предлагаемого функционала постоянно растет. Перечислим наиболее известные сервисы, позволяющие осуществлять автоматический поиск и анализ информации в социальных медиа: YouScan, Google Alerts, Socialmention, BrandSpotter, Trackur, Крибрум, TalkWalker, Babkee, Mention, Starcomment и др.

В процессе выбора маркетологом-аналитиком конкретного сервиса для работы с контентом социальных медиа необходимо обращать внимание на следующие параметры, которые у разных сервисов могут существенно отличаться:

– степень покрытия – охвата социальных медиа;

– возможность выбора границ охвата и видов интернет-площадок;

– возможность поиска по любым ключевым семантическим единицам;

– релевантность результатов поиска (в том числе качество фильтрации дублей, «мусора», спама);

– возможность анализа тональности сообщений;

– возможность рубрикации сообщений по различным параметрам;

– возможность формирования отчета в удобном аналитическом интерфейсе с функциями командной работы.

Наряду с контент-анализом веб-сообщений потребителей значимой и практически востребованной методикой анализа документов в интернет-среде является анализ следов. Специфика данной методики заключается в том, что исследовательскому анализу подвергается вторичная информация, сформированная в результате обработки первичных данных. Если в качестве первичных данных в маркетинговом исследовании интернет-пользователей выступают различные результаты психологических и поведенческих реакций потребителей в веб-коммуникационном процессе, то есть собственно социальные факты, то под вторичными данными подразумевается аналитически обработанная информация об этих социальных фактах, зафиксированная в различных документах. В качестве таких документов исследователи могут использовать статистические отчеты веб-сайта, отчеты об инцидентах, отчеты об отказах от покупок в интернет-магазине, отчеты об эксплуатации веб-системы и т.п.

Рассмотрим более подробно особенности анализа статистики сайта. Данная методика дает возможность проводить анализ посетителей сайта по следующим параметрам:

– количество посетителей сайта – общее количество (трафик), количество новых (уникальных) посетителей, количество повторных посещений сайта (возвратов), количество целевых посетителей, т.е. совершивших целевые действия;

– географическая и социально-демографическая принадлежность посетителей сайта;

– время входа/выхода, длительность посещения сайта;

– количество просмотренных посетителем страниц сайта;

– маршрут посетителя сайта (в том числе пункты входа и выхода);

– используемое устройство для просмотра сайта;

– источники трафика (поисковые системы, ссылки, поисковые ключевые слова);

– наиболее популярные разделы сайта;

– долгосрочные интересы пользователей сайта;

– глубина просмотра сайта (соотношение количества просмотренных страниц сайта к количеству посетителей сайта).

В настоящее время в распоряжении исследователей существует большое количество сервисов (платных и бесплатных), предназначенных для анализа поведения посетителей сайта. Все они обладают однотипным базовым функционалом, различаясь, прежде всего, по количеству и специфике дополнительных функций. Назовем наиболее востребованные в настоящее время российскими маркетологами сервисы, осуществляющие анализ поведения посетителей сайта: «Яндекс.Метрика», Google Marketing Platform, Crazyegg, Clicktale, Sessioncam.com, Hotjar, Userpoint.ru. Clicktale и др.

Сервисы этого типа предоставляют маркетологу-аналитику как собственно статистическую информацию о пользователях сайта, так и информацию об особенностях их поведения на сайте. Основными функциями сервисов, непосредственно направленными на анализ поведения посетителей сайта, являются следующие:

– вебвизор – видеозапись всех действий посетителя на сайте;

– карта пути по сайту (перемещение компьютерной мыши) – маршрут перемещения посетителя по сайту;

– карта ссылок – количество переходов посетителей по каждой ссылке сайта, соотношение количества переходов по различным ссылкам;

– карта кликов (тепловая карта) – частота кликов посетителем по различным элементам сайта;

– карта скроллинга – частота и глубина просмотра различных элементов страниц сайта;

– анализ форм (конверсия формы, поля формы) – особенности взаимодействия посетителя с формами.

Важно понимать, что сервисы, как автоматизированные системы обработки информации, не могут гарантированно предоставлять вторичные данные высокого уровня точности. Именно поэтому для получения наиболее точной информации специалисты-практики считают целесообразным использование нескольких аналогичных сервисов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрена специфика методологии разработки и проведения маркетингового исследования интернет-пользователей. Использование маркетинговым аналитиком представленной концепции исследования и исследовательского инструментария позволяет получить информацию, необходимую для построения эффективной маркетинговой веб-коммуникации, а также обнаружить и своевременно предотвратить потенциальные и реальные коммуникативные сбои.

Вместе с тем следует подчеркнуть необходимость соблюдения требования полной подчиненности каждой из рассмотренных методик маркетингового исследования интернет-пользователей методологическим принципам соответствующего базового эмпирического метода, производной которого она является, так как нарушение указанного требования приводит к неизбежной вульгаризации научной методологии проведения эмпирического исследования и получению некорректных данных.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Данченок Л.А. [ред.]. (2013). Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебное пособие. СПб.: Питер, 228 с.

Добреньков В.И., Кравченко А.И. (2017). Методология и методика социологического исследования: учебник. М.: Инфра-М, 768 с.

Осипов Г.В. [ред]. (2000). Социологический энциклопедический словарь: на русском, английском, немецком, французском и чешском языках. М.: НОРМА, 488 с.

Осипов Г.В. [ред]. (2015). Рабочая книга социолога. М.: Либроком, 480 с.

Сатин Д. (2016). Психология потребителя: кто, что и как покупает в сети [Бесплатное электронное издание]. ООО «Эффективный консультант». Режим доступа: http://cdn3.ingate.ru/psychology.pdf (дата обращения: 18.01.2019).

Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. [ред.]. (2016). Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы. М.: ООО «Онлайн маркетинтеллидженс», 420 с.

Ядов В.А. (2012). Стратегия социологического исследования: учебное пособие. М.: Омега-Л, 420 с.

Ярбус А.Л. (1965). Роль движений глаз в процессе зрения. М.: Наука, 167 с.

Nielsen J. and Pernice K. (2009). Eyetracking web usability. New Riders Press, 360 p.

REFERENCES

Danchenok L.A. [Ed.]. (2013), Social media marketing. Internet marketing communications [*Marketing v social'nykh media. Internet-marketingovye kommunikatsii. Uchebnoe posobie*], Piter, St. Petersburg, Russia, 228 p.

Dobren'kov V.I. and Kravchenko A.I. (2017), Methodology and method of sociological research: tutorial [*Metodologiya i metodika sotsiologicheskogo issledovaniya: uchebnik*], Infra-M, Moscow, Russia, 768 p.

Nielsen J. and Pernice K. (2009), *Eyetracking web usability*, New Riders Press, 360 p.

Osipov G.V. [Ed.]. (2000), Sociological encyclopedic dictionary [*Sotsiologicheskii entsiklopedicheskii slovar': na russkom, angliiskom, nemetskom, frantsuzskom i cheshskom yazykakh*], NORMA, Moscow, Russia, 448 p.

Osipov G.V. [Ed.]. (2015), Working book of sociologist [*Rabochaya kniga sotsiologa*], Librokom, Moscow, Russia, 480 p.

Satin D. (2016), Consumer psychology: who, what and how to buy online [*Psihologiya potrebitelya: kto, chto i kak pokupaet v seti. Besplatnoe ehlektronnoe izdanie*], Open Company "Effektivnyi konsul'tant". Available at: http://cdn3.ingate.ru/psychology.pdf (accessed: 18.01.2019).

Shashkina A.V., Devyatko I.F. and Davydova S.G. [Eds]. (2016), Online research in Russia: trends and prospects [*Onlain-issledovaniya v Rossii: tendentsii i perspektivy*], Open Company "Onlain marketintellidzhens", Moscow, Russia, 420 p.

Yadov V.A. (2012), Strategy of sociological research [*Strategiya sotsiologicheskogo issledovaniya. Uchebnoe posobie*], Omega-L, Moscow, Russia, 420 p.

Yarbus A.L. (1965), The role of eye movements in vision [*Rol' dvizhenii glaz v protsesse zreniya*], Nauka, Moscow, Russia, 167 p.

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

[1] Decree of the President of the Russian Federation dated on May 9, 2017, no. 203 "On the Strategy for the Development of the Information Society in the Russian Federation for 2017-2030",

available at: http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919 (accessed: 10.01.2019). (In Russian).

[2] Program "Digital Economy of the Russian Federation" approved by the Order of the Government of the Russian Federation dated on July 28, 2017, no. 1632-O, available at: http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf (accessed: 10.01.2019). (In Russian).

[3] Since July 24, 2018, DoubleClick and Google Analytics 360 Suite have been combined under the Google Marketing Platform brand.

Онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия

Получено: 15.01.2019; одобрено: 21.02.2019; опубликовано: 19.04.2019

УДК 37.06 JEL I21 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-19-25

Кузнецов Николай Владимирович

Д-р экон. наук, канд. техн. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
ORCID ID: 0000-0001-9897-1531
e-mail: nv_kuznetsov@guu.ru

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены ключевые тренды и препятствия развития образования в России. Показано, что система образования, сформированная в предыдущем технологическом укладе, не соответствует потребностям современного общества. Основным современным трендом развития образования является внедрение цифровых технологий и в частности переход от традиционной «аудиторной» модели обучения к онлайн-образованию. Данное направление сегодня активно развивается за рубежом и представляется перспективным и в России. В то же время существует и ряд препятствий, существенно тормозящих его развитие. Основным из них является до сих пор не сложившаяся система признания равенства онлайн-образования его традиционным формам. Эта проблема характерна не только для нашей страны и может быть решена на законодательном уровне путем развития системы законодательного регулирования и стандартизации сферы образования. Другим препятствием является все еще сохраняющаяся недостаточность внедрения онлайн-технологий в образовательный процесс самими образовательными организациями, обусловленная как недостаточностью развития цифровой инфраструктуры, так и необходимостью подготовки преподавателей новой формации, которые могут эффективно работать в цифровой среде. Эта проблема может быть решена путем полномасштабной цифровизации вузов с привлечением как государственного финансирования, так и частных инвестиций. Третьим значимым препятствием на пути полномасштабного перехода к онлайн-образованию является крайне низкий процент слушателей, успешно заканчивающих курсы. При этом социологические опросы показывают неготовность и самих российских студентов к восприятию цифрового образования в качестве полноценного. Исправление указанной ситуации требует внедрения технологических и организационных решений в сфере образования, направленных на адаптацию образовательной системы к динамически меняющимся потребностям рынка труда, индивидуализацию образовательных траекторий и повышение вовлеченности слушателей в учебный процесс.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Законодательное регулирование, онлайн-образование, препятствия, тренды развития, цифровая инфраструктура, цифровизация.

ЦИТИРОВАНИЕ

Кузнецов Н.В. Онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия//E-Management. 2019. № 1. С. 19–25.

© Кузнецов Н.В., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Online education: key trends and barriers

Received: 15.01.2019; approved: 21.02.2019; published: 19.04.2019

JEL classification I21 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-19-25

Kuznetsov Nikolai

Doctor of Economic Sciences, Candidate of Technical Sciences, State University of Management, Moscow, Russia
ORCID ID: 0000-0001-9897-1531
e-mail: nv_kuznetsov@guu.ru

ABSTRACT

The key trends and obstacles in the development of education in Russia have been considered in the article. It has been shown, that the education system, formed in the previous technological way, does not meet the needs of modern society. The main modern trend in the development of education is the introduction of digital technologies and in particular the transition from the traditional "classroom" model of learning to online education. This direction is now actively developing abroad and seems prospective in Russia. At the same time, there is a number of obstacles, that significantly inhibit its development. The main one is still not the existing system of recognition of equality of online education to its traditional forms. This problem is typical not only for our country and can be solved at the legislative level by developing the system of legislative regulation and standardization of sphere of education. Another obstacle is the continuing lack of implementation of online technologies in the educational process by educational organizations themselves, due to both the lack of development of the digital infrastructure and the need to train teachers of the new formation, who can work effectively in the digital environment. This problem can be solved by full-scale digitalization of universities with the involvement of both public financing and private investment. The third major obstacle to the full transition to online education is the very low percentage of students, who complete courses successfully. At the same time, opinion polls show, that Russian students themselves are not ready to accept digital education as a full-fledged one. The correction of this situation requires the introduction of technological and organizational solutions in the field of education, aimed at adapting the educational system to the dynamically changing needs of the labor market, individualization of educational trajectories and increasing the involvement of students in the educational process.

KEYWORDS

Legislative regulation, online education, obstacles, development trends, digital infrastructure, digitalization.

FOR CITATION

Kuznetsov N.V. Online education: key trends and barriers (2019) *E-Management*, 2 (1), pp. 19–25. doi: 10.26425/2658-3445-2019-1-19-25

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Современное общество все явственнее идет по пути цифровизации – широкого внедрения во все сферы деятельности передовых технологий последнего поколения (информационных, коммуникационных, робототехники, искусственного интеллекта и т.п.). Не остается в стороне от этих процессов и такая консервативная область, как образование. При этом сила и значимость происходящих изменений таковы, что можно говорить об их глобальном влиянии цифровизации на форму и содержание образовательного процесса.

Системы образования в подавляющем большинстве стран мира сформированы еще в предыдущих технологических укладах, и по этой причине структурно, функционально и идеологически соответствовали требованиям того времени. Еще в 1998 г. Д. Ханна [Hanna, 1998] обращал внимание на новые вызовы, которые создает для образования цифровизация. Позднее М. Олсен и М. Петерс [Olssen & Peters, 2005] подробно рассмотрели механизм ее влияния на формы и методы обучения. Г. Ю. Беляев [2017] провел анализ негативных тенденций, созданных цифровизацией для системы образования. В. Г. Иванов, А. А. Кайбияйнен и Л. Т. Мифтахутдинова [2017] в свою очередь определили основные пути необходимых изменений.

Одной из наиболее значимых новаций является активное внедрение в процесс обучения онлайн-технологий. Целью настоящей статьи является анализ ключевых проблем и тенденций развития онлайн-образования в России, обнаруживаемых в свете ускорения процессов цифровой трансформации общества.

История онлайн-образования значительно короче истории информационных технологий (далее – ИТ) вообще. Можно сказать, что оно сегодня является своего рода пиком ИТ-развития, появление которого было обусловлено не только технологической, но и общественной трансформацией, готовностью общества отойти от традиционных образовательных моделей – сегодня классические образовательные форматы становятся все менее и менее востребованными, в то время как число людей, использующих различные онлайн-ресурсы неуклонно растет [Аптекман и др., 2017].

Началом полномасштабного онлайн-образования явился 2001 г., когда Массачусетский технологический институт запустил проект OpenCourseWare, предоставив открытый доступ к ряду своих учебных материалов и образовательных программ. Если до этого момента онлайн-обучение носило несистемный характер, то с этого момента оно было представлено как комплексный законченный продукт. Сегодня это одна из наиболее быстро развивающихся индустрий. Всего за 18 лет она прошла пусть от инициативы отдельного института до нескольких сотен независимых онлайн-платформ с общемировым охватом. На сегодняшний день насчитывается более чем 11 тыс. открытых образовательных программ, которые прошли более 20 млн слушателей[1].

По состоянию на начало 2019 г. объем мирового рынка онлайн-образования превысил 50 млрд долл. США. При этом его можно сегментировать на несколько географических зон. Самым крупным игроком является США, на их долю приходится 53 % мирового рынка онлайн-образования. На втором месте находятся страны Азии, на долю которых в совокупности приходится 22 % мирового рынка. Третьим крупным игроком является Европейский союз (16 %). На долю всех остальных стран мира, включая Россию, приходится всего лишь 9 %[2].

На рисунке 1 представлена тематическая структура рынка онлайн-образования, сформировавшаяся по состоянию на январь 2019 г., из которого следует, что основными лидерами являются компьютерные науки и бизнес-образование.

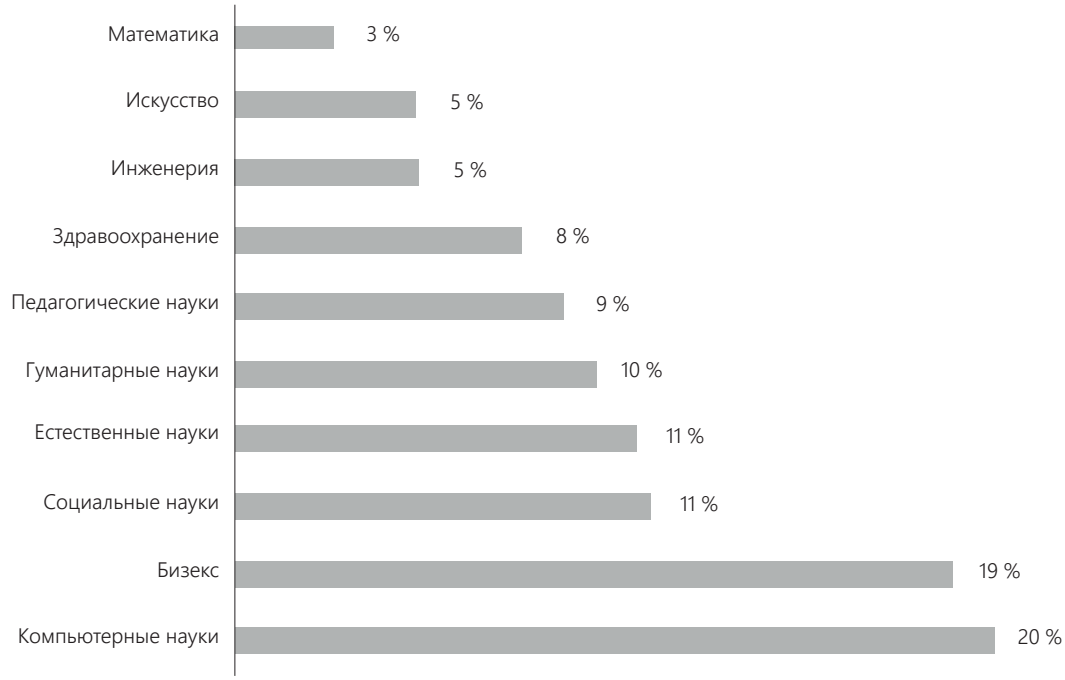
Объем российского рынка онлайн-образования по состоянию на конец 2018 г. составляет порядка 20,7 млрд руб. Этот рынок представляется перспективным с точки зрения динамики дальнейшего роста. Однако в то же время существует и ряд препятствий, существенно тормозящих его развитие.

Основным препятствием является до сих пор несложившаяся система признания равенства онлайн-образования его традиционным формам. При этом главным тормозом данного процесса является крайне низкое качество большинства представленных на рынке онлайн-курсов. Собственный опыт автора настоящей статьи показывает, что фактически ценность представляет не более чем 10−15 % от всего представленного образовательного контента. При этом априорная оценка уровня и качества подготовки студента по той или иной программе часто бывает сложна, а иногда и вообще невозможна. В конечном итоге это приводит к ситуации, когда большинство работодателей готовы безоговорочно признавать только профессиональные сертификаты учебных

[1] *Elearning market trends and forecast 2017−2021*//Docebo. Режим доступа: https://eclass.teicrete.gr/modules/document/file.php/TP271/Additional%20material/docebo-elearning-trends-report-2017.pdf (дата обращения: 10.01.2019).

[2] Там же.

центров, поддерживаемых крупными производителями (разработчиками), которые по сути сами определяют соответствующие отраслевые стандарты (такие как, например, Microsoft, Cisco Systems, SAP и т.п.), частично признают онлайн-курсы крупнейших университетов (МГУ им. М. В. Ломоносова, МГТУ им. Н. Э. Баумана и т.п.). Прочие сертификаты, как правило, не имеют сколь-либо значимого веса при трудоустройстве.



Источник: [*Elearning market trends and forecast 2017-2021*[3]]

Рис. 1. Структура мирового рынка онлайн-образования
Figure 1. Structure of the global online education market

Эта проблема характерна не только для нашей страны. И везде она решалась преимущественно на законодательном уровне. В 2013 г. образовательный совет США одобрил ряд онлайн-курсов для зачета в колледжах. В 2014 г. идею приравнять онлайн-образование к традиционному поддержала Европейская комиссия. В России до последнего времени прохождение онлайн-курсов не освобождало студента от необходимости офлайн-обучения по тем же самым дисциплинам. Для перезачета онлайн-обучения (даже пройденного в том же самом вузе), приходилось идти на всевозможные ухищрения. Сегодня Министерство науки и образования рассматривает возможность легализовать зачет отдельных предметов из онлайн-курсов – студент сможет изучить предмет самостоятельно, а потом прийти в вуз и официально сдать зачет по этому предмету[4]. Однако вопрос контроля качества образовательных программ, реализуемых в онлайн-формате, все еще остается открытым.

Другим препятствием является все еще сохраняющаяся недостаточность внедрения онлайн-технологий в образовательный процесс самими образовательными организациями. Анализируя имеющийся опыт можно отметить неутешительный факт: на сегодняшний различные онлайн-технологии использует только 26,8 % организаций среднего и среднего профессионального образования и 39,3 % организаций высшего образования (вузов)[5].

Динамика числа образовательных учреждений, использующих онлайн-технологии, показана на рисунке 2.

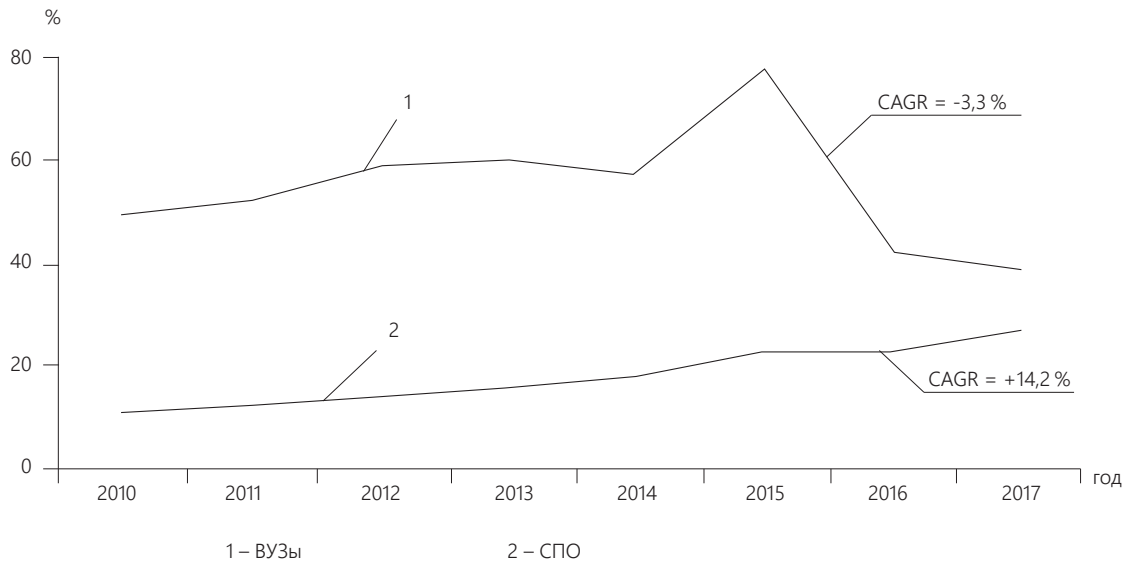
Следует отметить, что резкое снижение доли вузов (с 78,2 % в 2015 г. до 39,3 % в 2017 г.) обусловлено общим сокращением их количества в России (по оценке Союза ректоров вузов сокращение числа вузов и их филиалов за этот период составило 52 %[6]).

[3] Там же.

[4] *Минобрнауки предложило узаконить самообразование*//Известия. Режим доступа: https://iz.ru/850525/2019-02-27/minobrnauki-predlozhilo-uzakonit-samoobrazovanie (дата обращения: 10.01.2019).

[5] *Показатели развития информационного общества в Российской Федерации*//Федеральная служба государственной статистики Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/monitor_rf.xls (дата обращения: 10.01.2019).

[6] *Выступление президента Российского Союза ректоров В.А. Садовничего* [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://fgosvo.ru/uploadfiles/presentations/akkred/Sadov.pdf (дата обращения: 10.01.2019).



Источник: [*Показатели развития информационного общества в Российской Федерации*[7]]

Рис. 2. Доля образовательных учреждений, использующих онлайн-технологии
Figure 2. Share of educational institutions, using online technologies

При этом образовательные организации (и в особенности вузы), пытающиеся расширять свое онлайн-присутствие, сталкиваются с двумя ключевыми проблемами.

Первая проблема вузов – недостаточность развития собственной цифровой инфраструктуры. Следует признать, что способы подачи материала не сильно изменилось за последние 100 лет. Так, если 100 лет назад преподаватель, объясняя свой предмет, писал мелом на грифельной доске, то сегодня в большинстве вузов мы увидим аналогичную доску только маркерную. Сегодня в образовании начинают активно внедряться различные интерактивные технологии, но наша страна в целом находится только в начале этого пути. При этом уровень компьютеризации образовательных организаций значительно отстает от предприятий и домохозяйств. Так, если на предприятиях и организациях России на 100 работников сегодня приходится 50 персональных компьютеров, из которых 33 подключены к Интернету, то в наших вузах на 100 студентов таких оборудованных рабочих мест приходится только 22[8]. На фоне этого факта общий уровень финансирования образовательных организаций в России, составляющий 4,7 % от валового внутреннего продукта (далее – ВВП) представляется недостаточным (для сравнения уровень развитых стран в среднем составляет порядка 5 % от ВВП) [Аптекман, 2017].

Вторая проблема вузов – необходимость подготовки преподавателей новой формации, могущих эффективно работать в цифровой среде. Современный преподаватель должен одновременно сочетать в себе три различных типа компетенций: он должен быть специалистом в предметной области (причем желательно с опытом практической работы), он должен быть педагогом, владеющим современными образовательными технологиями, и он должен обладать необходимыми цифровыми компетенциями (т.е. быть продвинутым пользователем современных информационных систем). Также следует отметить, что сам процесс преподавания посредством онлайн-платформ требует и ряда крайне специфических навыков, таких как, например, умения «держать себя перед камерой», что, очевидно, отличается от умения читать лекцию в привычной аудитории. К сожалению, фактом сегодняшнего дня является катастрофическое старение профессорско-преподавательского состава образовательных организаций, причиной чего служит низкий уровень заработной платы в сфере образования, сохранявшийся на протяжении более чем 20 лет.

Наконец, третьим значимым препятствием на пути полномасштабного перехода к онлайн-образованию является крайне низкий процент слушателей, успешно заканчивающих курсы. Согласно накопленной статистике крупнейших образовательных онлайн-платформ число слушателей, дошедших до конца обучения, составляет 5–13 % от первоначально поступивших [Аптекман, 2017]. И, хотя современные онлайн-ресурсы

[7] Там же.
[8] *Режим доступа:* http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/monitor_rf.xls (дата обращения: 10.01.2019).

используются различные технологии управления вниманием и удержания слушателей (от ставших уже классическими геймификации и симуляции до новаторских технологий виртуальной и дополненной реальности), но все равно по-прежнему онлайн-образование с точки зрения мотивации обучающегося и его погружения в учебный процесс далеко отстает от традиционных форм обучения. При этом социологические опросы показывают неготовность и самих российских студентов к восприятию цифрового образования в качестве полноценного – больше половины из опрошенных отдают предпочтение классическому образованию[9]. Следует признать, что с этой точки зрения российское общество (в том числе и его молодые представители) оказывается во многом более консервативными, чем зарубежные.

Одним из возможных решений данной проблемы является организация так называемого «смешанного обучения», когда онлайн-обучение служит в качестве подкрепления привычной формы аудиторных занятий. Кроме того, позитивный эффект имеет обучение в виде «живых» вебинаров и онлайн-трансляций, которое, с одной стороны, сохраняет все преимущества онлайн-формата, а с другой – создает ощущение контакта студентов с преподавателем. Другим возможным решением этой проблемы является внедрение в образовательный процесс систем искусственного интеллекта, направленных на создание у обучающихся «иллюзии присутствия». Причем в этой сфере уже достигнуты существенные прорывы. Так в 2017 г. китайский алгоритм-репетитор YiXue впервые превзошел преподавателя-человека показав улучшение результатов тестов у обучающихся на 36,13 баллов, против 26,18 баллов. Число его пользователей сегодня уже превысило 100 000 человек[10]. Однако это, скорее, технологии завтрашнего дня, в настоящий момент работа преподавателя полностью автоматизирована быть не может.

Глобализация ставит перед российской высшей школой задачу разработки и внедрения в практику современных образовательных программ и технологий, конкурентоспособных на мировом образовательном рынке. При этом современную систему образования ждут столь скорые и кардинальные перемены, что тем людям и учреждениям, кто не сможет или не захочет внедрять современные технологии, просто не останется места в образовательной среде.

Современное образование должно уметь быстро адаптироваться к динамически меняющимся потребностям рынка труда. При этом рынок труда не только формирует спрос на те или иные специальности, но также и определяет конкретный набор компетенций, которые должны быть освоены слушателями. Таким образом, современная образовательная программа должна представлять собой «конструктор», состоящий из отдельных мини-курсов, каждый из которых направлен на раскрытие конкретной темы (обучение конкретному навыку). То или иное сочетание деталей этого «конструктора» будет формировать того или иного специалиста. Соответственно такой подход потребует отказа от традиционной формы группового обучения в пользу индивидуализации образовательных траекторий.

Обобщая рассмотренное выше, можно выделить следующие основные направления развития современного онлайн-образования:

1. Развитие системы законодательного регулирования и стандартизации в области онлайн-образования с целью обеспечения высокого качества образовательных продуктов и создания условий для всеобщего признания дипломов, полученных в ходе онлайн-обучения.

2. Развитие цифровой инфраструктуры вузов с привлечением как государственного финансирования, так и частных инвестиций, а также массовая подготовка преподавателей, владеющих необходимыми цифровыми компетенциями.

3. Развитие технологических и организационных решений в сфере онлайн-образования для повышения вовлеченности слушателей в образовательный процесс, реализации их творческого потенциала и развития креативности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Аптекман А. и др. (2017). Цифровая Россия: новая реальность / А. Аптекман, В. Калабин, В. Клинцов, Е. Кузнецова, В Кулагин, И. Ясеновец. McKinsey & Company, 133 с.

[9] *Классическое и онлайн-образование: что выбирают студенты?*//Государственный университет управления. Режим доступа: https://guu.ru/news_ru/54841 (дата обращения: 10.01.2019).

[10] *YiXue Education*. Режим доступа: http://www.classba.cn/en/ (дата обращения: 10.01.2019).

Беляев Г.Ю. (2017). Потенциально негативные тенденции развития современного образования и их влияние на воспитание как общественное явление//Наука сегодня: проблемы и перспективы развития: материалы международной научно-практической конференции: в 3 частях. С. 89−93.

Иванов В.Г., Кайбияйнен А.А., Мифтахутдинова Л.Т. (2017). Инженерное образование в цифровом мире//Высшее образование в России. № 12 (218). С. 136−143.

Hanna D. (1998). Higher education in an era of digital competition: Emerging organizational models//Journal of asynchronous learning networks. No 2.1. P. 66–95.

Olssen M., Peters M. (2005). Neoliberalism, higher education and the knowledge economy: From the free market to knowledge capitalism//Journal of education policy. No 20.3. P. 313–345.

REFERENCES

Aptekman A., Kalabin V., Klintsov V., Kuznetsova E., Kulagin V. and Yasenovets I. (2017), Digital Russia: a new reality [*Tsifrovaya Rossiya: novaya real'nost'*], McKinsey & Company, 133 p.

Belyaev G.Yu. (2017), "Potentially negative trends in the development of modern education and their impact on education as a social phenomenon" [*"Potentsial'no negativnye tendentsii razvitiya sovremennogo obrazovaniya i ikh vliyanie na vospitanie kak obshchestvennoe yavlenie"*], Science today: problems and prospects of development: proceedings of the international scientific and practical conference: in 3 parts [*Nauka segodnya: problemy i perspektivy razvitiya: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii: v 3 ch.*], pp. 89–93. (In Russian).

Hanna D. (1998), "Higher education in an era of digital competition: Emerging organizational models"*, Journal of Asynchronous Learning Networks*, no. 2.1, pp. 66–95.

Ivanov V.G., Kaibiyainen A.A. and Miftakhutdinova L.T. (2017), "Engineering education in the digital world" [*"Inzhenernoe obrazovanie v tsifrovom mire"*], Higher Education in Russia [*Vysshee obrazovanie v Rossii*], no. 12 (218), pp. 136–143. (In Russian).

Olssen M. and Peters M. (2005), "Neoliberalism, higher education and the knowledge economy: From the free market to knowledge capitalism", *Journal of education policy*, 2005, no. 20.3, pp. 313–345.

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

[1]Elearning market trends and forecast 2017–2021, Docebo, available at: https://eclass.teicrete.gr/modules/document/file.php/TP271/Additional%20material/docebo-elearning-trends-report-2017.pdf (accessed 10.01.2019).

[2] Ibid.

[3] Ibid.

[4] Ministry of Education and Science have proposed to legalize self-education, Izvestiya, available at: https://iz.ru/850525/2019-02-27/minobrnauki-predlozhilo-uzakonit-samoobrazovanie (accessed 10.01.2019).

[5] Indicators of information society development in the Russian Federation, Federal State Statistics Service, available at: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/monitor_rf.xls (accessed 10.01.2019).

[6] Speech by the President of the Russian Union of Rectors V.A. Sadovnichii, available at: http://fgosvo.ru/uploadfiles/presentations/akkred/Sadov.pdf (accessed 10.02.2019). (In Russian).

[7] Ibid.

[8] Available at: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/monitor_rf.xls (accessed 10.01.2019).

[9] "Classical and online education: what do students choose?", State University of Management, available at: https://guu.ru/news_ru/54841 (accessed 10.01.2019).(In Russian).

[10] YiXue Education, available at: http://www.classba.cn/en/ (accessed 10.01.2019).

Классификация предпринимательских рисков в целях определения бизнес-процессов владельца бизнеса

Получено: 28.02.2019; одобрено: 29.03.2019; опубликовано: 19.04.2019

УДК 330.341.4 JEL D81 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-26-32

Куксов Александр Сергеевич

Канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
ORCID ID: 0000-0001-9142-3719
e-mail: Kuksov55@list.ru

Неопуло Клавдия Лазаревна

Канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
ORCID ID: 0000-0001-8306-0444
e-mail: kneopulo@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Владельческое управление бизнесом неизбежно предполагает наличие инструментов его реализации. Совокупность инструментов такого управления эффективна тогда, когда ее удается встроить в общую систему бизнес–процессов. Проблема заключается в выделении тех управленческих бизнес–процессов, где необходимо участие владельца. Обоснование определения таких бизнес–процессов возможно на основе систематизации и выделения тех рисков, которые должен принимать на себя владелец бизнеса.

В теории и практике менеджмента основное внимание уделяется управлению организацией, которое осуществляют наемные специалисты–менеджеры. Роль владельцев бизнеса крайне редко рассматривают как самостоятельный вид деятельности. Между тем, цели и роль владельцев бизнеса далеко не адекватны целям и роли менеджеров. Указанное обстоятельство делает актуальной проблему владельческого управления бизнесом.

В настоящее время в литературных источниках используют термины «владельческий контроль» и «владельческое управление». Эти термины не совпадают по своему значению. Владельческое управление включает в себя владельческий контроль и возникает тогда, когда владелец решает проблемы стратегического развития. Если цели стратегического развития по каким–либо причинам не ставятся, владельцу остается разрабатывать систему владельческого контроля за текущим состоянием бизнеса.

Владельческое управление бизнесом должно строиться на разработке и контроле бизнес–процессов организации. Владелец физически не может контролировать все бизнес–процессы, да в этом и нет необходимости. Возникает необходимость выделения тех бизнес–процессов, которые он обязательно должен контролировать. На наш взгляд, решение этой задачи может быть построено на основе соответствующей классификации предпринимательских рисков.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

Владелец бизнеса, топ-менеджмент, владельческое управление, предпринимательские риски, бизнес–процессы, риски владельцев бизнеса.

ЦИТИРОВАНИЕ

Куксов А.С., Неопуло К.Л. Классификация предпринимательских рисков в целях определения бизнес–процессов владельца бизнеса//*E-Management*. 2019. № 1. С. 26–32.

© Куксов А.С., Неопуло К.Л., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Classification of entrepreneurial risks in order to define business-processes of the business owner

Received: 28.02.2019; approved: 29.03.2019; published: 19.04.2019

JEL classification D81 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-26-32

Kuksov Alexander

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, State University of Management, Moscow, Russia
ORCID ID: 0000-0001-9142-3719
e-mail: Kuksov55@list.ru

Neopulo Klavdiya

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, State University of Management, Moscow, Russia
ORCID ID: 0000-0001-8306-0444
e-mail: kneopulo@mail.ru

ABSTRACT

Owned business management inevitably implies the availability of tools for its implementation. The set of tools for such management is effective, when it can be integrated into the overall system of business processes. The problem lies in the selection of those managerial business processes, where the participation of the owner is necessary. Justification of the definition of such business processes is possible on the basis of systematization and identification of the risks, that must be assumed by the business owner.

In theory and practice of management, the focus is on the management of the organization, which is implemented by hired specialists-managers. The role of business owners is rarely seen as an independent activity. Meanwhile, the goals and the role of business owners are far from adequate to the goals and roles of managers. This circumstance makes the problem of ownership business management urgent.

Currently, the terms “owner contro”l and “ownership management” are used in literary sources. These terms do not coincide in their meaning. Ownership management includes ownership control and occurs when the owner solves the problems of strategic development. If strategic development goals are not set for any reason, the owner remains to develop a system of ownership control over the current state of the business.

Ownership business management should be built on the development and control of the organization's business processes. The owner can not physically control all business processes, and this is not necessary. There is a need to highlight those business processes, that he must control necessarily. In our opinion, the solution of this problem can be built on the basis of an appropriate classification of entrepreneurial risks.

KEYWORDS:

Business owner, top management, owner management, entrepreneurial risks, business processes, risks of business owners.

FOR CITATION

Kuksov A.S., Neopulo K.L. Classification of entrepreneurial risks in order to define business-processes of the business owner (2019) *E-Management*, 2 (1), pp. 26–32. doi: 10.26425/2658-3445-2019-1-26-32

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

При обсуждении теоретических и практических проблем управления бизнесом в научной литературе основное внимание уделяется проблемам управления организацией и построения системы менеджмента внутри организации. Роль владельцев бизнеса в управлении часто остается в стороне и не выделяется как самостоятельная проблема. Между тем рост количества предпринимателей, управляющих малым и средним бизнесом, а также развитие нормативной базы и повышение степени прозрачности участия акционеров в управлении крупными компаниями, ставят указанную проблему в разряд одной и наиболее актуальных в настоящее время.

Очевидно, что собственнику небезразлично, как приумножается вложенный им в бизнес капитал. Известно, что владельцы вкладывают деньги не в активы, а в свои будущие доходы. Им важно, как увеличивается «цена» бизнеса, т.е. стоимость приходящейся им доли в конкретном предприятии.

Система факторов стоимости стала в последние годы новым инструментом поддержки принятия стратегических решений. Но цели бизнеса и цели отдельной компании различаются, более того, они привязаны к каждому уровню управления: владелец, топ-менеджер, средний уровень управления.

Основные постулаты стоимостного управления:

– главной целью стратегического управления является максимизация стоимости бизнеса и отдельной компании;

– стоимость бизнеса и отдельной компании в наибольшей степени связана с денежным потоком, который генерируется в результате основной деятельности;

– прирост стоимости бизнеса и компании является главным критерием эффективности управления.

Система стоимостного управления должна позволить оценить любое мероприятие, проводимое в компании, с точки зрения его воздействия на изменение стоимости бизнеса, т.е. с на основе описания совокупности факторов, влияющих на эффективность бизнеса.

Создать модель факторов стоимости могут только владельцы бизнеса во взаимодействии с топ-менеджерами компании на основании модельных расчетов в сочетании с экспертными оценками влияния качественных показателей на стоимость компании.

Одним из важных методологических элементов участия владельца бизнеса в управлении является решение ряда теоретических и практических задач, к которым можно, прежде всего, отнести следующие:

– разработка методологии проектирования владельцем бизнеса как системы хозяйственной деятельности, основанной на описании процессов и оценки стоимости, которую они создают;

– использование цепочки создания ценности (стоимости, добавленной стоимости) в качестве основы построения топ-менеджерами системы управления;

– разработка методологии предпринимательского управления в малом бизнесе и корпоративных структурах.

Одним из важных вопросов является моделирование бизнес-процессов владельческого управления. Прежде всего необходимо определить состав бизнес-процессов, в которых в той или иной степени должен принимать участие владелец бизнеса. Интересы и стремления собственников бизнеса и наемных топ-менеджеров не всегда совпадают. Согласование интересов должно строиться на базе стратегических целей развития бизнеса, определяемых владельцем. Участие владельца должно распространяться на все важные области деятельности, где возможны противоречия и различные подходы к принятию решений. При этом владельцы бизнеса и менеджмент организации должны тесно взаимодействовать при подготовке управленческих решений, и это взаимодействие должно быть эффективным.

Такую возможность дает использование методологии процессного управления бизнесом. Разработка бизнес-процессов для конкретной организации всегда индивидуальна, однако есть целый ряд общих методических вопросов реализации этой задачи. Целью исследования является разработка технологии моделирования бизнес-процессов организации, в которых необходимо участие владельца бизнеса. Для достижения этой цели в исследовании поставлены следующие задачи:

1) обосновать необходимость и целесообразность выделения бизнес-процессов, в которых необходимо участие владельца бизнеса;

2) определить критерии выделения бизнес-процессов, в которых необходимо участие владельца бизнеса.

Под процессом следует понимать совокупность действий, приводящих к получению конкретного результата, который в свою очередь является предметом следующего процесса или конечным продуктом. Для какого-либо изменения процесса организации следует работать с отдельными операциями и их взаимоотношениями.

При конкретизации процесса в отношении бизнеса следует учитывать следующие факторы. Понимая процесс как нечто, имеющее на выходе выполнение поставленной цели, можно сказать, что бизнес-процесс имеет на выходе выполнение бизнес-цели. Однако это не ключевой фактор, определяющий бизнес-процесс. Бизнес-процесс должен предоставлять что-то (продукт, услугу) кому-либо вне этого процесса (личности, организации), причем это должно иметь определенную ценность для последнего. При этом, чтобы называться бизнес-процессом, этот результат должен иметь ценность для самого бизнеса. Это означает, что кто-либо (потребитель, клиент), заплатит за продукт, или услугу, которые породит конкретный процесс. Однако и этого недостаточно для определения бизнес-процесса, так как он должен еще и согласоваться с корпоративными ценностями и стратегией, т.е. схемы, позволяющие генерировать прибыль, сами по себе еще не являются бизнес-процессами, потому что они могут и не быть частью ядра бизнеса, частью его ключевой деятельности. Подводя итог, можно сказать следующее.

Бизнес-процесс – совокупность скоординированных заданий и действий, осуществляемых человеком и оборудованием, которые приводят к выполнению конкретных целей организации.

Бизнес-процесс должен:

1) предоставлять нечто, имеющее ценность, кому-либо вне этого процесса;

2) создавать стоимость для организации, в которой он имеет место;

3) соответствовать корпоративным ценностям и стратегии.

Владельческое управление включает в себя владельческий контроль, но не ограничивается им, а предполагает разработку стратегических задач развития компании.

Наиболее воспринятым методом решения проблемы реализации стратегических целей в рамках оперативной деятельности компании в настоящее время является метод системы сбалансированных показателей (далее – ССП), предложенный Д. Нортоном и Р. Капланом. В структуре управления бизнесом через ССП выделяют следующие шаги:

1) разработка стратегии. Определение миссии, видения и ценностей, проведение стратегического анализа. Формулировка стратегии;

2) перевод стратегии. Определение стратегический целей и задач, выбор измерителей, стратегических инициатив;

3) операционное планирование. Улучшение ключевых процессов, разработка плана продаж, ресурсоемкости, подготовка бюджетов;

4) мониторинг и исследование. Проведение обзоров стратегии, операционных процессов;

5) тестирование и адаптация стратегии. Проведение финансового анализа, анализа корреляции стратегии и бизнес-процессов, рассмотрение новых возникающих стратегий.

Традиционно в работах, рассматривающих методические вопросы внедрения ССП, как инструмента достижения стратегических целей, говорится о том, что система показателей разрабатывается для подразделений организации. В.Г. Елиферов и В.В. Репин [2009] указывают на необходимость увязки системы стратегических целей и показателей не с планами работы подразделений, а с параметрами бизнес-процессов, что, на наш взгляд, является более продуктивным.

Эта модель помогает соблюдать привязанность операционных процессов к стратегии и, следовательно, определяет контекст, в котором происходит управление бизнес-процессами.

Правильное выстраивание бизнес-процессов в организации является катализатором совершенствования деятельности организации по всем параметрам, включая качество товара и обслуживания, скорость производства или обслуживания, при оптимизации издержек в самом широком смысле этого слова. Правильный процесс в организации элементарно позволяет пропустить большее количество информации, средств, всевозможных ресурсов через выстроенную систему в единицу времени и получить на выходе большее количество продукции, большее количество обслуженных клиентов, увеличенную прибыль, возросшую стоимость бизнеса.

Анализ литературных источников показывает, что технология проектирования бизнес- процессов и управления ими имеет мощное теоретическое обоснование и широко используется в практике ведущих корпораций. Вместе с тем, до последнего времени, владельцы бизнеса не рассматривались как отдельные участники процессного управления. Чаще всего используется обезличенный термин «руководство компании», куда по умолчанию включаются и владельцы. На наш взгляд, участие владельцев в бизнес-процессах организации

должно анализироваться отдельно, поскольку должны быть обеспечены интересы владельца в управлении бизнесом в целом и обеспечена приоритетность достижения целей владельцев, но не менеджмента организации.

Владельцы бизнеса ведут деятельность, существенно отличающуюся от деятельности наемных менеджеров. Связано это с тем, что предприниматель − владелец бизнеса (своего дела) выполняет особые функции. Прежде всего, предприниматель отличается от наемных работников (менеджеров) следующими признаками:

– умением находить и реализовывать бизнес-идеи;
– активной ролью в поиске и привлечении ресурсов;
– прямой заинтересованностью в развитии бизнеса;
– наличием собственности (активов);
– нацеленностью на получение доходов от собственности;
– наличием риска потерять собственность (активы) при неверно принятых решениях;
– наличием ответственности перед обществом, работниками и потребителями.

Вместе с ростом масштабов производства усложняются функции предпринимателя − владельца бизнеса. Часть функций по управлению собственностью предприниматель передает наемным менеджерам, поэтому одна из задач, стоящих перед предпринимателем − качественно сформировать команду менеджеров. Каждое подразделение предприятия выполняет определенную часть специализированных функций, а все они вместе должны обеспечивать рациональное (эффективное) использование объектов собственности в интересах предпринимателя, т.е. приносить доход, компенсирующий физический и моральный износ имущества и максимально возможную прибыль, получаемую предпринимателем.

За предпринимателем остается функция систематического контроля за выстроенной им системой отношений собственности. Эта система постоянно развивается, что усложняет задачи владельческого контроля.

Одна из основных обязанностей владельца − контроль наемного топ-менеджмента. В современном бизнесе наиболее распространен метод контроля посредствам ввода системы показателей эффективности (KPI), по которым собственник оценивает проделанную работу и определяет размер бонусов наемного директора.

Владельческий контроль − контроль не только деятельности наемного менеджера посредством KPI, но и контроль каркаса бизнеса. Если каркас бизнеса сохранен, то при любом исходе бизнес всегда можно начать с «точки восстановления» и даже его улучшить; потеря, разрушение каркаса − потеря, разрушение бизнеса. Владельческий контроль − комплекс мер владельца по приведению бизнеса в нужное ему состояние. Они осуществляются по всем важным направлениям работы: результаты, сотрудники, рынок, финансы и их использование, бизнес-проекты, производство, безопасность, управление и роль владельца.

Набор функций менеджмента и владельца не остаются неизменными, но меняются на каждом этапе жизненного цикла компании. Анализ целей и функциональных возможностей менеджмента и владельца на этапах жизненного цикла компании показал, что, несмотря на их изменения, некоторые важнейшие позиции в создании и развитии бизнеса остаются за владельцем. Обобщая, можно определить основные различия деятельности владельцев и менеджеров.

1. Владелец:
– создание бизнеса;
– разработка стратегии и направлений развития бизнеса;
– определение его конкретики: концепции брендов, системы взаимоотношений с сотрудниками и т.п.;
– постановка стратегических целей, краткосрочных, персональных целей;
– контроль достижения менеджментом поставленных целей.

2. Менеджер: организация деятельности путем преобразования имеющихся ресурсов и возможностей в определенные/желаемые владельцем результаты.

Свою деятельность по управлению бизнесом предприниматель-владелец может строить на основе интуиции и реагирования на изменения среды, но может строить и системно, разрабатывая и внедряя особый комплекс бизнес-процессов – бизнес-процессов владельца бизнеса. Выявленные различия в деятельности владельцев и менеджмента дают возможность выделить основные бизнес-процессы, в которых необходимо участие владельца, однако такой подход не позволяет считать полученный результат исчерпывающим. Необходимы более строгие критерии выделения бизнес-процессов владельца. На наш взгляд, таким критерием может стать соответствующая систематизация предпринимательских рисков.

Вопросы классификации рисков исследованы М.В. Хачатуряном [2017a, 2017b], В.В. Масленниковым и др. [2018]. Сложность классификации рисков заключается в их многообразии. На сегодня в экономической литературе не сложилось общепризнанной классификации предпринимательских рисков. Чаще других выделяют следующие группы: внутренние и внешние, финансовые, проектные, инвестиционные, юридические, страховые, операционные, экологические и др. При этом конкретные риски могут быть одновременно отнесены к разным группам, а разные группы рисков иногда полностью или частично входить в состав других групп. Систематизация рисков, распределение их по группам, позволяет заложить основу для построения эффективной системы управления рисками. При этом подход к их классификации во многом определяется целями создаваемой системы.

Поскольку задача управления рисками должна решаться в привязке к конкретному объекту и доступной совокупности инструментов управления рисками, постольку совокупность рисков, которыми необходимо управлять, и инструментов управления является специфичной для каждой организации. Вместе с тем можно сформулировать общие правила по выделению групп рисков и построению соответствующих бизнес-процессов.

Д.В. Соколов [2011] обосновал модель, позволяющую увязать риски, бизнес-процессы организации и владельцев рисков. Автор ставил задачу создания многозадачной классификации рисков. Такая классификация, по мнению автора, должна решать задачи измеримости рисков, определять зоны ответственности лиц, занимающихся их управлением, и иметь механизмы адаптации под особенности деятельности организации. В приведенной работе выделены 5 групп рисков: стратегические, финансовые, операционные, юридические и репутационные. Достоинством такой классификации является то, что, во-первых, эти виды рисков можно отделить друг от друга, во-вторых, любой частный риск может быть отнесен к одной из указанных групп. Д.В. Соколов показал возможность построения трехмерных матриц, увязывающих риски, их владельцев, бизнес-процессы организации и внешние факторы. К возможным владельцам рисков отнесены: владельцы, топ-менеджмент, внутренние аудиторы, подразделение риск-менеджмента, прочие структурные подразделения. С этим перечнем возможных владельцев риска можно согласиться, однако вопрос о том, когда риски должен принимать на себя владелец бизнеса, а когда передавать их менеджменту, остался открытым.

Для решения этой задачи мы предлагаем другую классификацию рисков. Будем считать, что изначально все риски берет на себя владелец бизнеса, а затем какие-то риски он оставляет за собой, а другие передает менеджменту. С этой точки зрения риски могут быть разделены на следующие три группы:

– риски, которые могут быть минимизированы за счет организационно-технических мероприятий;

– риски недобросовестного или неадекватного поведения топ-менеджеров;

– риски, которые не могут быть минимизированы, но требуют предвидения.

Первая группа рисков самая большая и управление ими должно быть передано менеджменту. Имеются апробированные инструменты риск-менеджмента, позволяющие держать ситуацию под контролем в рамках операционной деятельности, управления персоналом, взаимоотношениями с имеющимися поставщиками и каналами сбыта и т.п. Само управление такими рисками может быть организовано лучше или хуже в зависимости от возможностей организации и построения бизнес- процессов в ней, однако оно не требует постоянного участия владельца. Участие владельца возможно в двух случаях:

1) периодический контроль за эффективностью системы риск-менеджмента;

2) контроль за отдельными рисками в случае, когда они становятся критическими.

Вторая группа рисков неизбежно остается прерогативой владельца. Контроль за деятельностью топ-менеджеров может осуществляться как с помощью формализованных процедур (например, системы показателей KPI или анализа финансовой отчетности), так и другими способами (например, оценка психологического климата в организации). Обычно в рамках крупных компаний создают отделы владельческого контроля, которые и выполняют указанную выше функцию.

Третья группа рисков – это, в основном, стратегические и проектные риски. Принятие стратегических решений или выбор проектов всегда осуществляются в условиях неопределенности внешней среды. Компания, заинтересованная в развитии, не может отказаться от принятия таких решений вообще. Хотя существуют аналитические инструменты, позволяющие лучше обосновать стратегические решения или эффективность отдельных проектов, всегда остаются внешние риски. Принятие таких рисков, т.е. выбор решений по соотношению риск/доходность – функция владельцев (или их представителей в лице совета директоров).

После принятия решений управление рисками может быть передано менеджменту. Однако особенность управления рисками из этой группы заключается в том, что оценка рисков может меняться в процессе реализации стратегии или проекта. Это вызывает необходимость постоянного контроля состояния рисков, который может быть возложен на отдел владельческого контроля. Ситуация, когда эти риски становятся критическими, требует вмешательства владельца, т.е. управление рисками этой группы требует такого построения бизнес–процессов, в котором в зависимости от текущей оценки риска возможен переход владения процессом от менеджмента к владельцу бизнеса и наоборот.

Таким образом, предлагаемая классификация рисков позволяет, на наш взгляд, выделить те бизнес-процессы, в которых необходимо участие владельцев бизнеса:

– периодический контроль эффективности операционной деятельности;

– контроль и принятие решений по управлению критическими рисками в операционной деятельности;

– контроль эффективности деятельности топ менеджеров и ее непротиворечивости интересам владельца;

– принятие стратегических или проектных решений, требующих предвидения в условиях неопределенности;

– общий контроль за реализацией стратегических и проектных решений;

– принятие решений в случае возникновения критических рисков в ходе реализации принятой стратегии или отдельных проектов.

Бизнес-процессы, в которых необходимо участие владельца, должны включать еще и отдел владельческого контроля, одной из функций которого является подготовка соответствующей информации для владельца.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Елиферов В.Г., Репин В.В. (2009). Бизнес-процессы: регламентация и управление: Учебник. М.: ИНФРА-М. 319 с.

Соколов Д.В. (2011). Классификация рисков, как многозадачный инструмент риск – менеджмента организаций// Управление экономическими системами. Режим доступа: http://www.uecs.ru/uecs30-302011/item/489-2011-06-16-07-22-37 (дата обращения: 05.02.2019).

Масленников В.В. [и др]. (2018). Моделирование владельческого управления бизнесом с учетом рисков экономической безопасности (на примере торговой деятельности) / В.В. Масленников, Ю.В. Ляндау, И.А. Калинина, А.А. Трохов// Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. № 1. С. 123−131. https://doi.org/10.21686/2413-2829-2018-1-123-131.

Хачатурян М.В. (2017a). Управление владельческими рисками – элемент обеспечения экономической устойчивости организации. Москва: Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, 298 с.

Хачатурян М.В. (2017b). К проблемам повышения эффективности систем управления владельческими рисками на основе «цифровых» технологий//Экономика и предпринимательство. № 12−3 (89). С. 436–438.

REFERENCES

Eliferov V.G, Repin V.V. (2009), Business processes: regulation and management: tutorial [*Biznes-protsessy: reglamentatsiya i upravlenie: Uchebnik*], INFRA-M, Moscow, 160 p. (In Russian).

Sokolov D.V. (2011), “Risk classification as a multi-tasking risk management tool for organizations” [“Klassifikatsiya riskov, kak mnogozadachnyi instrument risk – menedzhmenta organizatsii”], Management of economic systems [*Upravlenie ekonomicheskimi sistemami*]. Available at: http://www.uecs.ru/uecs30-302011/item/489-2011-06-16-07-22-37 (accessed 05.02.2019). (In Russian).

Maslennikov V.V., Lyandau Y.V., Kalinina I.A., Trokhov A.A. (2018), “Modeling of business ownership management taking into account the risks of economic security (Illustrated by trade activity)” [“Modelirovanie vladel’cheskogo upravleniya biznesom s uchetom riskov ekonomicheskoi bezopasnosti (na primere torgovoi deyatel’nosti)”], Bulletin of the Plekhanov Russian University of Economics [*Vestnik Rossiiskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G.V. Plekhanova*], no. 1, pp. 123−131. (In Russian). https://doi.org/10.21686/2413-2829-2018-1-123-131.

Hachaturyan M.V. (2017a), Owning risk management is an element of ensuring the economic sustainability of an organization [*Upravlenie vladel’cheskimi riskami – element obespecheniya ekonomicheskoi ustoichivosti organizatsii*], Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, 298 p. (In Russian).

Hachaturyan M.V. (2017b), “To the problems of increasing the effectiveness of owner-based risk management systems based on “digital” technologies” [“K problemam povysheniya effektivnosti sistem upravleniya vladel’cheskimi riskami na osnove «tsifrovykh» tekhnologii”], Journal of economy and entrepreneurship [*Ekonomika i predprinimatel’stvo*], no. 12–3 (89), pp. 436–438. (In Russian).

Блокчейн в системе государственных закупок

Получено: 23.01.2019; одобрено: 28.02.2019; опубликовано: 19.04.2019

УДК 004.891.2 JEL L86; Z18 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-33-41

Косян Нарине Григорьевна

Магистр, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
e-mail: nari93@yandex.ru

Милькина Ирина Владимировна

Канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
ORCID ID: 0000-0002-5254-6326
e-mail: Irina_milkina@bk.ru

АННОТАЦИЯ

Государственные закупки занимают существенную долю в затратной части бюджета страны. Решение задачи эффективного расходования бюджетных средств невозможно без налаживания рациональной и прозрачной системы государственных закупок. На основе мировой практики в Российской Федерации разработана и внедрена система организации государственных закупок.

Актуальность исследования определяется тем, что в России продолжается масштабная реформа практики проведения государственных закупок в связи с тем, что в январе 2014 г. вступил в силу новый Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Контрактная система играет важнейшую системообразующую роль в российском обществе. Свободный и взаимовыгодный экономический договор остается одним из главных институтов рынка. Именно поэтому заказ государства и отдельных видов юридических лиц формирует экосистему, в которой развивается и под которую подстраивается весь российский бизнес.

Одним из основополагающих принципов реализации государственной закупочной политики является принцип повышения эффективности. В настоящее время прослеживается тенденция развития теневых отношений, недостаточного уровня качества удовлетворения запросов общества. Существующая институциональная модель управления государственными закупками Москвы не в полной мере обеспечивает на практике воспроизводство необходимых экономических и социальных эффектов, уделяя основное внимание экономическим. Проблемы низкого качества управления закупками Москвы требуют глубокой проработки и оценки необходимого уровня эффективности инструментария с целью совершенствования экономических и социальных отношений в бюджетной сфере. Целью данной статьи является разработка предложений по совершенствованию механизма проведения государственных закупок.

Авторы статьи рассматривают возможность применения технологии блокчейн при проведении государственных закупок. Использование этой технологии сократит временные затраты на обработку документации, снизит степень коррупции в процессе государственных закупок через создание репутационных списков, доступных всем участникам этого процесса. Кроме того, использование смарт-контракта позволяет минимизировать количество посредников при заключении государственных контрактов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Государственные закупки, контрактная система, технологии цифровой экономики, блокчейн, смарт-контракты, государственные заказчики.

ЦИТИРОВАНИЕ

Косян Н.Г., Милькина И.В. Блокчейн в системе государственных закупок//E-Management. 2019. № 1. С. 33–41.

© Косян Н.Г., Милькина И.В., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Blockchain in the public procurement system

Received: 23.01.2019; approved: 28.02.2019; published: 19.04.2019

JEL classification L86; Z18 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-33-41

Kosyan Narine

Master of Degree, State University of Management, Moscow, Russia
e-mail: nari93@yandex.ru

Mil'kina Irina

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, State University of Management, Moscow, Russia
ORCID ID: 0000-0002-5254-6326
e-mail: Irina_milkina@bk.ru

ABSTRACT

Public procurement accounts for a significant share of the country's budget. It is impossible to solve the problem of effective budget spending without establishing a rational and transparent system of public procurement. On the basis of international practice, a system of public procurement has been developed and implemented in the Russian Federation.

The relevance of the study of this article is determined by the fact, that a large-scale reform of the practice of public procurement is continued in Russia due to the fact that in January 2014 entered into force a new Federal law dated on April 5, 2013 № 44-FZ "On the contract system in the procurement of goods, works, services for state and municipal needs".

The contract system plays an important system-forming role in Russian society. A free and mutually beneficial economic treaty remains one of the main institutions of the market. For this reason the order of the state and separate types of legal entities forms ecosystem, in which all Russian business develops and under which adapts.

One of the fundamental principles of the state procurement policy is the principle of increasing efficiency. Currently the trend of the development of the informal relations, the insufficient level of quality meet the requirements of the society. The existing institutional model of public procurement management in Moscow does not fully ensure in practice the reproduction of the necessary economic and social effects, focusing on economic. The problems of poor quality of procurement management in Moscow require a deep study and evaluation of the necessary level of efficiency of tools to improve economic and social relations in the public sector. The purpose of this article is to develop proposals for improving the mechanism of public procurement.

The authors of the article consider the possibility of using blockchain in public procurement. The use of this technology will reduce the time spent on the processing of documentation, reduce the degree of corruption in the process of public procurement, by creating reputational lists available to all participants in this process. In addition, the use of a smart contract allows to minimize the number of intermediaries in the conclusion of public contracts.

KEYWORDS

Public procurement, contract system, digital economy technologies, blockchain, smart contracts, public customers.

FOR CITATION

Kosyan N.G., Mil'kina I.V. Blockchain in the public procurement system (2019) *E-Management*, 2 (1), pp. 33–41. doi: 10.26425/2658-3445-2019-1-33-41

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Государственные закупки в настоящее время являются одним из важнейших инструментов регулирования социально-экономической сферы как в региональном, так и в государственном масштабе. Создание единой системы государственных закупок является продолжительным и широкомасштабным процессом, который должен сопровождаться развитием правового, технологического и информационного обеспечения для эффективного внедрения этого процесса в современное государственное управление [Мельников, 2018]. Государственный (муниципальный) заказ – способ организации бюджетного финансирования, при котором выделение бюджетных средств бюджетополучателям осуществляется на основе заданий органов государственного управления на закупку товаров, выполнение работ или оказание услуг для удовлетворения государственных (муниципальных) нужд и оформляется на основе контракта с поставщиками, исполнителями или подрядчиками[1]. В рыночных условиях единого экономического пространства формируется механизм распределения государственных заказов на конкурентных началах, который заложен в основу контрактной системы [Седова, 2014]. Таким образом, контрактная система выступает приоритетным механизмом регулирования отношений, формируемых при удовлетворении государственных (муниципальных) потребностей (нужд), что и обусловливает необходимость и актуальность проработки проблем, возникающих в процессе управления контрактной системы страны.

Как показывает мировая практика, во многих странах государственные закупки рассматривают как элемент системы поддержки экономической и социальной стабильности [Милькина, Косарин, 2017]. Специфика формирования и развития системы государственных закупок в разных странах зависит от их законодательства, существующих правовых институтов и традиций реализации государственных закупок. Различия в системе законодательства, соотношении законов, подзаконных актов и других нормативных документов с общим их количеством существенно влияет на особенности функционирования системы государственных закупок каждого государства. В связи с этим как в России, так и за рубежом накапливаются определенный практический опыт управления процессом эффективного распределения государственных бюджетных средств, где государственные закупки становятся неотъемлемой частью данного процесса [Коношко и др., 2016]. Анализ российского и мирового опыта показывает, что государственные закупки являются одним из основных и значимых инструментов управления социально-экономической сферой государства и регулирования рыночного механизма.

Термин «государственные закупки» (англ. government procurement, public tendering, public procurement) возник в начале 80-х гг. XX в. в США, а затем получил распространение в Европе. В России этот термин стал популярным с конца 90-х гг. XX в. Со временем содержание понятия «государственные закупки» претерпело значительные изменения. В настоящее время данный используется для обозначения деятельности органов государственной власти по приобретению товаров, работ или услуг, которые им необходимы для выполнения своих функций [Сергеева, 2018]. Иными словами, связь между понятиями «государственная закупка» и «контрактная система» упрощенно можно свести к соотношению «целое − часть».

Основными проблемами функционирования контрактной системы на протяжении всего периода развития данного инструмента, включая и современный этап, выступает коррупция, преобладание бюрократической составляющей, несовершенство системы управления, а также слабая проработанность нормативных правовых актов, регламентирующих процесс закупок, что зачастую приводит к разногласиям в вопросах решения спорных ситуаций и противоречиям при представлении государственными органами, осуществляющими контроль за процессом реализации контрактной системы и консультирование по вопросам применения отдельных положений регламентирующих актов и разъяснений по таким вопросам. Данные проблемы также характерны для российской контрактной системы как на федеральном уровне, так и на региональном. В последнее время при рассмотрении вопроса сокращения расходов было выявлено значительное снижение экономии бюджетных средств в результате использования конкурентных способов закупок, что явилось следствием усиления требований к участникам процедур. В результате введения более жестких условий допуска к участию в аукционе, конкурсе, запросе котировки и запросе предложений у поставщиков (подрядчиков, исполнителей) возникли большие трудности с подготовкой всех необходимых документов

[1] *Федеральный закон* от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.03.2019) СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/ (дата обращения 09.01.2019).

для участия, а также с правильностью и полнотой их размещения на торговых площадках. Следствием этого послужило большое количество несостоявшихся процедур определения поставщика.

Рассмотрим проблемы осуществления государственных закупок и определим направления их решения на примере Москвы.

Одной из существенных проблем является отсутствие финансовых ресурсов. Так, например, в большинстве случаев Департамент финансов Москвы отказывал в согласовании заявок на такие закупки в связи с отсутствием финансовых ресурсов в текущем квартале. Тем не менее, многие организации Москвы в начале 2019 г. пролонгировали свои контракты на оказание услуг местной, внутризоновой и междугородней связи, на продление лицензий на программные продукты и прочее, но удовлетворение этой потребности становится невозможным из-за неравномерного финансирования бюджетных обязательств. Вследствие этого, учреждения вынуждены заключать контракты с единственным поставщиком в рамках установленных на год лимитов или откладывать закупку на следующие кварталы, рискуя лишиться жизненно важных для функционирования организации товаров (работ, услуг). С аналогичной проблемой финансирования уже заключенных и выполненных контрактов сталкиваются различные бюджетные учреждения города Москвы на этапе выполнения своих обязательств в части оплаты поставленных товаров, оказанных услуг, выполненных работ. В результате анализа определены основные факторы, сдерживающие эффективное функционирование системы государственных закупок в Москве:

– нарушение сроков публикации информации о заключении контракта в реестре государственных контрактов;

– нарушение сроков размещения информации об исполнении контракта в реестре государственных контрактов;

– не размещение документов, подтверждающих обоснованность отказа заказчика от заключения контракта с победителем конкурсной процедуры;

– нарушение сроков и не размещение отчета об исполнении контракта.

Основными причинами не заключения контрактов выступают:

– предписание контролирующего органа об аннулировании торгов и об отмене всех совершенных действий и принятых решений по осуществлению закупки;

– отказ в согласовании заключения контракта с единственным поставщиком по результатам несостоявшихся процедур.

Основные причины признания конкурсных процедур несостоявшимися следующие:

– отсутствие заявок на участие в конкурсной процедуре по окончании срока подачи заявок;

– подача и допуск к участию в конкурсной процедуре единственной заявки;

– допуск к участию в конкурсной процедуре только одной заявки по причине несоответствия установленным требованиям поданной на конкурс документации.

Анализ информации, размещенной в Единой информационной системе государственных закупок, показал следующие проблемы в системе управления государственными закупками по Москве:

– низкий уровень профессиональной подготовки кадрового состава контрактной службы и комиссий по осуществлению закупок, возникший в результате коротких сроков и высоких затрат на обучение, а также высокой текучести кадров;

– недостаточность квалификации кадров со стороны поставщика (подрядчика, исполнителя);

– низкая престижность профессии контрактного управляющего, обусловленная жестким регламентированием всех процедур процесса закупок со стороны законодательства;

– значительный спад объема экономии по торгам, выступающего одним из ключевых показателей экономической эффективности управления контрактной системой, в результате слабой конкурентной среды;

– разрастание бюрократического аппарата, которое приводит к затягиванию сроков осуществления закупок;

– неравномерная структура финансирования государственных организаций, заставляющая заказчиков переносить наиболее крупные, а иногда и наиболее важные закупки на последние месяцы года. Отмена или признание несостоявшимися таких закупок может привести к невыполнению государственной организацией и органа власти принятых на себя обязательств;

– отсутствие механизма управления временными ресурсами;

– изъяны организационного инструктажа, выраженные в неоднозначности и разночтениях представителями уполномоченных органов некоторых положений законодательства в сфере государственных

закупок, а также в дефиците информации, вызванные в конкретном случае отсутствием бесплатных семинаров, вебинаров по вопросам вступления в силу новых правовых актов, устанавливающих дополнительные требования в процессе закупок и изменения уже существующих;

– технологическое несовершенство Единой информационной системы, препятствующее реализации многих методов организационно-распорядительного управления.

Решение выявленных проблем, безусловно, является одним из ключевых направлений совершенствования системы государственных закупок.

Эффективность механизма, лежащего в основе контрактной системы определяется главным образом прозрачностью процедуры госзакупок на каждом этапе ее осуществления – начиная с этапа формирования потребности в товаре, работе, услуги и заканчивая исполнением государственного контракта. В качестве индикаторов для данных процессов используются следующие показатели эффективности контрактной системы.

1. Оценка потребностей, приглашение к участию в закупке, подготовка заявок – индикатор позволяет оценить качество, обоснованность и прозрачность информации, предоставленной закупающей организацией потенциальным участникам.
2. Подача заявок – индикатор позволяет оценить требования, которые поставщик, подрядчик, исполнитель должен соблюсти с целью допуска его заявки к участию.
3. Вскрытие, оценка заявок, заключение контракта – индикатор является мерой того, насколько нормативная база и процедура проведения закупки обеспечивают справедливое и прозрачное вскрытие и оценку заявок, а также насколько прозрачен будет процесс заключения контракта и насколько проинформированы о решении закупающей организации будут проигравшие участники закупки.
4. Содержание и управление контрактом – индикатор, характеризующий качество выполнения контракта, включающее в себя изменение, расторжение контракта, а также этап приемки-сдачи поставленных товаров, выполненных работ, оказанных услуг.
5. Гарантийные обязательства – индикатор позволяет оценить объем и достаточность требований к гарантийным обязательствам поставщика, исполнителя, подрядчика;
6. Платежные обязательства – индикатор фокусируется на времени и операциях, позволяющих поставщику, подрядчику, исполнителю получить оплату по контракту на стадии его выполнения.
7. Жалобы, поданные в органы первой инстанции: индикатор раскрывает и характеризирует процесс подачи жалоб по результатам закупки в органы первой инстанции.
8. Жалобы, поданные в органы второй инстанции: индикатор позволяет оценить возможность конфликтующих сторон обжаловать решение органов первой инстанции до обращения в органы второй инстанции, и, если это возможно, проанализировать затраты времени и денежных средств на данный процесс, а также сформировать его характеристику.

Для оценки перечисленных выше индикаторов используют критерии, в наибольшей степени влияющие на конечный эффект осуществления государственных закупок: задержки в оплате, гарантийные обязательства, обеспечительные депозиты для заявок участников закупки, степень информатизации закупочного процесса, механизм подачи жалоб, время необходимое для вынесения решений по жалобам. В рамках данной системы оценки контрактной системы Российской Федерации (далее – РФ) неизменно высокие оценки получает существующий механизм подачи жалоб и предоставления отчетности. Среднее время подачи жалобы на любом этапе закупочной процедуры в РФ составляет семь календарных дней, время рассмотрения по законодательству – десять календарных дней, превышение установленных нормативов по срокам не превышает двух календарных дней. Затраты на подачу жалоб у участников закупочных процедур отсутствуют. Данные показатели, в сравнении со многими странами мира, ниже, что говорит о высокой эффективности претензионного механизма контрактной системы.

Согласно мировым тенденциям, в настоящее время все большую популярность и востребованность набирают технологии и методы цифровой экономики, которые позволяют автоматизировать большую часть рутинных процессов и максимально исключить человеческий фактор из тех процессов, где это необходимо. Понятие цифровой экономики закреплено в Указе Президента РФ от 9 мая 2017 г.[2] и имеет следующую

[2] У*каз Президента РФ* от 09.05.2017 г. № 203 «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы».//СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ (дата обращения 09.01.2019).

дефиницию: хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг.

В применении к теме исследования интерес представляют конкретные технологии и методы цифровой экономики – такие, как интернет вещей, искусственный интеллект, большие данные, машинное обучение, блокчейн. Рассмотрим возможности применения каждой технологии с целью совершенствования механизма контрактной системы.

Одной из наиболее значимых и применимых к контрактной системе технологий цифровой экономики выступает блокчейн (blockchain), которая позволяет децентрализовать функции органов власти и распределить их между всеми членами общества, повысив доверие граждан к государственному аппарату. Данная технология представляет собой распределенную базу данных, устройства хранения информации которой не подключены к общему серверу, т.е. децентрализованы и распределены между всеми участниками сети[3].

Рассмотрим возможности, которые появляются в случае внедрения технологии блокчейн в систему государственных закупок.

1. Экономия временного ресурса – сокращение времени на протяжении всего процесса осуществления закупки, начиная от этапа планирования, заканчивая контролем и мониторингом закупочной деятельности конкретной организации.

На примере этапа подготовки и подачи заявки на участие в процедуре закупки рассмотрим цепочки совершения операций и проанализируем влияние технологии блокчейн с позиции экономии времени.

Сравнение процесса бумажной и электронной процедуры подачи заявки представлено на рисунке.

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. Схема перехода от бумажной процедуры к электронной в рамках этапа подготовки и подачи заявки
Figure. Scheme of transition from paper to electronic procedure under phase of preparation and submission of application

[3] *Что такое Блокчейн (Blockchain)?* Технология распределенного реестра простыми словами Режим доступа: https://mining-cryptocurrency.ru/blockchain/ (дата обращения 09.01.2019).

Очевидно, что электронная процедура сокращает количество необходимых операций для подачи заявки на участие в закупочной процедуре практически в 2 раза. Стоит отметить, что наибольшее влияние на экономию временных ресурсов этапа подготовки и подачи заявки, в частности, оказывается за счет сокращения времени, затрачиваемого на физический обмен бумажными пакетами документации и их согласование.

Аналогичная тенденция наблюдается и на других этапах закупочного процесса, более того, в результате полной автоматизации закупочного процесса от этапа планирования до исполнения контракта часть промежуточных звеньев становится не нужной и может быть ликвидирована из цепочки осуществления государственной закупки.

2. Смарт-контракты представляют собой электронный алгоритм, подразумевающий определенные условия, в случае выполнения которых происходит сделка, и заказчик получает заранее оговоренную «плату»[4]. Это могут быть деньги, документы или иная форма вознаграждения, которая предварительно переводится в электронный вид. Таким образом, расчет происходит только после того, как покупатель получил товар. Смарт-контракты в системе государственных закупок в первую очередь направлены на упрощение процесса участия в государственных закупках, снижение транзакционных издержек, развитие процесса контроля за качеством исполненных контрактов. Кроме того, умные контракты позволяют осуществить привязку каждой единицы криптовалюты системы государственных закупок к реализованному контракту, таким образом укрепив систему контроля и мониторинга за расходом бюджетных средств. Смарт-контракт позволит компаниям и государственным заказчикам минимизировать количество посредников при заключении государственных контрактов, повысить эффективность управления временными ресурсами.

«Умные контракты» в системе государственных закупок обладают рядом значительных преимуществ в сравнении с существующими:

– независимость, которая характеризуется в данном случае снижением излишней потребности в специалистах;

– безопасность, то есть запись контракта в зашифрованном виде в распределенной сети;

– надежность, заключающаяся в резервном хранении документов в блокчейн;

– экономия – минимизация количества ненужных посредников и излишнего бумажного документооборота;

– точность – исключение человеческого фактора при заполнении шаблонов и форм в следствии их отсутствия;

– финансовая стабильность, заключающаяся в обеспечении гарантии оплаты контракта по результатам его исполнения. Выполнение в полном объеме обязательств исполнителя, поставщика, подрядчика гарантирует изменение статуса контракта на «исполнено», что в свою очередь запускает механизм перечисления определенной контрактом суммы криптовалюты.

Более того, внедрение в систему государственных закупок смарт-контрактов сопряжено с необходимостью разработки форм технических заданий на различные виды продукции, контрактов и договоров, пакетов документов и прочее, что позволяет стандартизировать закупочную деятельность множества разрозненных заказчиков, упростить организацию проведения совместных закупок, а также способствует увеличению прозрачности всей контрактной системы, как для ее участников, так и для сторонних наблюдателей и контролирующих органов. В случае применения технологии блокчейн такие шаблоны и формы будут зафиксированы в программном коде и могут быть использованы любым организатором закупки. В свою очередь, новая модель контрактной системы, построенная на основе технологии блокчейн, еще на этапе ее внедрения потребует проведения детального анализа всей законодательной базы в сфере государственных закупок и ее оптимизации под текущие потребности, при этом сама технология блокчейн исключит вероятность дублирования одних и тех же положений.

Эффективным инструментов борьбы с коррупцией может стать технология блокчейн. Создатель блокчейн-платформы Ethereum В. Бутерин утверждает, что с помощью распределенного реестра удастся победить коррупцию[5]. В первую очередь подобная позиция связана с особенностями криптовалют, разработанных на основе данной технологии, а именно абсолютной ее прозрачности и достоверности: ни одна единица криптовалюты не может быть потрачена заказчиком без ведома всех участников распределенного

[4] *Тищенко М., Корчмарек Н.* (2017). «Алгоритм сделки: Госдуме предлагают узаконить в России контракты на базе блокчейна»//RT на русском, 6 октября. Режим доступа: https://russian.rt.com/9d7q (дата обращения: 09.01.2019).

[5] *Дубовой Е.* (2017). Без коррупции и бюрократии: что такое блокчейн и каковы возможности этой технологии//RT на русском, 21 декабря. Режим доступа: https://ru.rt.com/9x86 (дата обращения 09.01.2019).

реестра. Таким образом, достигается полная осведомленность о том, на какие нужды в конечном итоге была направлена денежная единица, что в свою очередь значительно снижается возможность чиновников в денежных манипуляциях.

Более того, технология блокчейн позволяет создавать репутационные списки для государственных служащих, в которые предполагается заносить информацию о совершенных чиновником манипуляциях с бюджетными средствами. Следовательно, любое коррупционное действие будет означать публичное доказательство вины конкретного чиновника. Такая запись в репутационном реестре не может быть удалена или откорректирована, так как любое подобное действие будет видно всем участникам распределенного реестра. В дальнейшем данные списки могут быть использованы рекрутинговыми службами для отбора кандидатов и при их оценке на конкурсные должности.

Технология блокчейн позволяет хранить все необходимые для работы справки, отчеты, акты и прочие юридические документы государственных служащих и потенциальных участников процедур закупки в распределенном реестре. Таким образом, будет достигнута минимизация бумажного документооборота, максимально оперативная их верификация и в то же время значительная экономия временных ресурсов на осуществления рутинных и формальных, но обязательных в рамках закона операций.

Исследованные возможности позволяют понять, что технология блокчейн в контрактной системе может стать ключевым инструментом глобальной переработки всей системы и ее вывода на следующий технологический уровень, который пока не достигла ни одна страна мира. Тем не менее, достижение максимальной отдачи от технологии блокчейн возможно лишь при условии одновременного наложения на систему управления государственными закупками прочих методов и технологий цифровой экономики.

Таким образом, совокупность современных методов и технологий цифровой экономики позволит значительно автоматизировать процесс осуществления государственных закупок и управления ими, снизить коррупционную и бюрократическую составляющие контрактной системы, оптимизировать время осуществляемых операций при соблюдении актуальных тенденций цифровизации всех сфер деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Коношко Л.В., Сураева А.Ю. (2016). Зарубежный опыт организации государственных закупок//Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития: материалы IV Междунар. науч.–практ. конф. (г. Чебоксары, 22 окт. 2016 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», С. 27.

Мельников В.В. (2018). Государственные и муниципальные закупки. Учебное пособие. В 2 частях. Часть 1. Эволюция способов закупок в Российской Федерации. М. Сер. Высшее образование: Магистратура. С. 129.

Милькина И.В., Косарин С.П. (2017). Искусственный интеллект в системе управления городом//В сборнике: “Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика”. Материалы 1-й Международной научно-практической конференции. Государственный университет управления. С. 258−264.

Седова М.В. (2014). Контрактная система России как новый финансовый инструмент//МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). № 4 (20). С. 138−142.

Сергеева О.В. (2018). Государственные и муниципальные закупки как объект управления//Устойчивое развитие науки и образования. № 2. С. 37−43.

REFERENCES

Konoshko L. V. and Suraeva A. Yu. (2016), “Foreign experience in the organization of public procurement” [“Zarubezhnyi opyt organizatsii gosudarstvennykh zakupok”], *Proceedings of IV International scientific and practical conference “Economics and management: problems, trends, development prospects”, Cheboksary, 22 Okt. 2016* [*“Ekonomika i upravlenie: problemy, tendentsii, perspektivy razvitiya”: materialy IV* mezhdunar. nauch.-prakt. konf. *(Cheboksary, 22 Oct. 2016)*], Cheboksary: CNS Interactive plus, p. 27. (In Russian).

Mel’nikov V.V. (2018), “Evolution of procurement methods of the Russian Federation”, In *State and municipal procurement*: *Textbook in 2 parts, part 1* [*Gosudarstvennye i munitsipal’nye zakupki. Uchebnoe posobie v 2 ch.*, Ch. 1: “Evolyutsiya sposobov zakupok v Rossiiskoi Federatsii”], Moscow, 129 p. (In Russian).

Mil'kina I.V. and Kosarin S.P. (2017), "Artificial intelligence in the city management system" ["Iskusstvennyi intellekt v sisteme upravleniya gorodom"], *Proceedings of the 1st International scientific-practical conference in the collection: "A Step into the future: artificial intelligence and digital economy" ["Shag v budushchee: iskusstvennyi intellekt i tsifrovaya ekonomika": Materialy 1-i Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii GUU*], State University of management, pp. 258–264. (In Russian).

Sedova M.V. (2014), "The contract system of Russia as a new financial instrument" ["Kontraktnaya sistema Rossii kak novyi finansovyi instrument"], MIR (Modernization. Innovations. Development) [*MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitie)*], no. 4 (20), pp. 138–142. (In Russian).

Sergeeva O.V. (2018), "State and municipal procurement as an object of management" ["Gosudarstvennye i municipalnye zakupki kak ob"ekt upravlenia"], Sustainable development of science and education [*Ustoichivoe razvitie nauki i obrazovaniya*], no. 2, p. 37–43. (In Russian).

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

[1] Federal Law dated on April 5, 2013, no. 44-FL (edited dated on 29.12.2018) "On the contract system in the procurement of goods, works and services for state and municipal needs" (with changes and additions, entered in force with 28.03.2009), available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/ (accessed 09.01.2019).

[2] Decree of the President of the Russian Federation dated on May 9, 2017, no. 203 "On the Strategy for the Development of the Information Society in the Russian Federation for 2017-2030", Reference legal system "ConsultantPlus", available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ (accessed 09.01.2019).

[3] "What is blockchain (the blockchain)? Distributed registry technology in simple words", available at: https://mining-cryptocurrency.ru/blockchain/ (accessed 09.01.2019).

[4] Tishchenko M. and Korchmarek N. (2017), "Algorithm of the transaction: the state duma is proposed to legalize contracts based on blockchain in Russia, RT in Russian, October 6, available at: https://russian.rt.com/9d7q (accessed 09.01.2019).

[5] Dubovoi E. (2017), Without corruption and bureaucracy: what is blockchain and what are the possibilities of this technology, RT in Russian, December 21, available at: https://ru.rt.com/9x86 (accessed 09.01.2019).

Модернизация информационной системы налоговых органов Российской Федерации

Получено: 15.02.2019; одобрено: 13.03.2019; опубликовано: 19.04.2019

УДК 004.891.2 JEL L86, Z18 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-42-51

Косарин Сергей Петрович
Канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Российская Федерация
ORCID ID: 0000-0002-7727-5841; *e-mail: kosarin.sp@gmail.com*

Лебедева Юлия Аркадьевна
Канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Российская Федерация
e-mail: vuchko72@rambler.ru

Милькина Ирина Владимировна
Канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Российская Федерация
ORCID ID: 0000-0002-254-6326; *e-mail: Irina_milkina@bk.ru*

АННОТАЦИЯ

В статье приведен анализ автоматизированной информационной системы «Налог», которая применяется налоговыми органами для решения задач, связанных с функциями и полномочиями Федеральной налоговой службы России. Автоматизация процессов, осуществляемых налоговыми органами, направлена на: повышение эффективности функционирования налоговой системы за счет: быстродействия и принятия более качественных решений; оперативность работы налоговых инспекторов и рост производительности их труда; обеспечение налоговых служб всех уровней полной и актуальной информацией о всех изменениях, происходящих в налоговом законодательстве; предоставление достоверных данных об эффективности системы контроля за соблюдением норм налогового законодательства, а также информации по учету налогоплательщиков; повышение качества и оперативности бухгалтерского учета; своевременное получение данных о поступлении налоговых и других платежей в федеральный, региональные и местные бюджеты; возможность анализа и прогнозирования динамики поступления налоговых платежей и сокращения объема документооборота в бумажном виде. Однако существующая архитектура автоматизированной информационной системы «Налог» была сформирована более 10 лет назад и за период своего существования претерпела только незначительные изменения. Развитие информационных технологий, в том числе в сфере государственного управления, а также значительные изменения в системе налогового администрирования, обусловливают актуальность модернизации существующей информационной системы налоговых органов.

В статье предложены направления и принципы модернизации автоматизированной информационной системы «Налог», раскрыты основные направления построения новой автоматизированной системы и предложены параметры контроля уровня достижения целей в результате модернизации существующей системы по следующим направлениям: централизация обработки и хранения информации налоговых органов; развитие электронного взаимодействия органов государственного управления с налогоплательщиками, развитие информационных средств взаимодействия с внешними пользователями; создание операционных и обеспечивающих систем и подсистем налогового администрирования; результаты формирования и развития информационно-аналитической системы в деятельности налоговых органов; автоматизация административно-хозяйственной деятельности налоговых органов; социальные критерии эффективности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

Цифровая экономика, информационные технологии, государственное управление, Федеральная налоговая служба, налоговое администрирование, модернизация налоговой системы.

ЦИТИРОВАНИЕ

Косарин С.П., Лебедева Ю.А., Милькина И.В. Модернизация информационной системы налоговых органов Российской Федерации//E-Management. 2019. № 1. С. 42–51.

© Косарин С.П., Лебедева Ю.А., Милькина И.В., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Modernization of informational system of tax authorities of the Russian Federation

Received: 15.02.2019; approved: 13.03.2019; published: 19.04.2019

JEL classification L86, Z18 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-42-51

Kosarin Sergei
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, State University of Management, Moscow, Russia
ORCID ID: 0000-0002-7727-5841; *e-mail: kosarin.sp@gmail.com*

Lebedeva Yulia
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, State University of Management, Moscow, Russia
e-mail: vuchko72@rambler.ru

Mil'kina Irina
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, State University of Management, Moscow, Russia
ORCID ID: 0000-0002-254-6326; *e-mail: Irina_milkina@bk.ru*

ABSTRACT

The article analyzes the automated information system "Nalog", which is used by the tax authorities to tackle various problems related to the functions of the Federal tax service. Automation of the processes, carried out by the tax authorities allows to improve the efficiency of the tax system by improving the efficiency and quality of decisions; to improve the efficiency and productivity of tax inspectors; to provide tax inspections at all levels with complete and timely information on changes in tax legislation; to provide reliable data on the counting of taxpayers and on the effectiveness of control over compliance with tax legislation; to improve the quality and efficiency of accounting; to obtain data on the receipt of taxes and other payments to the budget; to analyze the dynamics of the receipt of tax amounts and the possibility of forecasting this dynamics; to reduce the volume of document circulation in paper form.

However, the existing architecture of the automated information system "Nalog" was formed more than 10 years ago and during its existence underwent only minor changes. The development of information technologies, including in the field of public administration, as well as significant changes in the system of tax administration determines the relevance of the development of approaches to the modernization of the existing information system of tax authorities.

The article proposes the directions and principles of modernization of the automated information system "Nalog", reveals the main directions of construction of a new automated system and the parameters to control the level of achievement of goals as a result of modernization of the existing system in the following areas: centralization of processing and storage of information of tax authorities; the development of electronic interaction of public administration with taxpayers, the development of information means of interaction with external users; creation of operational and support systems and subsystems of tax administration; results of formation and development of information and analytical system in the activities of tax authorities; automation of administrative and economic activities of tax authorities; social performance criteria.

KEYWORDS

Digital economy, information technology, public administration, Federal tax service, tax administration, modernization of the tax system.

FOR CITATION

Kosarin S.P., Lebedeva Yu.A., Mil'kina I.V. Modernization of informational system of tax authorities of the Russian Federation (2019) *E-Management*, 2 (1), pp. 42–51. doi: 10.26425/2658-3445-2019-1-42-51

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

На всех этапах развития государства от налоговой системы требуется решение проблем обеспечения своевременного поступления налоговых доходов в бюджеты на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, сбалансированности бюджетов по доходам и расходам, сокращения дефицита, внешнего и внутреннего долга. При этом повышение эффективности и уровня собираемости налоговых платежей и обеспечение налоговых поступлений во все бюджеты бюджетной системы Российской Федерации (далее – РФ) является одной из приоритетных задач для налоговых органов. В свою очередь, с развитием и внедрением информационных и цифровых технологий во все сферы жизнедеятельности, возникла необходимость автоматизации деятельности и органов государственного и муниципального управления, в том числе, налоговых органов.

При рассмотрении вопросов разработки, применения и модернизации информационных технологий (далее – ИТ) в налоговой системе, необходимо определиться с предметной областью налогообложения. Федеральная налоговая служба (далее – ФНС) России − федеральный орган исполнительной власти, выполняющий функции по контролю и надзору за: соблюдением законодательства о налогах и сборах; правильностью исчисления; полнотой, своевременностью внесения в соответствующий бюджет налогов и сборов, страховых взносов, иных обязательных платежей; производством и оборотом табачной продукции; применением контрольно-кассовой техники, а также функции органа валютного контроля в пределах компетенции налоговых органов. Федеральная налоговая служба России также является уполномоченным федеральный орган исполнительной власти, осуществляющим государственную регистрацию юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств; обеспечивающим от лица РФ представление в деле о банкротстве и в процедурах банкротства требований об уплате обязательных платежей и требований РФ по денежным обязательствам[1].

Применение информационных технологий, включая создание автоматизированных систем и баз данных для эффективного функционирования налоговых органов, является одной из приоритетных задач ФНС России.

Автоматизированная информационная система налогообложения (далее − АИСН) является формой организационного управления налоговыми органами с использованием современных информационных технологий и новыми возможностями обработки данных. В процессе использования АИСН повышается своевременность и обоснованность принимаемых решений, появляется возможность расширить перечень актуальных задач, снизить трудоемкость сбора и обработки данных, оптимизировать процессы налогового администрирования путем упорядочения информационных потоков, применения экономико-математических методов, вычислительной техники и средств связи[2] [Абхалимова, Шарафутдинов, 2014].

Основными целями АИСН являются:

– повышение эффективности функционирования налоговой системы за счет своевременности и оперативности принимаемых решений;

– повышение оперативности и производительности труда сотрудников налоговых органов;

– обеспечение налоговых органов и налогоплательщиков своевременной информацией обо всех изменениях налогового законодательства;

– предоставление достоверных данных об учете налогоплательщиков;

– повешение эффективности контроля за соблюдением налогового законодательства;

– сбор данных для анализа и прогнозирования динамики поступления налоговых доходов и других платежей в бюджеты всех уровней;

– сокращение объема бумажного документооборота.

От эффективности функционирования АИСН зависит эффективность деятельности всей налоговой системы РФ.

С появлением налоговой службы 21 ноября 1990 г. практически сразу возникла необходимость в средствах информатизации, обеспечивающих выполнение задач по администрированию налогов и сборов. Эти функции связаны с обработкой больших объемов информации, хотя вначале они использовались как вспомогательные инструменты. Довольно быстро появились и первые специализированные программы.

[1] *Официальные данные о ФНС России*//Официальный сайт Федеральной налоговой службы России. Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/about_fts/fts/official_data/ (дата обращения: 01.02.2019).

[2] *Цифровая трансформация международной налоговой системы* Режим доступа: http://worldtaxes.ru/tsifrovaya-transformatsiya-mezhdunarodnoj-nalogovoj-sistemy (дата обращения: 09.02.2019).

Программы написаны местными программистами, работающими в отдельных инспекциях и распространялись через внутреннюю сеть между инспекциями. Такие программы были предназначены для определенной задачи направления деятельности, писались разными людьми с разным качеством и часто на безвозмездной основе. Также широко использовался пакет офисных программ компании Microsoft, например Excel. Набор программ в каждой инспекции был свой и настроены и работали они также по-своему. В 1998 г. компанией «Авионт» разработана «ИС НИСТ» и «Кольцо» с использованием технологий Delphi и FoxPro. В 2002 г. разработана и внедрена «АИС2-Налог» (Москва), в остальных регионах использовали«ЕГАИС». С 2004 г. начали внедрять ПК «СЭОД» (в тестовом режиме).

Архитектура современной АИС ФНС России была разработана более 10 лет назад, и в течение этого времени ее функционирование базировалось на реализации основных положений того времени. В 2006 г. началась реализация проекта «Модернизации архитектуры информационной системы ФНС России». За 3 года (2006−2009 гг.) разработаны прикладные подсистемы АИС ФНС России, проведены работ по их тестированию и апробации, при этом также применялись и ранее введенные в эксплуатацию программные информационные комплексы. Таким образом, в деятельности ФНС России использовались технологии как 15-летней давности, так и современные – от системы управления базами данных Acsess до J2EE, что привело к усложнению автоматизации процессов налогового администрирования, а также к трудности сопровождения и технической поддержки, необходимости ИТ-специалистов широкого профиля в структуре налоговых органов всех уровней налоговой системы. Кроме того, не было определено целевое назначение существующей архитектуры, этапов создания и внедрения ее компонентов. Не были рассмотрены альтернативные варианты построения архитектуры налоговой системы.

Необходимо отдельно отметить, что с 2006 г. произошли существенные изменения в налоговых нормативных правовых актах в отношении требований к защите информации − в первую очередь это касалось персональных данных налогоплательщиков и сотрудников налоговых органов − стремительное развитие системы предоставления государственных услуг в электронном виде, а также приняты нормативные акты, в соответствии с которыми необходим пересмотр концептуальных положений развития процессов налогового администрирования:

1. Федеральный закон 17 декабря 2009 г. № 318-ФЗ[3] вносит существенные изменения в процессы налогового администрирования в части:

– особенностей налогообложения при перемещении товаров через таможенную границу РФ при отсутствии таможенного контроля и таможенного оформления;

– алгоритмов обработки счетов-фактур;

– права на применение заявительного порядка возмещения налога на добавленную стоимость [Лебедева, 2017].

2. Федеральный закон 27 декабря 2009 г. № 352-ФЗ[4] и Приказ Минфина России от 5 ноября 2009 г. № 114н[5] вносят существенные изменения в процессы регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, а также в процессы постановки на учет налогоплательщиков;

3. Федеральный закон от 27 июля 2010 г. № 229-ФЗ[6], расширяющий возможности взаимодействия с налогоплательщиком в электронном виде (в частности, организация совместной сверки расчетов по налогам и сборам, штрафам и пени).

---

[3] *Федеральный закон* от 17.12.2009 г. № 318-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в связи с введением заявительного порядка возмещения налога на добавленную стоимость»//СПС «КонсультантПлюс», Режим доступа: http://www.consultant.ru/cons/ (дата обращения: 01.02.2019).

[4] *Федеральный закон* от 27.12.2009 г. № 352-ФЗ (ред. от 18.07.2011) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части пересмотра ограничений для хозяйственных обществ при формировании уставного капитала, пересмотра способов защиты прав кредиторов при уменьшении уставного капитала, изменения требований к хозяйственным обществам в случае несоответствия уставного капитала стоимости чистых активов, пересмотра ограничений, связанных с осуществлением хозяйственными обществами эмиссии облигаций»//СПС «КонсультантПлюс», режим доступа: http://www.consultant.ru/cons/ (дата обращения: 01.02.2019).

[5] *Приказ Минфина России* от 05.11.2009 № 114н «Об утверждении порядка постановки на учет, снятия с учета в налоговых органах российских организаций по месту нахождения их обособленных подразделений, принадлежащих им недвижимого имущества и (или) транспортных средств, физических лиц – граждан Российской Федерации, а также индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения на основе патента»//СПС «КонсультантПлюс», режим доступа: http://www.consultant.ru/cons/ (дата обращения: 01.02.2019).

[6] *Федеральный закон* от 27.07.2010 г. № 229-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О внесении изменений в часть первую и часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации, а также о признании утратившими силу отдельных законодательных актов (положений законодательных актов) Российской Федерации в связи с урегулированием задолженности по уплате налогов, сборов, пеней и штрафов и некоторых иных вопросов налогового администрирования»//СПС «КонсультантПлюс», режим доступа: http://www.consultant.ru/cons/ (дата обращения: 01.02.2019).

Основой создания современной АИСН, в которой учитывались все важнейшие процедуры налогового администрирования, послужили Распоряжение Правительства РФ от 17 октября 2009 г. № 1 555-Р[7], а также отнесение АИС ФНС России к классу критически важных объектов и к системе, выполняющей обработку персональных данных в соответствии с «Системой признаков критически важных объектов и критериев отнесения функционирующих в их составе информационно-телекоммуникационных систем к числу защищаемых от деструктивных информационных воздействий» (утверждена 8 ноября 2005 г. Секретарем Совета безопасности РФ).

Значительные изменения в существующей нормативной базе и процессах налогового администрирования, активное развитие информационных и цифровых технологий, привели к необходимости кардинального пересмотра структуры существующей архитектуры и проектирования новой архитектуры, отвечающей современным требованиям. Начиная с 2010 г., была разработана концепция новой автоматизированной системы с использованием системы управленческих решений АИС «Налог».

АИС «Налог» – автоматизированная информационная система, призванная облегчить работу налоговых органов и повысить ее эффективность в части осуществления учетно-аналитических функций, а также вопросов взаимоотношения налоговых органов и налогоплательщиков. Использование современных информационных технологий в этой сфере имеет большое количество преимуществ. Так, например, в случае обслуживания через АИС «Налог» налогоплательщик может не посещать налоговую инспекцию для предоставления налоговой декларации, а передать файлы с отчетными данными через интернет. Также отсутствует необходимость предоставлять данные в бумажном виде. Кроме того, при подаче налоговой отчетности через АИС «Налог» при осуществлении входного контроля значительно сокращается количество ошибок. При этом защите передаваемых данных уделяется очень большое внимание, и она осуществляется в строгом соответствии со всеми законодательно установленными требованиями и правилами.

Процесс автоматизации налоговых органов осуществляются достаточно активно и связан с решением целого комплекса взаимосвязанных задач. Сюда входят задачи автоматизации сбора, подготовки, хранения и распределения информации различного назначения, автоматизации бизнес-процессов, создания информационных ресурсов, помогающих налоговым органам в осуществлении их ежедневной деятельности.

Основными направлениями автоматизации налоговых органов являются следующие:

– совершенствование информационной системы налоговой службы;

– разработка и внедрение современных и эффективных информационных технологий;

– совершенствование телекоммуникационной сети, в рамках которой происходит обмен данными между подразделениями налоговой службы, а также информационное взаимодействие с внешними контрагентами;

– подготовка квалифицированных кадров для работы с информационными системами. Основные достоинства и недостатки АИС «Налог» представлены на рисунке 1.

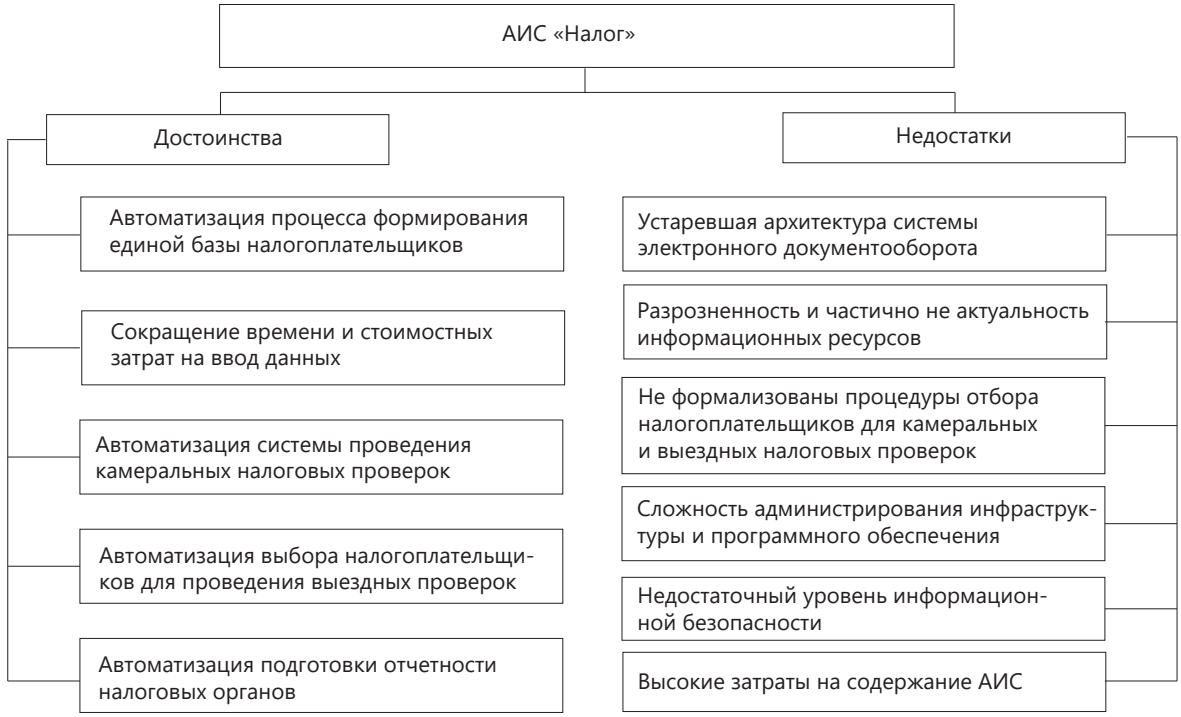
Для эффективной работы по администрированию налогов, проведению результативных проверок и обеспечению поступлений в бюджет ФНС выполняет обработку очень больших объемов информации. Для удовлетворения потребности в обработке все возрастающих объемов данных возможно использование новейшего программного обеспечения АИС «Налог-new», которое разрабатывается в рамках модернизации ФНС и ее территориальных органов.

АИС «Налог-new» представляет собой единую информационную систему, которая подразумевает комплексную перестройку организационной структуры ФНС, выстраивание новых бизнес-процессов. Она создает механизмы интеграции баз данных федерального и регионального уровня и таким образом может использовать всю накопленную в налоговой службе информацию.

Создание АИС «Налог-new» должно привести к следующим результатам:

1. Значительный рост автоматизации рутинных операций за счет внедрения технологии «Налоговый автомат». Налоговый автомат – технология, которая позволяет обеспечить своевременную обработку поступающих документов и автоматизацию формализованных процедур налогового администрирования. В рамках этой технологии предполагается автоматизация процессов начисления, проводки платежей, взыскания недоимок и др. Внедрение технологии «Налоговый автомат» позволит передать целый ряд рутинных функций и принятия формализованных решений из инспекций в информационные системы более высокого уровня.

[7] *Распоряжение Правительства Российской Федерации* от 17.10.2009 №1555-Р (ред. от 20.05.2014) «О переходе на предоставление государственных услуг и исполнения государственных функций в электронном виде федеральными органами исполнительной власти»//СПС «КонсультантПлюс», режим доступа: http://www.consultant.ru/cons/ (дата обращения: 01.02.2019).



Источник: составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Достоинства и недостатки автоматизированной информационной системы «Налог»
Figure 1. Advantages and disadvantages of the automated informational system “Tax”

2. Развитие сервиса «Личный кабинет», который даст возможность вывести на новый уровень процессы взаимодействия налогоплательщиков и налоговой службы. Новая парадигма информационных систем предполагает, что налогоплательщики станут не просто пользователями информационной системы, а партнерами, а фискальный орган будет выполнять в том числе сервисные функции. В связи с этим важной задачей становится широкое предоставление информационных сервисов как внешним (налогоплательщики, органы власти), так и внутренним пользователям информационной системы.

3. Повышение эффективности деятельности налоговых органов путем использования более прогрессивной системы оценки их работы. Это станет возможно благодаря максимальной автоматизации процессов, консолидации внутренней и внешней информации о деятельности налоговой службы на федеральном уровне, что позволит оценить те аспекты деятельности налоговых органов, которые на сегодняшний день оценить крайне затруднительно.

Резюмируя все вышесказанное, отметим, что внедрение новых принципов автоматизации работы налоговых органов предоставит всем заинтересованным сторонам неоспоримые преимущества, которые положительно скажутся в целом на качестве налогового администрирования.

Основные задачи проекта модернизации налоговых органов АИС «Налог» представлены на рисунке 2.

Можно выделить два основных направления построения АИС «Налог-new»: архитектурные решения, общесистемные решения.

1. Архитектурные решения.

Разделение автоматизируемых функций АИС «Налог-new»:

– требующие интерактивного взаимодействия пользователей с системой (выполняются непосредственно на уровне налоговых органов, например, налоговых инспеций);

– не требующие интерактивного взаимодействия пользователей с системой (данные функции могут быть перенесены в Центры обработки данных ФНС России).

Для совершенствования контроля в процессе налогового администрирования налоговыми органами необходима организация автоматизированной проверки актуальных данных о налогоплательщике по федеральным, региональным и местным информационным ресурсам, и немедленное уведомление налогового инспектора о возможных нарушениях законодательства. Соответственно, необходим онлайн-доступ пользовательских приложений к централизованным информационным ресурсам.

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Задачи модернизации автоматизированной информационной системы «Налог»
Figure 2. Tasks of modernization of the automated informational system “Tax”

В центрах обработки данных выполняются работы по массовому вводу, обработке и хранению налоговой информации; осуществляется межведомственное взаимодействие по обмену данными в электронном виде; сканирование, распознавание и ввод в электронную базу документов, поступающих в бумажном виде от других ведомств (Госавтоинспекции (ГИБДД), Управление внутренних дел, Федеральная миграционная служба, Бюро технической инвентаризации, Федеральная таможенная служба и др.); ввод и обработка документов налоговой отчетности, поступающих в электронном виде от налогоплательщиков и специальных операторов, ведение в Центрах обработки данных централизованного архива электронных документов.

Необходима интеграция сведений о налогоплательщике из Единого государственного реестра юридических лиц, Единого государственного реестра недвижимости и других информационных ресурсов в единой базе данных с целью формирования актуальной информации о налогоплательщике.

Обеспечение регистрации текущих процессов налогового администрирования, мониторинг деятельности ФНС России и исполнения сроков налоговой проверки, установленных законодательством.

Создание централизованных аналитических инструментов, позволяющих осуществлять оперативный мониторинг ключевых показателей эффективности (далее – KPI) ФНС России, а также анализ и прогнозирование поступлений в бюджет.

2. Общесистемные решения.

Обеспечение высокого уровня информационной безопасности для всех участников электронного взаимодействия в рамках процедур межведомственного взаимодействия и налогового администрирования, соответствующего требованиям, содержащимся в руководящих документах Федеральной службы по техническому и экспортному контролю и Федеральной службы безопасности для соответствующего класса автоматизированной системы, и требованиям о защите персональных данных.

Масштабируемость системы − возможность наращивания объемов хранения информации, расширения количества пользователей (в первую очередь, пользователей внешних сервисов) и функциональных возможностей системы как по числу решаемых задач, так и по числу информационных систем, с которыми осуществляется взаимодействие [Хмеляк, 2014].

Высокая готовность, доступность и, как следствие, – надежность.

Высокая управляемость компонентов ИТ-инфраструктуры и прикладных компонентов системы.

Соответствие российским и международным стандартам.

Максимальное использование уже разработанного и готового к применению общесистемного и прикладного программного обеспечения для комплексной реализации задач модернизированной АИС «Налог».

Также уделяется внимание приоритетности использования отечественных разработок и свободно лицензируемого программного обеспечения.

При модернизации архитектуры АИС «Налог» следует учитывать следующие основные принципы:

– централизация и интеграция данных и приложений;

– обеспечение полноты реализации процессов налогового администрирования;

– типизация архитектур прикладной инфраструктуры, аналитической инфраструктуры, системной инфраструктуры, информационно-технологической и инженерной инфраструктур;

– стандартизация и унификация компонентов и программных средств системы;

– оптимизация эксплуатационных расходов и экономически эффективное использование вычислительных средств и телекоммуникационного оборудования, за счет централизации вычислительных ресурсов.

Реализация мероприятий модернизации АИС «Налог-new», технологических, программно-технических и инфраструктурных решений [Милькина и др., 2016] в целом позволит обеспечить достижение следующих положительных эффектов:

1) повышение качества обслуживания налогоплательщиков;

2) повышение производительности подразделений ФНС России, переключение должностных лиц с учетно-регистрационной на контрольно-аналитическую деятельность;

3) повышение эффективности контроля повседневной деятельности Службы;

4) снижение текущих затрат на эксплуатацию и модернизацию АИС «Налог-new» и ИТ-инфраструктуры ФНС России.

Ожидаемые эффекты, по которым должен выполняться контроль уровня достижения целей создания и развития АИС «Налог-new» ФНС России, целесообразно распределить по следующим направлениям.

1. Централизация обработки и хранения информации налоговых органов:

– обеспечение централизованного хранения электронных документов;

– повышение степени консолидированности получаемых данных; актуальности, достоверности и качества предоставляемой информации;

– оптимизация применяемых вычислительных и информационных ресурсов;

– снижение расходов на формирование и содержание ИТ-инфраструктуры, хранение информационных ресурсов;

– снижение сроков разработки и внедрения новых информационных систем для ФНС России;

– оптимизация состава имущества, используемого для хранения архивов налоговых органов.

2. Развитие электронного взаимодействия органов государственного управления с налогоплательщиками:

– обеспечение открытости и прозрачности налоговых органов;

– формирование и оптимизация личного кабинета налогоплательщика;

– снижение сроков оформления и получения налоговых документов;

– обеспечение оперативного контроля налогоплательщиками за состоянием своих налоговых обязательств и отношений с налоговыми органами;

– снижение нагрузки сотрудников налоговых органов в процессе взаимодействия с налогоплательщиками;

– повышение степени контроля за состоянием налоговой отчетности;

– развитие информационных средств взаимодействия с внешними пользователями.

3. Создание операционных и обеспечивающих систем и подсистем налогового администрирования:

– автоматический контроль – повышение уровня контроля налоговой отчетности и деятельности налоговых органов путем автоматизации процессов контроля;

– автоматическое выявление – автоматизация выявления налоговых нарушений, формирование базы данных, характеризующих признаки уклонения от налогообложения;

– снижение нагрузки сотрудников налоговых органов за счет автоматизации их функций;

– обеспечение на всех уровнях налоговой системы актуальной и достоверной информацией о налогоплательщиках; формирование налоговой истории о налогоплательщиках;

– оптимизация процесса делопроизводства в налоговой системе;

– сокращение времени на поиск, анализ, согласование, движение документов, актуализацию налоговой информации;

– повышение уровня достоверности, актуальности и качества налоговой информации;

– формирование единой системы управления, включая все уровни налоговой системы РФ;

– повышение эффективности затрат на информационную систему ФНС России (включая затраты на сборку, отладку, тестирование ИТ-оборудования и содержание обеспечивающих подсистем: управления ИТ-бюджетом, портфелем ИТ-проектов, поставщиками ИТ-оборудования и услуг; управления ИКТ).

4. Формирование и развитие информационно-аналитической системы в деятельности налоговых органов:

– повышение достоверности и обоснованности оценки состояния ФНС на основе KPI;

– обеспечение оперативности решений, принимаемых должностными лицами ФНС России;

– повышение качества налогового администрирования и прогнозирования экономического состояния РФ за счет внедрения современных информационно-аналитических технологий в деятельность налоговых органов.

5. Автоматизация административно-хозяйственной деятельности налоговых органов в части управления кадрами, финансами, материально-технического обеспечения, учета, управления имуществом):

– сокращение трудозатрат в процессе управления кадрами;

– совершенствование системы обучения, мотивации и отбора кадров;

– повышение качества управления ведомственными программами и проектами;

– оптимизация процессов управления имуществом, находящимся в ведении налоговых органов;

– снижение трудоемкости административно-хозяйственной деятельности.

6. Социальные критерии эффективности:

– обеспечение открытости и прозрачности деятельности налоговых органов;

– снижение коррупционности в процессах налогового администрирования и непосредственной деятельности налоговых органов на всех уровнях управления;

– снижение уровня налоговых нарушений и РФ.

Таким образом, задача модернизации и увеличения эффективности функционирования АИС «Налог» является актуальной и необходимой и ведет к повышению уровня централизации, консолидации и интеграции налоговой информации, развитию системы анализа и прогнозирования и обеспечению оперативности принятия решений [Милькина и др., 2016; Милькина, Косарин, 2017] налоговыми органами, оптимизации процесса электронного взаимодействия с налогоплательщиками, повышению эффективности контрольной работы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Абхалимова Р.С., Шарафутдинов А.Г. (2014). Информационные технологии XXI века//Экономика и социум. № 2−5 (11). С. 234−236.

Лебедева Ю.А. (2017). Роль потребительских бюджетов в стратегии развития Российской Федерации//Государственное и муниципальное управление в Российской Федерации: современные проблемы и перспективы развития. Сборник научных трудов преподавателей, аспирантов и студентов кафедры государственного и муниципального управления. Москва. С. 35−41.

Милькина И.В., Косарин С.П. (2017). Искусственный интеллект в системе управления городом//Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика: Материалы 1-й Международной научно-практической конференции. Государственный университет управления. С. 258−264.

Милькина И.В., Косарин С.П., Ходанова Н.А. (2016). Построение информационно-аналитической системы управления жилищно-коммунальным комплексом//Вестник Университета. № 20. С. 80.

Хмеляк А.С. (2014). Информационные технологии как метод совершенствования работы налоговых органов//Наука и современность. № 30. С. 199–203.

REFERENCES

Abhalimova R.S. and Sharafutdinov A.G. (2014), Information technologies of the XXI century [Informatsionnye tekhnologii XXI veka], Economy and socium [*Ekonomika i sotsium*], no. 2–5 (11), pp. 234–236.

Lebedeva Yu.A. (2017), "The role of consumer budgets in the development strategy of the Russian Federation" ["Rol' potrebitel'skih udzhetov v strategii razvitia Rossiiskoi Federatsii"], *In colllection of the scientific works of teachers, graduate students and students of the Department of public administration*: "State and municipal management in the Russian Federation: modern problems and prospects" [Gosudarstvennoe i munitsipalnoe upravlenie v Rossiiskoi Federatsii: sovremennye problemy i perspektivy razvitiya. Sbornik nauchnykh trudov prepodavatelei, aspirantov i studentov kafedry gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya], Moscow, pp. 35–41.

Mil'kina I.V. and Kosarin S.P. (2017), "Artificial intelligence in the city management system" ["Iskusstvennyi intellekt v sisteme upravleniya gorodom"], Proceedings of the 1st International scientific-practical conference: "A Step into the future: artificial intelligence and digital economy" [*Materialy I Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Shag v budushchee: iskusstvennyi intellekt i tsifrovaya ekonomika"*], State University of Management, pp. 258–264. [In Russian].

Mil'kina I.V., Kosarin S.P. and Khodanova N.A. (2016), "The construction of information-analytical system of management of housing and communal complex" ["Postroenie informatsionno-analiticheskoi sistemy upravlenia zhilishchno-kommunalnym kompleksom"], University Bulletin [*Vestnik Universiteta*], no. 20, 80 p.

Khmeliak A.S. (2014), "Information technologies as a method of improving the work of the tax authorities" ["Informatsionnye tehnologii kak metod sovershenstvovania nalogovykh organov"], Science and modernity [*Nauka i sovremennost'*], no. 30, pp. 199–203.

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

[1] Official data on the Federal tax service of Russia, Official website of the Federal tax service of Russia, available at: https://www.nalog.ru/rn77/about_fts/fts/official_data/ (accessed 01.02.2019).

[2] Digital transformation of the international tax system,, available at: http://worldtaxes.ru/tsifrovaya-transformatsiya-mezhdunarodnoj-nalogovoj-sistemy (accessed 09.02.2019).

[3] Federal Law dated on December 17, 2009, no. 318-FL (edited dated on 23.07.2013) "On Amendments to Part One and Two of the Tax Code of the Russian Federation in Connection with the Introduction of the Application Procedure for Reimbursement of Value Added Tax", Reference legal system "ConsultantPlus", available at: http://www.consultant.ru/cons/ (accessed 01.02.2019).

[4] Federal Law dated on December 27, 2009, no. 352-FL (edited dated on 18.07.2011) "On amendments to certain legislative acts of the Russian Federation regarding the revision of restrictions for business entities in the formation of authorized capital, revision of ways to protect the rights of creditors in the reduction of authorized capital, changes in requirements for business companies in the event of non-compliance of the authorized capital of the value of net assets, revision of restrictions related to the implementation of business companies bond issue", Reference legal system "ConsultantPlus", available at: http://www.consultant.ru/cons/ (accessed 01.02.2019).

[5] Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation dated on November 5, no. 114n "On the statement of the order of registration, deregistration in tax authorities of the Russian organizations in the location of their separate divisions belonging to them real estate and (or) vehicles, physical persons – citizens of the Russian Federation, and also the individual entrepreneurs applying the simplified system of the taxation on the basis of the patent", Reference legal system "ConsultantPlus", available at: http://www.consultant.ru/cons/ (accessed 01.02.2019).

[6] Federal Law dated on July 27, 2010, no. 229-FL (edited dated on 03.07.2016) "On amendments to part one and part two of the tax code of the Russian Federation and some other legislative acts of the Russian Federation, as well as on the invalidation of certain legislative acts (provisions of legislative acts) of the Russian Federation in connection with the settlement of arrears in the payment of taxes, fees, penalties and fines and some other issues of tax administration", Reference legal system "ConsultantPlus", available at: http://www.consultant.ru/cons/ (accessed 01.02.2019).

[7] Order of the Government of the Russian Federation dated on October 17, 2009, no. 1555-R (edited dated on 20.05.2014) "About transition to providing the state services and execution of the state functions in electronic form by Federal Executive Authorities", Reference legal system "ConsultantPlus", available at: http://www.consultant.ru/cons/ (accessed 01.02.2019).

Совершенствование информационного обеспечения антикризисного управления деятельностью предприятий

Получено: 01.03.2019; одобрено: 29.03.2019; опубликовано: 19.04.2019

УДК 658.15 JEL H12 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-52-59

Белоусов Виталий Андреевич

Старший преподаватель, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Российская Федерация
e-mail: maryzver@gmail.com

Гончаров Валентин Николаевич

Д-р экон. наук, профессор, ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет», г. Луганск, Луганская народная республика
e-mail: rector@lnau.su

АННОТАЦИЯ

В статье усовершенствованы теоретические подходы к управлению информационной безопасностью в контексте антикризисного управления предприятиями, предусматривающие разработку стратегии информационной безопасности для минимизации потерь от последствий кризиса. Основной целью стратегии является поддержание конфиденциальности, целостности и пригодности информации для осуществления эффективного антикризисного управления предприятиями. Среди стратегических направлений выделены организационное и инженерно-техническое обеспечение информационной безопасности. Стратегия организационного обеспечения включает анализ внешних и внутренних угроз, организацию работы с сотрудниками, документами, организацию режима и охраны, систематический контроль. Стратегия инженерно-технического обеспечения включает использование технических средств сбора, обработки, накопления и хранения конфиденциальной информации, защиту информации, систематический контроль. Реализация стратегических направлений позволит предприятиям как уменьшить возможные материальные убытки, так и сохранить конкурентные преимущества и позиции на рынке.

Доказано, что управление социально-экономической системой предприятия должно основываться на четкой информационной и коммуникационной платформе. Определены основные факторы возникновения кризиса предприятий: неразвитая система инновационных коммуникаций, отсутствие оптимального информационного обеспечения антикризисного управления, эффективной системы финансовой диагностики и низкий уровень трансфера технологий производства продукции. Обосновано, что преодоление кризисных явлений возможно через создание, развитие и поддержку инновационной инфраструктуры. Инновационная инфраструктура будет способствовать решению задач инновационной политики предприятий в рамках антикризисного управления. Предложено организационно-функциональное обеспечение информационно-инновационной составляющей антикризисного управления предприятиями с использованием коммуникационных инструментов инновационной инфраструктуры. Определены основные задачи функционирования инновационной инфраструктуры.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

Информационное обеспечение, антикризисное управление, предприятия, информационная безопасность, инфраструктура, коммуникации.

ЦИТИРОВАНИЕ

Белоусов В.А., Гончаров В.Н. Совершенствование информационного обеспечения антикризисного управления деятельностью предприятий//E-Management. 2019. № 1. С. 52–59.

© Белоусов В.А., Гончаров В.Н., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Improvement of informational support of crisis management of enterprises activity

Received: 01.03.2019; approved: 29.03.2019; published: 19.04.2019

JEL classification H12 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-52-59

Belousov Vitalii

Senior Lecturer, State University of Management, Moscow, Russia
e-mail: maryzver@gmail.com

Goncharov Valentin

Doctor of Economic Sciences, Professor, Lugansk National Agrarian University, Lugansk, Luhansk people's Republic
e-mail: rector@lnau.su

ABSTARCT

The article improves theoretical approaches to informational security management in the context of crisis management of enterprises, which include developing an informational security strategy to minimize losses from the effects of the crisis. The main goal of the strategy is to maintain the confidentiality, integrity and availability of information for the implementation of effective crisis management of enterprises. Organizational, engineering and technical support of informational security have been highlighted among the strategic areas. The strategy of organizational support includes the analysis of external and internal threats, the organization of work with employees, the organization of work with documents, the organization of the regime and protection, systematic control. The strategy of engineering and technical support includes the use of technical means of collecting, processing, accumulating and storing confidential information; protection of information; systematic control. Realization of strategic directions will allow enterprises to reduce both possible material losses and maintain competitive advantages and positions in the market.

It has been proved, that the management of the socio-economic system of the enterprise should be based on a clear informational and communicational platform. The main factors, responsible for the emergence of a crisis of enterprises have been determined: an undeveloped system of innovative communications, the lack of optimal informational support for crisis management, an effective system of financial diagnostics, and a low level of transfer of manufacture of products technologies. It has been substantiated, that overcoming the crisis phenomena is possible due to the creation, development and support of the innovative infrastructure. Innovative infrastructure will contribute to solving the problems of innovative policy of enterprises in the framework of crisis management. Organizational and functional support of the informational and innovative component of the crisis management of enterprises using communication tools of the innovative infrastructure has been proposed. The main tasks of the innovative infrastructure functioning have been defined.

KEYWORDS:

Informational support, crisis management, enterprises, informational security, infrastructure, communications.

FOR CITATION

Belousov B.A., Goncharov V.N. Improvement of informational support of crisis management of enterprises activity (2019) *E-Management*, 2 (1), pp. 52–59. doi: 10.26425/2658-3445-2019-1-52-59

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

В условиях роста информационной насыщенности экономики большое значение приобретает информационное обеспечение эффективной деятельности предприятия. Информация становится важным фактором обеспечения движения товара от производителя к потребителю [Андреева, 2012; Рудакова Т.А., Рудакова О.Ю., 2010].

По нашему мнению, информационный кризис − нарушение функционирования предприятия, возникшее в результате неэффективного информационного обеспечения элементов организационной структуры, искажения и нежелательного разглашения информации о предприятии сотрудниками.

Засвидетельствовано практикой − доверие потребителей и инвесторов оценивается прибылью. Важное значение при этом приобретают инструменты информационного обеспечения, а именно интернет-технологии. Наличие веб-сайта предприятия в Интернете предоставляет следующие преимущества: возможность найти предприятие из любой точки мира, обратная связь с конечными потребителями и инвесторами, повышение имиджа и репутации.

Для предотвращения кризисных ситуаций предприятие постоянно должно изучать тенденции изменений показателей и прогнозировать их; вести систематический управленческий учет производства и реализации готовой продукции. Именно поэтому возникает необходимость разработки программного обеспечения для учета расходов, готовой продукции; создания баз данных надежных и ненадежных партнеров (обработка дебиторской задолженности) и потребителей, создания и поддержания инфраструктуры трансфера инновационных технологий производства качественной и конкурентоспособной продукции.

Системная оценка антикризисного управления предприятий требует проведения финансово-экономической диагностики в рамках обеспечения надежной и качественной информации для принятия необходимых управленческих решений.

В рыночных условиях хозяйствования важную роль играет антикризисная система управления, которая позволяет на начальном (первом) этапе оценить реальное состояние социально-экономической системы, сформировать аналитическую базу и определить глубину кризисной ситуации. Тогда как в менеджменте диагностика является важным элементом функции контроля, который позволяет оценить степень отклонения и разработать соответствующие меры. Таким образом, нами сделан вывод, что процесс диагностики обеспечивает процесс управления необходимой информацией, которая позволяет принимать антикризисные решения.

Важным фактором возникновения кризиса предприятий является неразвитая система инновационных коммуникаций: отсутствие оптимального информационного обеспечения антикризисного управления и низкий уровень трансфера технологий производства продукции. Исследования показывают, что на информационные технологии опираются все процедуры антикризисного управления [Андреева, 2012; Белоус, Петропавлова, 2014; Рудакова Т.А., Рудакова О.Ю., 2010]. Таким образом, вопросы взаимодействия антикризисного управления и информационных технологий являются актуальными.

Учитывая, что в настоящее время экономический потенциал предприятий все в большей степени определяется уровнем развития информационной структуры, пропорционально растет потенциальная уязвимость от информационных воздействий. Поэтому руководству современного предприятия крайне необходимо в системе антикризисного управления обеспечить защиту информационных потоков, что является необходимым условием выживания и повышения уровня эффективности хозяйственной деятельности.

Глобальная распространенность распределенной вычислительной среды, облачные технологии усиливают возможности электронного проникновения в рабочие компьютеры предприятий, предоставляет дополнительные возможности возникновения системного экономического кризиса. Хозяйственная деятельность современных предприятий невозможна без эффективной системы управления производством, предусматривает комплексную автоматизацию процессов сбора, передачи, хранения экономической информации и принятия управленческих решений. В связи с этим приобретает актуальность проблема обеспечения информационной безопасности в контексте антикризисного управления предприятиями.

Выявлено, что с появлением компьютерных сетей отсутствие физического доступа к компьютеру не дает гарантию целостности и защищенности экономической информации. Наиболее существенными для современных предприятий последствия нарушения информационной безопасности − экономические и имиджевые потери [Андреева, 2012; Жариков и др., 2009; Камышев, 2009]. Это:

– раскрытие коммерческой информации − может привести к серьезным прямым убыткам на рынке;

– известие о краже большого объема информации − влияет на репутацию, приводя к потерям в объемах коммерческих операций.

– конкуренты могут воспользоваться кражей информации, если и осталась незамеченной, для того чтобы полностью разорить предприятие, навязывая ему фиктивные или сознательно убыточные сделки.

– подмена информации как на этапе передачи, так и на этапе сохранения на предприятии − может привести к огромным убыткам;

– многократные успешные информационные атаки на предприятие − снижают доверие к фирме у клиентов, что сказывается на объеме доходов.

В системе антикризисного управления предприятием следует выделить важную составляющую информационную подсистему.

Но существующие стандарты, документы, коммуникационные антикризисные инструменты на их основе не дают ответов на ряд ключевых вопросов: как создать информационную систему, чтобы она была защищена на необходимом уровне; как практически сформировать режим экономической безопасности и поддерживать его в условиях постоянно меняющегося внешнего окружения и структуры самой системы; реальный уровень информационной безопасности и насколько эффективна система защиты экономической и управленческой информации.

Системный подход в создании механизмов защиты информационных систем требует наличия следующих положений: понятие системности заключается не просто в создании соответствующих механизмов защиты от факторов кризиса, а представляет собой регулярный процесс, осуществляемый на всех этапах жизненного цикла предприятия. При этом все средства, методы и мероприятия, которые используются для защиты информации объединяются в целостный механизм − систему антикризисного управления.

Уже в первых работах по защите информации были изложены основные постулаты, не потеряли своей актуальности и сегодня: абсолютную защиту создать нельзя; система информационной безопасности должна быть комплексной; должна быть такой, что адаптируется к рыночным условиям, которые постоянно меняются.

Во-первых, система информационной безопасности должна быть именно системой, а не простым, во многом случайным и хаотичным набором некоторых управленческих технологий, технических и организационных мероприятий, как это чаще всего наблюдается на практике. Во-вторых, системный подход к защите экономической и управленческой информации должен применяться, начиная с подготовки технического задания и заканчивая оценкой эффективности и качества системы информационной безопасности в пределах антикризисного управления.

К сожалению, необходимость системного подхода к вопросам обеспечения безопасности информационных технологий пока еще не находит должного понимания лиц, принимающих решения в современных системах антикризисного управления.

Сегодня менеджеры, экономисты, производители, так или иначе, вынуждены заниматься вопросами обеспечения информационной безопасности. Это обусловлено тем, что в ближайшие период времени нам придется жить в обществе (среде) информационных технологий, куда перекочуют все социальные проблемы человечества, в том числе и вопросы экономической безопасности и антикризисного управления предприятиями.

Однако следует признать, что на сегодняшний день в научных и практических кругах отсутствует методическая база, которая позволила бы сделать теоретические обобщения об обеспечении информационной безопасности в контексте антикризисного управления предприятиями.

По нашему мнению, система антикризисного управления предприятиями должна обеспечивать эффективное решение следующих задач: ранняя диагностика кризисных явлений в деятельности предприятий; срочное реагирование на вызовы и угрозы среды; изучение и реализация возможностей выхода предприятия из кризисного состояния.

Решение указанных задач становится необходимым условием успешной деятельности предприятий. Для их решения существуют современные информационные системы: информационные системы финансового управления и учета, информационная системы маркетинга, информационные системы по учету кадров и др. Эти системы осуществляют автоматизацию различных задач: хозяйственного учета готовой продукции, труда и заработной платы, расходов на производство, основных средств и нематериальных активов; управления

производством, запасами, портфелем заказов и др. Вместе с тем современные информационные системы помогают, с одной стороны, предотвратить риск на предприятии и эффективно используются при антикризисном управлении, с другой – они сами служат источником риска. Бизнес-процессы предприятия из-за своей зависимости от компьютерной техники являются достаточно уязвимыми. В связи с этим возникает необходимость в обеспечении информационной безопасности в контексте антикризисного управления предприятиями.

На основе положений, указанных выше, авторы предлагают стратегию обеспечения информационной безопасности. Основные содержательные элементы стратегии представлены на рисунке.

Составлено автором по материалам исследования

Рис. Содержание стратегии обеспечения информационной безопасности в контексте антикризисного управления предприятиями

Figure. Content of informational security strategy in the context of crisis management of enterprises

Стратегический план обеспечения информационной безопасности включает следующие этапы:

– разработка цели и стратегических целей поддержания конфиденциальности, целостности и пригодности экономической информации для осуществления эффективного антикризисного управления предприятиями;

– анализ внешней и внутренней среды, корректировка, при необходимости стратегических целей информационного обеспечения антикризисного управления предприятиями;

– разработка стратегических направлений поддержки информационной безопасности в системе антикризисного управления предприятиями;

– анализ реализации стратегического плана и корректировки стратегических направлений поддержки информационной безопасности в системе антикризисного управления предприятиями.

На рисунке проиллюстрированы факторы, причины, цели и стратегические направления обеспечения информационной безопасности. Среди причин разработки стратегии выделены угрозы информационные безопасности: угрозы, которые носят случайный характер и угрозы, обусловленные умышленными действиями людей. К ним относят официальную документацию предприятия, содержащую ложную, несвоевременную или неточную информацию. Угрозы, которые носят случайный характер: ошибки, возникающие

в результате работы аппаратуры или из-за недостаточной квалификации персонала. Угрозы, обусловленные умышленными действиями людей: хищения, разглашение информации, утечка экономической информации, несанкционированный доступ людей к информационным ресурсам, вывод из строя технического обеспечения, внедрение вирусов [Поносов, Пилипенко, 2013].

Основной целью стратегии является поддержание конфиденциальности, целостности и пригодности информации для эффективного антикризисного управления предприятиями. Информацией должны пользоваться только уполномоченные люди, она должна быть защищена от неправомерной модификации и всегда быть готова к использованию.

Среди стратегических направлений выделены следующие: организационное и инженерно-техническое обеспечение информационной безопасности. Стратегия организационного обеспечения включает анализ внешних и внутренних угроз, организацию работы с сотрудниками, документами, организации режима и охраны, систематический контроль.

Стратегия инженерно-технического обеспечения включает использование технических средств сбора, обработки, накопления и хранения конфиденциальной информации, защиту информации, систематический контроль.

Причинение вреда интеллектуальной собственности предприятия может привести к таким последствиям, как потеря позиций на рынке, потеря постоянных и временных конкурентных преимуществ или снижения стоимости торговой марки. Именно поэтому принимать решение следует на основе качественной оценки возможных эффектов.

Таким образом, доказана эффективность использования информационных технологий в процессе антикризисного управления. В связи с тем, что информационные технологии сами служат источником риска, отмечена необходимость обеспечения информационной безопасности в контексте антикризисного управления предприятиями.

Для поддержания конфиденциальности, целостности и пригодности информации в процессе эффективного антикризисного управления разработана стратегия обеспечения информационной безопасности в контексте антикризисного управления предприятиями. Реализация стратегических направлений позволит предприятиям уменьшить как возможные материальные убытки, так и сохранить конкурентные преимущества и позиции на рынке.

При анализе эффективности реализации стратегии обеспечения информационной безопасности в контексте антикризисного управления предприятиями следует учитывать, что основным эффектом, к которому стремится предприятие, является существенное уменьшение материального ущерба вследствие реализации существующих угроз информационной безопасности. Но не весь ущерб от реализации угроз информационной безопасности можно однозначно выразить в денежном выражении. Следовательно, обеспечение информационной безопасности требует внедрения инновационных решений и создания соответствующей антикризисной инновационной инфраструктуры для обеспечения антикризисных мер.

Особая роль в решении задачи преодоления кризисных явлений принадлежит инновациям. Создание информационной системы эффективного трансфера инновационных продуктов обеспечит адекватное реагирование на проблемные и кризисные явления национальной экономики на всех уровнях, в том числе на макроуровне, уровне предприятий.

Особая роль среди обслуживающих подсистем инновационной инфраструктуры принадлежит информационной подсистеме. Для повышения эффективности инновационного процесса необходима информационная поддержка процессов трансфера технологий, поиска партнеров для сотрудничества.

Среди причин, препятствующих эффективному освоению нововведений, является недостаточная информированность предприятий о существовании новых технологий и, в свою очередь, недостаточная информированность научных организаций о технологических нуждах предприятий. Именно поэтому возникает необходимость во внедрении современных информационных технологий для передачи и сохранения знаний и формирования инновационной инфраструктуры как элемента антикризисного управления предприятиями [Семке, 2012; Ясенев и др., 2006].

Среди задач функционирования инновационной инфраструктуры нами выделены следующие:

– информационное обеспечение инновационной деятельности предприятий (создание базы данных и веб-сайта о спросе и предложении на инновационные продукты, предоставление доступа к ресурсу всем заинтересованным лицам);

– повышение внутренней эффективности производства и конкурентоспособности продукции предприятий;
– продвижения результатов инновационной деятельности на рынке;
– подготовка специалистов в области инновационного менеджмента;
– финансово-экономическое обеспечение инновационной деятельности (привлечение инвестиционных ресурсов из различных источников).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Усовершенствованы теоретические подходы управления информационной безопасностью в контексте антикризисного управления предприятиями, предусматривающие разработку стратегии информационной безопасности для минимизации потерь от последствий кризиса. Важным фактором возникновения кризиса предприятий является неразвитая система инновационных коммуникаций: отсутствие оптимального информационного обеспечения антикризисного управления, эффективной системы финансовой диагностики и низкий уровень трансфера технологий производства продукции. Предложено организационно-функциональное обеспечение информационно-инновационной составляющей антикризисного управления предприятиями с использованием коммуникационных инструментов технологической платформы для повышения качества экономического состояния.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Андреева Т.А. (2012). Информационное обеспечение стратегического менеджмента предприятия//Информационная безопасность регионов. № 2. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-obespechenie-strategicheskogo-menedzhmenta-predpriyatiya (дата обращения: 14.02.2019).

Белоус Е.В., Петропавлова Г.П. (2014). Антикризисное управление: зарубежный опыт и Российская практика//Экономика и экологический менеджмент. № 3. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/antikrizisnoe-upravlenie-zarubezhnyy-opyt-i-rossiyskaya-praktika (дата обращения: 14.02.2019).

Жариков В.В., Жариков И.А., Евсейчаев А.И. (2009). Антикризисное управление предприятием. Тамбов: Изд-во ТГТУ. 69 с.

Поносов Е.В., Пилипенко Е.В. (2013). Модель совершенствования антикризисного управления на предприятиях промышленности//Актуальные вопросы современной науки. № 1. С. 117–124.

Рудакова Т.А., Рудакова О.Ю. (2010). Информационное обеспечение антикризисного менеджмента в процедурах банкротства//Известия АлтГУ. № 1–2. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-obespechenie-antikrizisnogo-menedzhmenta-v-protsedurah-bankrotstva (дата обращения: 14.02.2019).

Семке Ю.С. (2012). Сущность и основные элементы инновационной инфраструктуры//Вестник-Экономист ЗабГУ. № 4. С. 1–9.

Ясенев В.Н., Кокин А.С., Яшина Н.И. (2006). Финансовый менеджмент: монография. Н. Новгород: Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. 428 с.

Камышев Э.Н. (2009). Информационная безопасность и защита информации: учебное пособие. Томск: ТПУ. 95 с.

REFERENCES

Andreeva T.A. (2012). “Information support of the strategic management of the enterprise” [“Informatsionnoe obespechenie strategicheskogo menedzhmenta predpriyatiya”], Regional Information Security [*Informatsionnaya bezopasnost’ regionov*], no. 2. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-obespechenie-strategicheskogo-menedzhmenta-predpriyatiya (accessed 14.02.2019).

Belous E.V. and Petropavlova G.P. (2014). “Crisis management: foreign experience and Russian practice” [“Antikrizisnoe upravlenie: zarubezhnyi opyt i Rossiiskaya praktika”], Economics and environmental management [*Ekonomika i ekologicheskii menedzhment*], no. 3. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/antikrizisnoe-upravlenie-zarubezhnyy-opyt-i-rossiyskaya-praktika (accessed 14.02.2019).

Zharikov V.V., Zharikov I.A. and Evseichaev A.I. (2009), Crisis Management Company [*Antikrizisnoe upravlenie predpriyatiem*], Tambov State Tech. University, Tambov, Russia, 69 p.

Ponosov E.V. and Pilipenko E.V. (2013), “Model of improving crisis management in industrial enterprises” [“Model’ sovershenstvovaniya antikrizisnogo upravleniya na predpriyatiyakh promyshlennosti”], Actual issues of modern science [*Aktual’nye voprosy sovremennoi nauki*], no. 1, pp. 117–124.

Rudakova T.A. and Rudakova O.Yu. (2010), “Information support of crisis management in bankruptcy proceedings” [“Informatsionnoe obespechenie antikrizisnogo menedzhmenta v protsedurakh bankrotstva”], News of Altai State University [*Izvestiya AltGU*], no. 1–2. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-obespechenie-antikrizisnogo-menedzhmenta-v-protsedurah-bankrotstva (accessed 14.02.2019).

Semke Yu.S. (2012), “The essence and main elements of the innovation infrastructure” [“Sushchnost’ i osnovnye elementy innovatsionnoi infrastruktury”], Herald-Economist of the Transbaikal State University [*Vestnik-Ekonomist ZabGU*], no. 4, pp. 1–9.

Yasenev V.N., Kokin A.S. and Yashina N.I. (2006), Financial management [*Finansovyi menedzhment: monografiya*], Lobachevski State University of Nizhnii Novgorod, N. Novgorod, Russia, 428 p.

Kamyshev E.N. (2009), Information Security and Information Protection: Tutorial [*Informatsionnaya bezopasnost’ i zashchita informatsii: uchebnoe posobie*], Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia, 95 p.

К вопросу о типологии новой экономики

Получено: 19.02.2019; одобрено: 26.03.2019; опубликовано: 19.04.2019

УДК 330.101.3 JEL A10, B40, O10 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-60-77

Огородников Петр Иванович

Д-р техн- наук, Оренбургский филиал Института экономики Уральского отделения Российской академии наук, г. Оренбург, Российская Федерация
e-mail: ofguieuroran@mail.ru

Тасмаганбетов Аслан Букимбаевич

Канд. экон. наук, РГП на ПХВ «Актюбинский региональный государственный университет имени К. Жубанова», г. Актобе, Республика Казахстан
e-mail: aslandelo@mail.ru

Тяпухин Алексей Петрович

Д-р экон. наук, Оренбургский филиал Института экономики Уральского отделения Российской академии наук г. Оренбург, Российская Федерация
e-mail: aptyapuhin@mail.ru;

АННОТАЦИЯ

В настоящее время разработано значительное количество определений терминов различных типов экономики, включая термин «новая экономика», причем содержание этих определений зачастую дублируется или не отличается конкретностью. Часто вертикальные и горизонтальные взаимосвязи терминов выражены нечетко, что снижает качество научных исследований в области экономики и управления.

Предмет исследования – типология термина «новая экономика» и сопутствующих ему терминов экономики. Цель исследования – уточнение и дополнение типологии термина «новая экономика» и сопутствующих ему терминов, а также разработка адекватных им определений. Гипотеза исследования основана на том, что определения изучаемых терминов включают дублирующие компоненты и классификационные признаки или не содержат необходимых для их однозначности компонентов и классификационных признаков. Поэтому эти определения могут быть уточнены и дополнены на основе терминологического анализа. В качестве методов исследования выбраны логико-структурные методы: терминологический анализ, группировок, типологии и классификации.

В статье выявлены и сгруппированы основные компоненты и классификационные признаки определений терминов различных типов экономики. Обоснованы классификационные признаки и их комбинации. Разработаны варианты классификаций различных типов экономики и обоснована их структура. Предложены базовые и уточненные определения терминов различных типов экономики. Научный вклад обеспечен корректным выбором и использованием эмпирической базы, применением адекватных методов исследования, обоснованием авторской типологии терминов различных типов экономики, позволяющих получить их однозначные определения. Результаты исследования позволяют скорректировать ряд положений экономической теории, обеспечивающих совершенствование ее терминологического аппарата и структуры.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Новая экономика, традиционная экономика, интернет-экономика, инновационная экономика, экономика знаний, виртуальная экономика, цифровая экономика, информационная экономика, креативная экономика, сетевая экономика.

ЦИТИРОВАНИЕ

Огородников П.И., Тасмаганбетов А.Б., Тяпухин А.П. К вопросу о типологии новой экономики//E-Management. 2019. № 1. С. 60–77.

© Огородников П.И., Тасмаганбетов А.Б., Тяпухин А.П., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

On typology of new the economy

Received: 19.02.2019; approved: 26.03.2019; published: 19.04.2019

JEL classification A10, B40, O10 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-60-77

Ogorodnikov Petr

Doctor of Technical Sciences, Orenburg branch of Economics Institute of Ural branch of Russian Academy of Sciences, Orenburg, Russia
e-mail: ofguieuroran@mail.ru

Tasmaganbetov Aslan

Candidate of Economic Sciences, Aktobe Regional State University named after K. Zhubanov, Actobe, Republic of Kazakhstan
e-mail: aslandelo@mail.ru

Tyapukhin Alexey

Doctor of Economic Sciences, Orenburg branch of Economics Institute of Ural branch of Russian academy of sciences, Orenburg, Russia
e-mail: aptyapuhin@mail.ru

ABSTRACT

Currently, a significant number of definitions of terms of different types of economy, including the term «new economy», has been developed, and the content of these definitions is often duplicated or not specific. Vertical and horizontal interrelations of these terms are not often expressed clearly, which reduces the quality of scientific researches in the field of economics and management.

The subject of the study is the typology of the term "new economy" and related terms. The purpose of the study is clarification and addition of the typology of the term "new economy" and related terms, as well as to develop their adequate definitions. The hypothesis of the study is based on the fact, that the definitions of the studied terms include duplicate components and classification features or do not contain the necessary components and classification features. Therefore, these definitions can be refined and supplemented on the basis of terminological analysis. Logical-structural methods have been chosen as research methods: terminological analysis, grouping, typology and classification.

The major components and classification features of definitions of different types of the economics have been revealed and grouped in the article. Classification features and their combinations have been substantiated. Options for the classifications of different types of economics have been developed and their structure has been justified. The basic and refined definitions of different types of economics have been proposed. The scientific contribution has been provided by the correct choice and use of the empirical base, application of adequate research methods, the substantiation of the author's typology of terms of different types of economics, allowing to obtain their unambiguous definitions.The results of the study allow to adjust a number of provisions of the economics theory, ensuring the improvement of its terminological apparatus and structure.

KEYWORDS

New economy, traditional economy, Internet economy, innovative economy, knowledge economy, virtual economy, digital economy, informational economy, creative economy, network economy.

FOR CITATION

Ogorodnikov P.I., Tasmaganbetov A.B., Tyapukhin A.P. On typology of new the economy (2019) *E-Management*, 2 (1), pp. 60–77. doi: 10.26425/2658-3445-2019-1-60-77

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Непрерывные и противоречивые изменения условий деятельности хозяйствующих субъектов оказали существенное влияние на структуру и механизм функционирования традиционной экономики или «экономической системы, в которой традиции, обычаи определяют широкое использование редких ограниченных природных ресурсов» [Борисов, 2007, с. 745]. Изучение данных изменений позволило О. Уильямсону [Williamson, 1975] обосновать содержание новой институциональной экономической теории (далее − НИЭТ). Г.Б. Клейнер [2006] выделил четыре основных направления развития НИЭТ в «поисках»: разнообразия, полноты, синтеза и идентичности.

Указанные выше направления – поиски, которые в полной мере применимы к термину «новая экономика», поскольку на сегодняшний день, в частности:

– создано определенное разнообразие и достигнут приемлемый уровень полноты определений термина «новая экономика» и определений сопутствующих ему терминов;

– не в полной мере обеспечена идентичность содержания определений терминов и сущности данных терминов, например количества определений термина «новая экономика» и его качества;

– не решены задачи синтеза: определений одного и того же термина, например термина «цифровая экономика», для создания более качественной его модели; терминов частного характера, например, термина «цифровая экономика», для создания более качественной модели термина общего характера, в данном случае – термина «новая экономика».

Цели исследования − уточнение и дополнение типологии термина «новая экономика» и сопутствующих ему терминов, а также разработка адекватных им определений.

МЕТОДЫ И МОДЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

В качестве методов исследования выбраны логико-структурные методы: терминологического анализа, группировок, типологии и классификации.

Модель исследования включает:

– поиск, сортировку и анализ литературных источников по теме исследования;

– группировку определений термина «новая экономика» и сопутствующих ему терминов;

– выделение основных компонентов, формирующих определения термина «новая экономика» и сопутствующих ему терминов;

– выделение классификационных признаков, предполагающих качественную оценку компонентов определений термина «новая экономика» и сопутствующих ему терминов;

– статистическую обработку указанных выше компонентов и классификационных признаков;

– выбор, уточнение и дополнение компонентов и классификационных признаков терминов типов экономики;

– формирование последовательности использования классификационных признаков терминов с целью разработки их базовых определений;

– анализ и обоснование возможности использования компонентов исследуемых терминов с целью уточнения содержания их базовых определений;

– окончательное оформление уточненных определений терминов типов экономики, начиная с термина «новая экономика».

Изложенная выше модель исследования разработана на основе методик, изложенных в работах [Newbert, 2007; Stock and Boyer, 2009].

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

Обзор литературных источников позволил получить следующие результаты:

1) выявлены наиболее востребованные термины типов экономики (табл. 1);

2) в качестве базы для терминологического анализа выбраны 106 литературных источников, из них 103 источника содержат данные, касающиеся терминов типов экономики;

3) указанные выше литературные источники содержат 123 описания и определения терминов типов экономики;

4) в ряде литературных источников различные типы экономики отождествляются.

Например, Л.П. Пидоймо, Е.В. Бутурлакина [н.д., с. 115] отмечают, что «соотношение понятий «информационной экономики» и «экономики знаний» дискуссионно, а Д. Бьюмонт, Е.В. Вартанова, Т.П. Данько, А.М. Козырев, Ю.П. Смирнов называют их «тождественными». Термины «инновационная экономика», «экономика знаний», «интеллектуальная экономика» считают равнозначными Ю.В. Буханцева и Б.Н. Манжиева [2012], Ю.И. Перевозников и Е.А. Спивакова [2013]. Под инновационной экономикой В.В. Трейер [2013] подразумевает экономику знаний. К.В. Султанов, А.А. Воскресенский [2014] рассматривают креативную экономику в качестве высшей стадии экономики знаний;

5) Я.Б. Данилевич считает необходимым разграничить термины типов экономики [Данилевич, Коваленко, 2005];

6) под терминами, производными от термина «экономика», понимают разные объекты. Так, например, под цифровой экономикой подразумевают:

– глобальную сеть экономических и социальных мероприятий [Апалькова, 2016];

– виртуальную среду [Урманцева, 2017];

– инструмент работы с информацией [Кудина, Сухарева, 2017];

– сферу деятельности [Михайлова, 2018];

– автоматизированное регулирование хозяйства [Евтянова, 2017];

7) при обосновании определений экономики одного и того же типа используются различные компоненты и классификационные признаки:

– в частности, К. Келли изложил следующие черты новой экономики: «глобальный характер происходящих изменений; оперирование неосязаемыми благами …; тесное взаимопереплетение и взаимодействие отдельных сегментов новой экономики» [Kelly, 1998, p. 2];

– эксперты ООН определяют новую экономику как «совокупность интенсивного технологического прогресса в области компьютеров, коммуникаций, интернационализации экономических систем, бурных изменений в финансовой сфере» [Потемкин, 2000, с. 251].

Таблица 1. Информация о литературных источниках по теме исследования
Table 1. Information about literary sources on the research theme

Термин	Количество выявленных источников			Количество определений термина	
	Ед.	%	Типовые источники	Ед.	%
Сетевая экономика	17	15,4	[Василенко, 2013; Коновалова, 2007; Курапов, Стец, 2011]	19	15,4
Экономика знаний	14	12,6	[Говорова, 2006; Reich, 1991]	14	11,5
Новая экономика	13	11,7	[Диденко, Шудренко, 2008; Дьяченко, 2010; Сербиновский, Захарова, 2010]	17	13,8
Информационная экономика	12	10,8	[Machlup, 1962; Porat, 1977]	14	11,5
Инновационная экономика	10	9,0	[Баутин, 2014; Орлова, 2015]	10	8,1
Цифровая экономика	10	9,0	[Урманцева, 2017; Shwab, 2015]	10	8,1
Традиционная экономика	9	8,1	[Апалькова, 2016; Рязанов, 2014]	11	8,9
Интернет-экономика	9	8,1	[Красильникова, 2010; Максиянова, 2013]	9	7,3
Виртуальная экономика	8	7,2	[Михейкина, 2014; Потемкин, 2000]	10	8,1
Креативная экономика	7	6,3	[Каменских, 2013; Попов, Иванов, 2009]	7	5,7
Нейроэкономика	1	0,9	[Дятлов, 2016]	1	0,8
Экономика индивидуума	1	0,9	[Апатова, н.д.]	1	0,8
Итого	111	100	-	123	100

Составлено авторами по материалам исследования

Из первого определения термина можно выделить:

– три основных компонента: «изменения», «неосязаемые блага», «взаимопереплетение и взаимодействие»;

– три классификационных признака: «характер изменений: локальный / глобальный», «тип перерабатываемого объекта: материальный / нематериальный», «тип экономической системы: закрытая / открытая».

Второе определение термина включает:

– пять компонентов: «технология», «компьютерная техника», «коммуникации», «экономические системы», «изменения»;

– два классификационных признака: «динамика внешней среды: низкая / высокая», «тип экономической системы: закрытая / открытая».

По аналогии в ходе исследования были выделены компоненты и классификационные признаки представленных в таблице 1 определений терминов типов экономики (табл. 2).

Таблица 2. Результаты обзора литературных источников по теме исследования
Table 2. Results of the review of literary sources on the research theme

Термин	Количество классификационных признаков		Количество компонентов	
	Ед.	%	Ед.	%
Новая экономика	23	18,7	14	16,7
Инновационная экономика	17	13,8	8	9,5
Информационная экономика	15	12,2	8	9,5
Сетевая экономика	14	11,4	10	11,9
Экономика знаний	13	10,6	7	8,3
Традиционная экономика	10	8,1	10	11,9
Цифровая экономика	10	8,1	8	9,5
Интернет-экономика	9	7,3	8	9,5
Виртуальная экономика	5	4,1	4	4,8
Креативная экономика	5	4,1	5	6,0
Нейроэкономика	1	0,8	1	1,2
Экономика индивидуума	1	0,8	1	1,2
Итого	123	100,0	84	100,0

Составлено авторами по материалам исследования

Фрагменты результатов исследования понятий «традиционная экономика», «новая экономика», «инновационная экономика», «экономика знаний» и «цифровая экономика» представлены в таблицах 3–7.

Таблица 3. Компоненты и классификационные признаки термина «традиционная экономика»
Table 3. Components and classification characteristics of the term “traditional economy”

Компоненты	Классификационные признаки
Хозяйство	Тип хозяйства: натуральное*/индустриальное
Ресурсы	Тип перерабатываемых ресурсов: материальные*/нематериальные
Продукция / услуги	Тип продукции и услуг: стандартные*/инновационные
Технология	Уровень развития технологий: развитые / неразвитые*
Производство	Тип производства: единичный (партии и очереди)* / массовый (поток единичных изделий)
Традиции, обычаи, каноны, нормы	Состояние объекта управления: стабильность*/развитие
Земля и капитал	Владение землей и капиталом: общее*/частное
Связи	Связи между производителями: развитые/неразвитые*
Труд	Тип труда: ручной*/машинный
Методы управления	Тип методов управления: экономические*/организационные

Примечание: *– признаки традиционной экономики

Составлено авторами по материалам исследования

Таблица 4. Компоненты и классификационные признаки термина «новая экономика»
Table 4. Components and classification characteristics of the term "new economy"

Компоненты	Классификационные признаки
Изменения	Характер происходящих изменений: локальный / глобальный*
Благо	Тип блага: осязаемый / не осязаемый*
	Темп обновления производственных технологий или продуктов и (или) услуг: высокий* / низкий
Взаимопереплетение и взаимодействие, коммуникации	Типы взаимопереплетения и взаимодействия отдельных сегментов новой экономики: развитое* / не развитое
Технологический прогресс, изменения	Фаза технологического цикла: упадок (стабильность) / развитие*
	Инновационная составляющая в деятельности компаний: незначительная / значительная*
	Темп обновления производства: циклический / непрерывный*
Технология	Уровень развития технологий: низкий / высокий*
	Тип технологий: производственные / информационно-коммуникационные*
Компьютеры	Использование компьютерного обеспечения: используется* / не используется
Ценность	Приоритеты конечного потребителя продукции и услуг: потребности / ценности*
Рынок	Динамика развития рынка: низкая / высокая*
	Тип потребностей рынка: материальные / духовные*
Производительность труда	Состояние производительности труда: стабильная / растущая*
	Источник производительности труда: машины и оборудование / информация и менеджмент*
Персонал	Квалификация персонала: высокая* / низкая
	Инвестиционный вклад интеллектуального человеческого капитала: высокий* / низкий
	Доминирование человека или средств производства (материальных ценностей): доминирование средств производства (материальных ценностей) / доминирование человека*
Нематериальные активы	Тип нематериальных активов: традиционные / уникальные*
Циклы деловой активности и инфляции	Характеристика циклов деловой активности и инфляции: присутствуют / отсутствуют*
Труд	Тип труда: физический / интеллектуальный*
Производство	Тип производства: единичный (партии и очереди) / массовый (поток единичных изделий) *

Примечание: *– признаки новой экономики

Составлено авторами по материалам исследования

Таблица 5. Компоненты и классификационные признаки термина «инновационная экономика»
Table 5. Components and classification characteristics of the term "innovative economy"

Компоненты	Классификационные признаки
Инновации	Уровень генерации инноваций: локальный / глобальный*
	Условия внедрения инноваций: не благоприятные / благоприятные*
	Восприятие инноваций: равнодушное / благожелательное*
	Доступ субъектов к инновациям: закрытый / открытый*
Система	Тип развития экономической системы: традиционный / интенсивный*
Человеческий капитал	Качество человеческого капитала: низкое / высокое*
	Эффективность системы подготовки: низкая / высокая*

Окончание табл. 5

Продукция и технологии	Добавленная стоимость продукции и технологий: низкая / высокая* Добавленная стоимость создается: человеческим капиталом* / материальным производством Темп обновления продукции и технологий: низкий / высокий*
Прибыль	Источник получения прибыли: интеллект новаторов и ученых, информационная сфера* / материальное производство, концентрация финансов
Коммуникационные возможности	Уровень коммуникационных возможностей: низкий / высокий*
Знания	Роль научных знаний: низкая / высокая* Понимание знания как товара: нет / есть* Продвижение знаний на рынок: нет / есть*
Инфраструктура	Способность инфраструктуры обеспечивать ресурсы для создания инноваций: не способна / способна* Способность инфраструктуры гибко реагировать на появление инноваций: не способна / способна*

Примечание: *– признаки инновационной экономики

Составлено авторами по материалам исследования

Таблица 6. Компоненты и классификационные признаки термина «экономика знаний»
Table 6. Components and classification characteristics of the term “khowledge economy”

Компоненты	Классификационные признаки
Знания	Источник знаний: полученные по результатам работ других исследователей / полученные в результате проведения фундаментальных и прикладных научных исследований* Конвертирование знаний: в запасы / в производственный опыт и нематериальные активы* Понимание знания как товара: нет / есть* Знание как фактор производства: нет / да*
-	Достаточность знаний для постановки задач и их решения: не достаточны / достаточны* Эффективность и интенсивность использования знаний: не эффективное и не интенсивное / эффективное и интенсивное*
База знаний и научно-технический потенциал	Конкурентоспособность базы знаний и научно-технического потенциала: не конкурентоспособны / конкурентоспособны*
Научно-исследовательская деятельность	Поддержка научно-исследовательской деятельности: не поддерживается / поддерживается*
Человеческий капитал	Использование человеческого капитала: не эффективное / эффективное* Компоненты человеческого капитала: экономические / общекультурные*
Информационная среда	Полноценность информационной среды: не полноценная / полноценная*
Отношения	Основа отношений: на поставках материальных ресурсов / на идеях, концепциях, стратегиях*
Деятельность человека	Основа деятельности человека: на выполнении рутинных операций / на креативности, воображении *

Примечание: *– признаки экономики знаний

Составлено авторами по материалам исследования

Таблица 7. Компоненты и классификационные признаки термина «цифровая экономика»
Table 7. Components and classification characteristics of the term “digital economy”

Компоненты	Классификационные признаки
Благо	Тип блага: материальные / не материальные*
Информация	Направления использования информации: на подготовку и принятие решений / на изготовление товаров и предоставление услуг*
	Предмет исследования современной экономики: материальные объекты / информация и знания*
Экономическая деятельность	Уровень экономической деятельности: локальный / глобальный*
	Среда экономической деятельности: реальная / виртуальная*
Субъекты экономики	Форма организации субъектов экономики: локальные субъекты / в форме сети*
Инновации	Скорость распространения инноваций: низкая / высокая*
Цифровые технологии	Глубина и масштаб проникновения цифровых технологий: не значительные / значительные*
Методы обработки, хранения, передачи данных	Основа методов обработки, хранения, передачи данных: традиционная / инновационная*
Регулирование хозяйства	Методы регулирования хозяйства: «ручные» / автоматизированные*

Примечание: *– признаки цифровой экономики

Составлено авторами по материалам исследования

Компоненты и классификационные признаки, выделенные в таблицах 3–7 жирным и обычным курсивом, были подвергнуты дополнительному терминологическому анализу.

Анализ классификационных признаков и компонентов термина «новая экономика» и сопутствующих ему терминов

В результате анализа выделенных компонентов определений терминов типов экономики (см. табл. 2) установлено, что:

– в ряде случаев имеет место их необоснованное дублирование. Так, компонент «отношения» присутствует в пяти терминах; компонент «благо» – в четырех и т.п.;

– в нескольких терминах используются компоненты-синонимы, такие как «хозяйственная деятельность» и «экономическая деятельность», «субъекты экономики» и «хозяйствующие субъекты» и т.п.

Поэтому принято решение:

– сократить количество компонентов определений терминов с 84 до 66 или на 21,5 % (в таблицах 3–7 и др. подлежащие сокращению 18 компонентов выделены жирным курсивом), исключив их дублирование и закрепив оставшийся в единственном числе компонент за конкретным типом экономики;

– те классификационные признаки, которые соответствуют сокращенным компонентам терминов, закрепить за тем термином, которому компонент соответствует. Например, классификационные признаки «роль научных знаний: низкая / высокая», «понимание знания как товара: нет / есть», «продвижение знаний на рынок: нет / есть» – переместить из таблицы 5 в таблицу 6.

Разработка определения термина «новая экономика» и определений сопутствующих ему терминов

Для того, чтобы разработать типологию и обосновать содержание определений термина «новая экономика» и сопутствующих ему терминов, необходимо выбрать совокупность классификационных признаков, представленных в таблицах 3–7 и др., и при необходимости их уточнить и дополнить.

Анализ выделенных ранее признаков позволяет сделать следующие выводы.

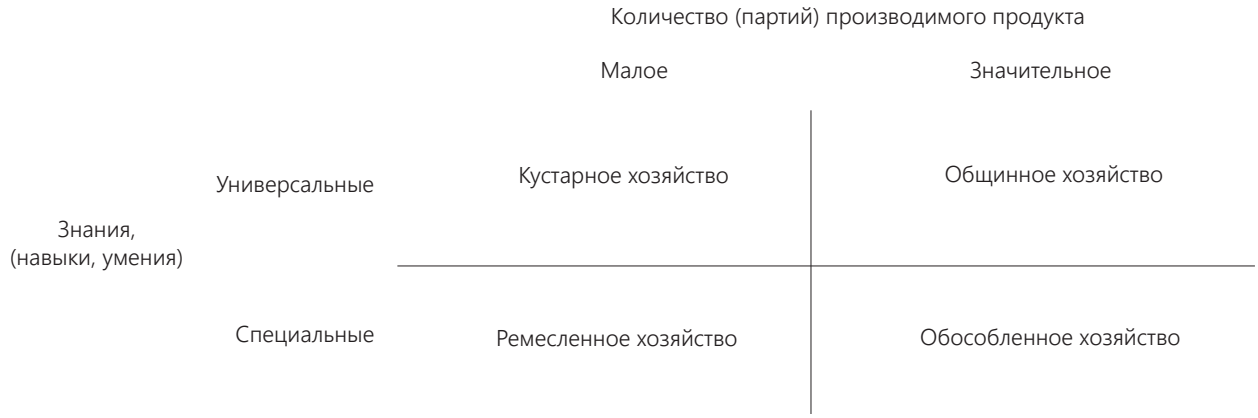
1. Если взять в качестве основы такие классификационные признаки, как: тип экономических отношений: локальные / глобальные (ранее – термин «интернет-экономика», после доработки – термин «экономика знаний» (см. табл. 6); тип перерабатываемых ресурсов: материальные / нематериальные (термин «традиционная экономика» (см. табл. 3), то можно выделить четыре типа экономики, каждый из которых также может быть подвергнут классификации (рис. 1).

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Классификация типов экономики (вариант 1)
Figure 1. Classification of types of economy (option 1)

2. Для того, чтобы выделить типы натурального хозяйства, целесообразно использовать оригинальные классификационные признаки: количество (партий) производимого продукта: малое / значительное; знания (навыки, умения) производителей продукта: универсальные / специальные.

В результате классификации можно выделить следующие типы натурального хозяйства: кустарное, ремесленное, общинное и обособленное (рис. 2).



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Классификация типов натурального хозяйства
Figure 2. Classification of types of subsistence economy

3. Основные типы материального производства (индустриальной экономики) можно установить, если использовать оригинальные классификационные признаки: количество наименований продукта (ассортимент): малое / значительное; количество изделий в партии продукта: малое / значительное. Совместное применение изложенных выше признаков позволяет получить следующие типы материального производства: профильное, единичное, массовое, гибкое (интегрированное) (см. рис. 3).

4. Использование таких оригинальных признаков, как: область использования информации: принятие решений (подготовка производства) / внедрение решений (производство); результат внедрения знаний (умений, навыков): материальный / нематериальный, позволяет выделить четыре типа знаний в областях – техники, товара (продукта / услуги), управления и технологий (см. рис. 4).

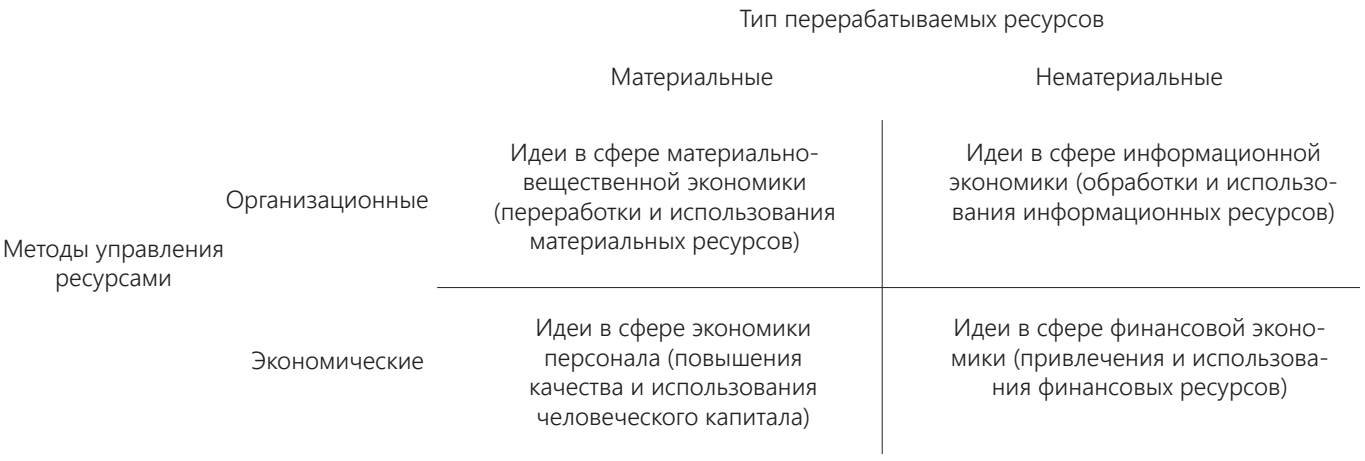
5. Основные типы идей можно получить, если использовать обоснованные ранее классификационные признаки термина «традиционная экономика» (см. табл. 3): тип перерабатываемых ресурсов: материальные / нематериальные; методы управления (ресурсами): организационные / экономические. В результате следует учитывать четыре типа идей в сферах: материально-вещественной экономики, экономики персонала, информационной экономики и финансовой экономики (см. рис. 5).

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 3. Классификация типов материального производства
Figure 3. Classification of types of material production

Составлено авторами по материалам исследования

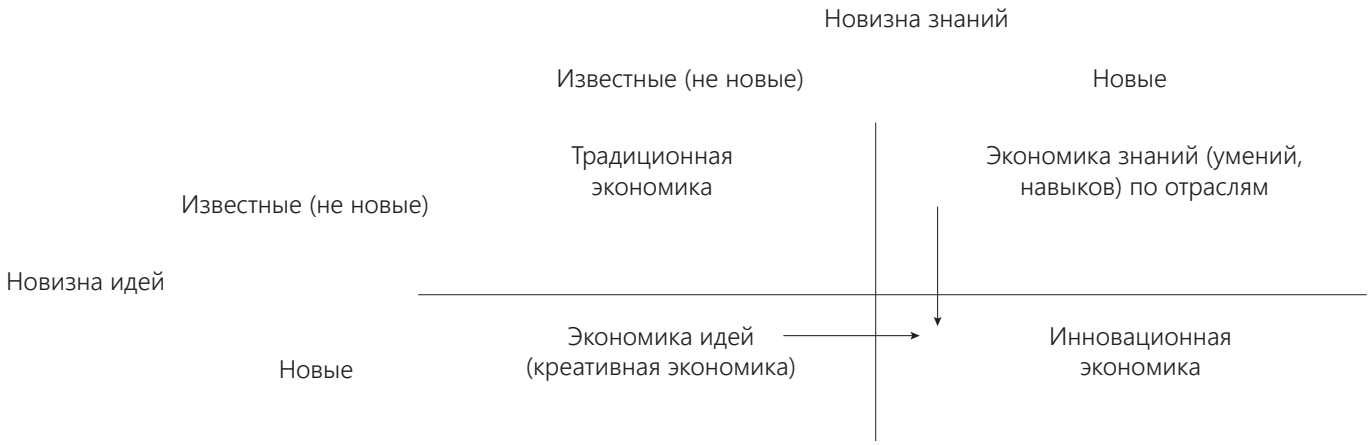
Рис. 4. Классификация типов знаний (умений, навыков) по отраслям экономики
Figure 4. Classification of types of knowledge (abilities, skills) by economic sectors



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 5. Классификация типов идей в сфере экономики
Figure 5. Classification of types of ideas in the field of economics

Если использовать такие оригинальные классификационные признаки, как: новизна знаний: известные (не новые) / новые (рис. 4); новизна идей: известные (не новые) / новые (рис. 5), то можно получить четыре типа экономики по второму варианту их классификации: традиционную экономику, экономику идей (креативную экономику), экономику знаний (умений, навыков) по отраслям и инновационную экономику (рис. 6).



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 6. Классификация типов экономики (вариант 2)
Figure 6. Classification of types of economy (option 2)

Кроме того, содержание рисунков 4, 5 позволяет уточнить и дополнить различные типы знаний через выработку и осмысление соответствующих им идей (табл. 8), что способствует развитию инновационной экономики, базирующейся на экономике знаний и креативной экономике (горизонтальная и вертикальная стрелки на рисунке 6).

Таблица 8. Структура и содержание разделов инновационной экономики
Table 8. Structure and content of the sections of the innovative economy

Область знания	Идеи в сфере			
	материально-вещественной экономики	экономики персонала	информацион-ной экономики	финансовой экономики
Техника	-	-	-	-
Управление	-	-	-	-
Товар (продукт / услуги)	-	-	-	-
Технологии	-	-	-	-

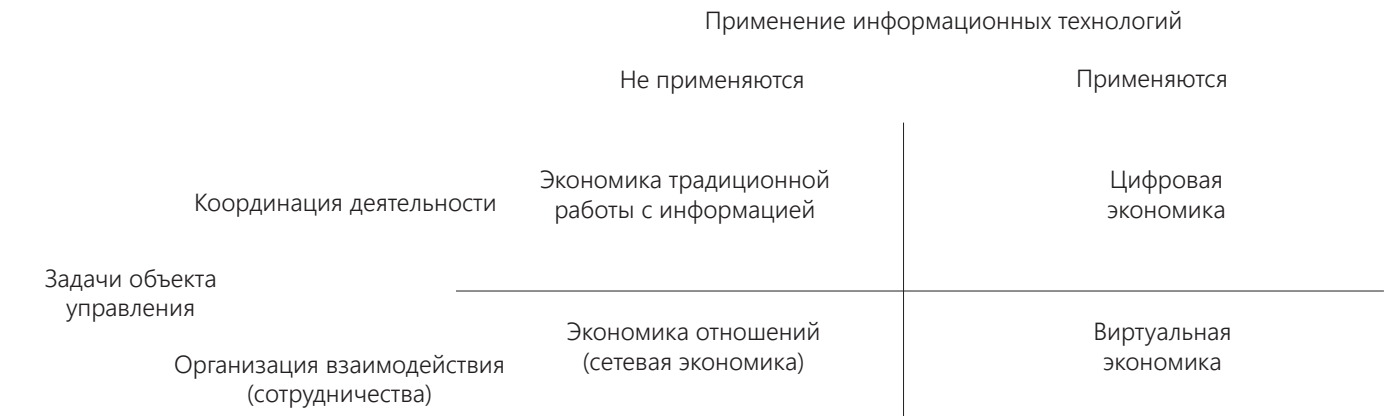
Составлено авторами по материалам исследования

Основные типы информационной экономики можно обосновать с использованием таких классификационных признаков, как: применение информационных технологий: не применяются / применяются (термин «сетевая экономика»); задачи объекта управления (хозяйствующего субъекта): координация деятельности / организация взаимодействия (сотрудничества) хозяйствующих субъектов (оригинальный классификационный признак).

В результате получим четыре типа информационной экономики: экономику традиционной работы с информацией, экономику отношений (сетевую экономику), цифровую экономику и виртуальную экономику (рис. 7).

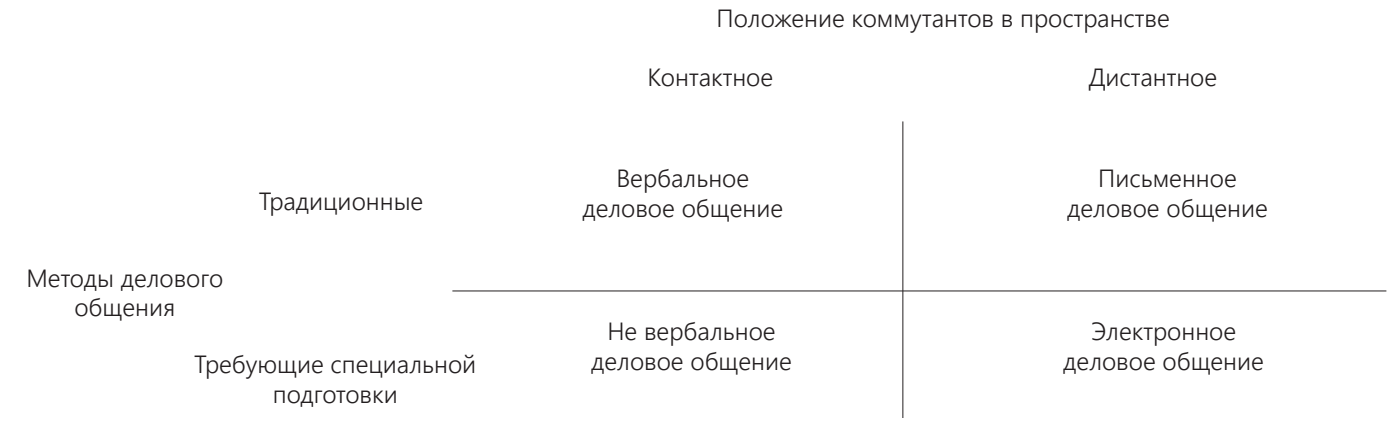
Если предположить, что в основе разграничения терминов «экономика традиционной работы с информацией» (в рамках традиционной экономики (табл. 3)) и «цифровая экономика» лежат методы делового общения исполнителей, то можно определить основные типы такого общения (рис. 8).

Приведенные типы выделены на основе следующих оригинальных классификационных признаков: положение коммутантов (хозяйствующих субъектов) в пространстве: контактное/дистантное; методы делового общения: традиционные / требующие специальной подготовки в области кодирования-декодирования информации.



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 7. Классификация типов информационной экономики
Figure 7. Classification of types of the informational economy

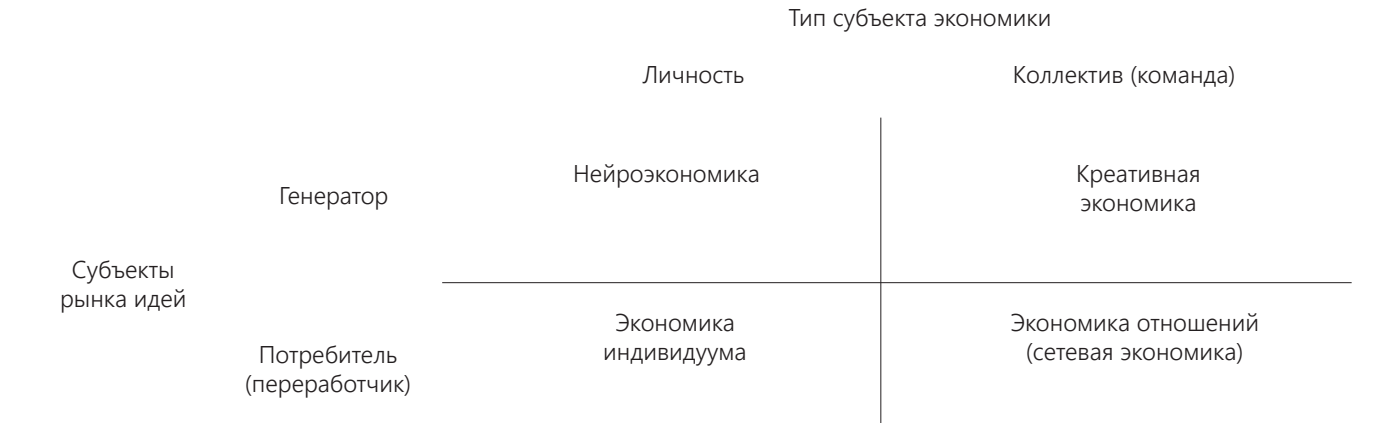


Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 8. Классификация вариантов делового общения
Figure 8. Classification of business communication options

Третий вариант классификации типов экономики можно обосновать, если в качестве классификационных признаков выбрать оригинальные признаки: тип субъекта экономики: личность / коллектив (команда); субъекты рынка идей: генератор / потребитель (переработчик или посредник).

Данные признаки позволяют выделить следующие типы экономики: нейроэкономику, экономику индивидуума, креативную экономику (экономику идей) и экономику отношений (сетевую экономику) (рис. 9).



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 9. Классификация типов экономики (вариант 3)
Figure 9. Classification of types of economy (option 3)

По аналогии с данными таблицы 8 не сложно обосновать структуру и разделы информационной экономики (табл. 9), полагая, что идеи в основных разделах экономики данного типа преобразуются в знания (умения, навыки) в областях: техники, управления, товара (продукта / услуги) и технологий.

Таблица 9. Структура и содержание разделов информационной экономики
Table 9. Structure and content of the sections of the informational economy

Область знания	Идеи в сфере			
	экономики традиционной работы с информацией	экономики отношений (сетевой экономики)	цифровой экономики	виртуальной экономики
Техника	-	-	-	-
Управление	-	-	-	-
Товар (продукт / услуги)	-	-	-	-
Технологии	-	-	-	-

Составлено авторами по материалам исследования

Изложенный выше материал позволяет разработать структуру типов новой экономики (типологию) (рис. 10).

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 10. Структура типов новой экономики
Figure 10. Structure of the new economy types

Информация, представленная на рис. 10, позволила авторам обосновать базовые (или универсальные) определения терминов экономики на основе классификационных признаков, представленных на рис. 1–7.

Используя неучтенные ранее компоненты исследуемых терминов, в итоге были получены уточненные варианты данных определений:

1) новая экономика − тип рыночной экономики, основанной на доминировании нематериальных активов и использовании информационных технологий, ориентированной на сетевое взаимодействие хозяйствующих

субъектов и сокращение их упущенной выгоды с целью создания ценностей для конечных потребителей блага посредством управления потоками единичных видов продукции и услуг;

2) инновационная экономика − тип новой экономики, связанной с формированием, развитием и использованием знаний (умений и навыков) и идей в областях техники, технологии, товаров (продуктов/услуг), управления человеческим капиталом и интеллектуальной собственностью, а также с созданием, обоснованием и внедрением новых решений в сферах переработки и использования материальных, информационных и финансовых ресурсов при максимальной реализации компетенций и способностей человека и/или творческих коллективов;

3) экономика знаний (умений, навыков) − раздел инновационной экономики, связанной сформированием, развитием и использованием знаний (умений, навыков) и научного потенциала в областях техники, технологии, товаров (продуктов/услуг), а также управления человеческим капиталом и интеллектуальной собственностью;

4) экономика идей (креативная экономика) − раздел инновационной экономики, связанной с созданием, обоснованием и внедрением креативных решений в сферах переработки и использования материальных, информационных и финансовых ресурсов при максимальной реализации компетентности и способностей человека и/или творческих коллективов;

5) информационная экономика − тип экономики, направленной на работу с потоками сведений об окружающем мире, базами данных, программным и компьютерным обеспечением, а также на формирование и развитие связей и отношений между физическими и/или юридическими лицами с применением цифровых и виртуальных технологий, разработку управленческих решений и их сопровождение, в том числе с использованием искусственного интеллекта;

6) экономика традиционной работы с информацией − раздел информационной экономики, направленной на координацию деятельности физических и/или юридических лиц с применением традиционных каналов передачи информации, методов делового общения и стандартных управленческих процедур;

7) экономика отношений (сетевая экономика) − раздел информационной экономики, направленной на развитие рыночных институтов, организацию взаимодействия и использование интеллектуального и информационного потенциалов хозяйствующих субъектов, совершенствование организационных структур управления и инфраструктур бизнес-сообщества с применением традиционных методов делового общения;

8) цифровая экономика − раздел информационной экономики, направленной на координацию деятельности физических и/или юридических лиц с использованием методов генерирования, обработки, хранения, передачи информации, программного и компьютерного обеспечения на основе технологии представления передаваемых сигналов дискретными полосами аналоговых уровней;

9) виртуальная экономика − раздел информационной экономики, направленной на создание возможного состояния бытия, не существующих в реальности образов и событий для получения физическими и/или юридическими лицами неосязаемых благ с применением программного и компьютерного обеспечения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в ходе исследования получены следующие результаты:

– выявлены и сгруппированы основные компоненты и классификационные признаки, в том числе оригинальные, определений терминов различных типов экономики;

– разработаны варианты классификаций типов экономики, на основе которых обоснована их структура (типология);

– обоснованы оригинальные компоненты и классификационные признаки определений терминов типов экономики;

– предложены базовые и уточненные определения терминов различных типов экономики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Апалькова В. (2016). Развитие цифровой экономики в Европейском союзе и перспективы Украины//ICTSD, 20.06.2016. Режим доступа: https://www.ictsd.org/bridges-news (дата обращения: 05.02.2019).

Апатова Н.В. (н.д.). Факторы экономического роста информационной экономики. Режим доступа: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/15073/1-Apatova.pdf?sequence=1 (дата обращения: 05.02.2019).

Баутин В.М. (2014). Инновационная экономика: содержание, место и роль инноваций//Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии. № 2. С. 115.

Борисов А.Б. (2007). Большой экономический словарь. М.: Книжный мир. 860 с.

Буханцева Ю.В., Манжиева Б.Н. (2012). Теория изменений в инновационной экономике: лингвистический аппарат современного студенчества//Интернет-журнал «Науковедение», № 1 (10). С. 8.

Василенко И.В. (2013). Возникновение и развитие сетевой экономики//Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. № 2 (23). С. 192.

Говорова Н.В. (2006). Экономика знаний: европейские реалии и перспективы//Современная Европа. № 4. С. 110.

Данилевич Я.Б., Коваленко С.А. (2005). Имидж ученого: современные PR-технологии в экономике знаний//Вестник Российской академии наук. Т. 75, № 1. С. 32.

Диденко Д.А., Шудренко А.А. (2008). Экономика традиционная и инновационная (общее и особенное)//Инновации. № 2. С. 25.

Дьяченко О.В. (2010). К сущности категории «Новая экономика»//Вестник ЧелГУ. № 5 (186). С. 18–23.

Дятлов С.А. (2016). Метадисциплинарный подход к исследованию нейро-сетевой экономики / Россия в XXI веке: факторы и механизмы устойчивого развития: монография. Пенза : МЦНС «Наука и Просвещение». С. 56–65.10. 68 р.

Евтянова Д.В. (2017). Создание цифровых платформ экономического управления: критерии//Экономические системы. № 3(38). С. 54.

Каменских М.А. (2013). Теоретико-методические подходы к понятию «креативная экономика» и оценка уровня развития креативной экономики США и России//Эконом. анализ: теория и практика. №20 (323). С. 16.

Клейнер Г.Б. (2006). Новая институциональная экономика: на пути к «сверхновой»//Российский журнал менеджмента. Т. 4, № 1. С. 113–122.

Коновалова О.Н. (2007). Информационно-сетевая экономика и переход России к инновационному типу развития: автореф. дисс. … канд. экон. наук. Омск: Омский гос. ун-т им. Ф.М. Достоевского. С. 11.

Красильникова Е.В. (2010). Раскрытые объятия сетевых пространств. Институционализация субъектов Интернет-экономики//Креативная экономика. № 12 (48). С. 55.

Кудина М.В., Сухарева М.А. (2017). Социально-гуманитарное образование в экономике знаний//Государственное управление. Электронный вестник. № 65. Декабрь. Режим доступа: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2017/vipusk__65._dekabr_2017_g./ekonomika_znanii/kudina_sukhareva.pdf (дата обращения: 05.02.2019).

Курапов С.С., Стец К.И. (2011). Влияние сетевой экономики на особенности развития процессов сервизации в сфере финансовых услуг//Terra Economicus. Т. 9, № 2, Ч. 3. С. 90.

Максиянова Т.В. (2013). Место и роль Интернет-экономики в экономической науке//Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. № 1(45). С. 163.

Михайлова А.В. (2018). Цифровая и креативная экономика в современном пространстве//Креативная экономика. Т. 12, № 1. С. 29–42.

Михейкина М.В. (2014). Виртуальная экономика: эволюция теоретических подходов к определению категории//Экономика и социология. № 4 (24). С. 11.

Орлова Л.Н. (2015). Инновационная экономика: факторы и противоречия развития, уровни формирования//Интернет-журнал «Науковедение». Т. 7, № 2. Режим доступа: http://naukovedenie.ru/PDF/83EVN315.pdf. (дата обращения: 05.02.2019).

Перевозников Ю.И., Спивакова Е.А. (2013). Экономика не по правилам?//Территория науки. 2013. № 2. С. 164.

Пидоймо Л.П, Бутурлакина Е.В. (н.д.). Сущность категорий «информационное общество», «информационная экономика». Режим доступа: http://pdf.knigi-x.ru/21ekonomika/272949-1-suschnost-kategoriy-informacionnoe-obschestvo-informacionnaya-ekonomika-pidoymo-doktor-ekonomicheskih-nauk-profes.php (дата обращения: 05.02.2019).

Попов А.И., Иванов С.А. (2009). Истоки креативной экономики теоретические основы формирования инновационно-креативной экономики: переход от homo economicus к модели homo creator//Креативная экономика. № 5. С. 6.

Потемкин А.П. (2000). Виртуальная экономика и сюрреалистическое бытие: Россия. Порог XXI века. М.: ИНФРА-М. 592 с.

Рязанов В.Т. (2014). Новая индустриализация России: стратегические цели и текущие приоритеты//Экономическое возрождение России. № 2(40). С. 18.

Сербиновский Б.Ю., Захарова О.С. (2010). О содержании терминов «инновационная экономика», «новая экономика» и «экономика знаний»//Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. № 61. С. 251.

Султанов К.В., Воскресенский А.А. (2014). Концептуальные основания экономики знаний: человеческий капитал и антропология креативности//Общество. Среда. Развитие. № 4. С. 148.

Трейер В.В. (2013). Инновационная экономика нового поколения как глобальная информационная система//Информационное общество. № 5. С. 17.

Урманцева А. (2017). Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин//РИА Новости. 16.06.2017. Режим доступа: https://ria.ru/science/20170616/1496663946.html (дата обращения: 05.02.2019).

Kelly K. (1998). New rules for the new economy. Ten radical strategies for a connected world. N.Y. P. 2.

Machlup F. (1962). The production and distribution of knowledge in the United States. NY.: Princeton. 283 p.

Newbert S.L. (2007). Empirical research on the resource-based view of the firm: an assessment and suggestions for future research//Strategic Management Journal, vol. 28, pp. 121–146.

Porat V. (1977). The Information Economy Definition and Measurement. Washington DC: US Dept of Commerce. 265 p.

Reich R. (1991). The Work of Nations: Preparing Ourselves for 2lst–Century. Capitalism. N.Y: Knopf, 331.

Shwab K. (2015). The Fourth Industrial Revolution: What It Means and How to Respond. Режим доступа: https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution (дата обращения: 05.02.2019).

Stock J.R. and Boyer S.L. (2009). Developing a Consensus Definition of Supply Chain Management: A Qualitative Study// International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, vol. 39, no. 8, pp. 690–711.

Williamson O. (1975). Market and Hierarchies. Analysis and Antitrust Implications. Free Press : N.Y. 286 p.

REFERENCES

Apalkova V. (2018), “Development of digital economics in the European Union and prospects of Ukraine” [“Razvitie tsifrovoi ekonomiki v Evropeiskom soyuze i perspektivy Ukrainy”], available at: https://ru.ictsd.org/bridges-news (accessed 05.02.2019).

Apatova N.V. (2018), “The economic growth in the information economics” [“Faktory ekonomicheskogo rosta informatsionnoi ekonomiki”], available at: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/15073/1-Apatova.pdf?sequence=1 (accessed 05.02.2019).

Bautin V.M. (2014), “Innovative economics: content, place and role of innovation” [“Innovatsionnaya ekonomika: soderzhanie, mesto i rol’ innovatsii”], [News of the Timiryazev agricultural Academy] *Izvestiya Timiryazevskoi sel’skokhozyaistvennoi akademii*, no. 2, p. 115.

Borisov A.B. (2005), Great economics dictionary [Bol’shoi ekonomicheskii slovar’], Knizhnyi mir, Moscow, 860 p.

Buhantseva Yu.V. and Manzhieva B.N. (2012),”Theory of change in the innovation economics: a linguistic unit of modern students” [“Teoriya izmenenii v innovatsionnoi ekonomike: lingvisticheskii apparat sovremennogo studenchestva”], [Internet journal “Science of Science”] *Internet-zhurnal «Naukovedenie»*, no. 1 (10), p. 8.

Vasilenko I.V. (2013), “The emergence and development of the network economics” [“Vozniknovenie i razvitie setevoi ekonomiki”], [Business Education Law. Bulletin of the Volgograd Business Institute] *Biznes. Obrazovanie. Pravo. Vestnik Volgogradskogo instituta biznesa*, no. 2 (23), p. 192.

Govorova N.V. (2006), “Knowledge economics: European realities and prospects” [“Ekonomika znanii: evropeiskie realii i perspektivy”], [Modern Europe] *Sovremennaya Evropa*, no. 4, p. 110.

Danilevich Ya.B. and Kovalenko S.A. (2005), “The image of the scientist: the modern PR-technologies in the knowledge economics” [“Imidzh uchenogo: sovremennye PR-tekhnologii v ekonomike znanii”], [Bulletin of the Russian Academy of Sciences] *Vestnik Rossiiskoi akademii nauk*, vol. 75 (1), p. 32.

Didenko *D.A.* and Shudrenko *A.A.* (2008), “Economy traditional and innovative (general and special)” [“Ekonomika traditsionnaya i innovatsionnaya (obshchee i osobennoe)”], [Innovations] *Innovatsii*, no. 2, p. 25.

Dyachenko O.V. (2010), “To the essence of the category “New economics” [“K sushchnosti kategorii “Novaya ekonomika”], [Bulletin of the chelyabinsk state University] *Vestnik ChelGU*, no. 5 (186), pp. 18–23.

Dyatlov S.A. (2016), "Meta-disciplinary approach to the study of neuro-network economics", ["Metadistsiplinarnyi podkhod k issledovaniyu neiro-setevoi ekonomiki"], in monograph "Russia in the XXI century: factors and mechanisms of sustainable development" [Rossiya v KhKhI veke: faktory i mekhanizmy ustoichivogo razvitiya: monografiya], MTsNS "Nauka i prosveshchenie", Penza, pp. 56–65.

Evtyanova D.V. (2017), "Creating digital platforms for economic management: criteria" ["Sozdanie tsifrovykh platform ekonomicheskogo upravleniya: kriterii"], [Economic Systems]*Ekonomicheskie sistemy*, no. 3 (38), p. 54.

Kamenskikh M.A. (2013), "Theoretical and methodological approaches to the concept of "creative economics" and assessment of the level of development of the creative economics of the USA and Russia" ["Teoretiko-metodicheskie podkhody k ponyatiyu «kreativnaya ekonomika» i otsenka urovnya razvitiya kreativnoi ekonomiki SShA i Rossii"], [Economic analysisi Theory and Practice] *Econom. analiz: teoriya i praktika*, no. 20 (323), p. 16.

Kleiner G.B. (2006), "New institutional economics: on the way to "supernew" ["Novaya institutsional'naya ekonomika: na puti k "sverkhnovoi"], [Russian journal of management] Rossiiskii zhurnal menedzhmenta, 4 (1). 113–122.

Konovalova O.N. (2007), "Information network economics and Russia's transition to an innovative type of development" ["Informatsionno-setevaya economika i perehod Rossii k innovatsionnomu puti razvitiya"]: avtoref. diss. … kand. econ. nauk. Omsk: Omskii gos. un-t im. F. M. Dostoevskogo, p. 11.

Krasilnikova E.V. (2010), "Open arms of network spaces. Institutionalization of the Internet economics" ["Raskrytye obyatiya setevyh prostranstv. Institutsionalizatsiya subektov internet-economiki"]. [Creative Economy] *Kreativnaya economika*, no. 12 (48), p. 55.

Kudina M.V. and Suhareva M.A. (2017), "Social and humanitarian education in the knowledge economics" ["Sotsialno-gumanitarnoe obrazovanie v economike znanij"], [Public administration. Electronic Bulletin] *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik.* 65. Available at: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2017/vipusk__65._dekabr_2017_g./ekonomika_znanii/kudina_sukhareva.pdf (accessed 05.02.2019).

Kurapov S.S. and Stets K.I. (2011), "The impact of the network economics on the features of the development of service processes in the financial services sector" ["Vliyaniee setevoi ekonomiki na osobennosti razvitiya protsessov servizatsii v sfere finansovyh uslug"], *Terr*a *economicus*, no. 9 (2), part 3, p. 90.

Maksiyanova T.V. (2013), "The place and role of the Internet economics in Economics" ["Mesto i rol Internet-ekonomiki v ekonomicheskoi nauke"], [Issues of modern science and practice. University named after V.I. Vernadskii] *Voprosy sovremennoi nauki i praktiki*, Universitet im. V.I. Vernadskogo, no. 1 (45), p. 163.

Mikhailova A.V. (2018), "Digital and creative economics in modern space" ["Tsifrovaya i kreativnaya ekonomika v sovremennom prostranstve"], [Creative Economy] *Kreativnaya economika*, no. 12 (1), pp. 29–42.

Mikheikina M.V. (2014), "The virtual economics: the evolution of theoretical approaches to definition of the category" ["Virtualnaya ekonomika: evolyutsiya teoreticheskikh podhodov k opredeleniyu kategorii"], [Economics and Sociology] *Economika i sotsiologiya*, no. 4 (24), p. 11.

Orlova L.N. (2015), "Innovative economics: factors and contradictions of development, levels of formation" ["Innovatsionnaya economika: faktory i protivorechiya razvitiya, urovni formirovaniya"], [Internet journal "Science of Science"] *Internet-zhurnal «Naukovedenie*», no. 7 (2), available at: http://naukovedenie.ru/PDF/83EVN315.pdf (accessed 25.02.2019).

Perevoznikov Yu.I. and Spivakova E.A. (2013), "Economics is against the rules?" ["Economika ne po pravilam?"], [Area of Science] *Territoriya nauki*, no. 2, p. 164.

Pidoymo L.P. and Buturlakina E.V. (2018), "The essence of the categories "information society", "information economics" ["Sushchnost' kategorii "informatsionnoe obshchestvo", "informatsionnaya ekonomika"], available at: http://pdf.knigi-x.ru/21ekonomika/272949-1-suschnost-kategoriy-informacionnoe-obschestvo-informacionnaya-ekonomika-pidoymo-doktor-ekonomicheskih-nauk-profes.php (accessed 05.02.2019).

Popov A.I. and Ivanov S.A. (2009), "The theoretical basis for the formation of innovative and creative economics: the transition from homo economicus to the model of homo creator" ["Istoki kreativnoi ekonomiki: teoreticheskie osnovy formirovaniya innovatsionno-kreativnoi ekonomiki: perekhod ot khomo ekonomikus k modeli khomo kreator"], [Creative economy] *Kreativnaya economika*, no. 5, p. 6.

Potemkin A.P. (2000), The virtual economics and surrealistic life: Russia. The threshold of the XXI century [*Virtualnaya economika i suyrrealisticheskoe bytie: Rossiya. Porog* XX*I veka*], INFRA–M, Moscow, p. 592.

Ryazanov V.T. (2014), "New industrialization of Russia: strategic goals and current priorities" ["Novaya industrializatsiya Rossii: strategicheskie tseli i tekushchie prioritety"], [Economic Revival of Russia] *Economicheskoe vosrozhdenie Rossii*, no. 2 (40), p. 18.

Serbinovskii B.Yu. and Zaharova O.S. (2010), "On the content of the terms "innovative economics", "new economics" and "knowledge economics" ["O soderzhanii terminov "innovatsionnaya economika", "novaya economika" i "economika znanij"], [Polythematic hetwork electronic scientific journal of the Kuban State Agrarian University] *Politematicheskii setevoi elektronnyi nauchnyi zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta*, no. 61, p. 251.

Sultanov K.V. and Voskresenskii A.A. (2014), "Conceptual foundations of the knowledge economics: human capital and the anthropology of creativity" ["Konzeptual'nye osnovaniya ekonomiki znanii: chelovecheskii kapital i antropologiya kreativnosti"], [Society. Environment. Development] *Obshchestvo. Sreda. Razvitie*, no. 4, p. 148.

Treier *B.B*. (2013), "Innovative economics of the new generation as a global information system" ["Innovatsionnaya economika novogo pokoleniya kak globalnaya informatsionnaya sistema"], [Information Society] *Informatsionnoe obshchestvo*, no. 5, p. 17.

Urmantseva A. (2017), "Digital economics: how experts understand this term" ["Tsifrovaya ekonomika: kak spezialisty ponimayut etot termin"], *RIA Novosti*, available at: https://ria.ru/science/20170616/1496663946.html (accessed 05.02.2019).

Kelly K. (1998), *New rules for the new economy. Ten radical strategies for a connected world*, N.Y. p. 2.

Machlup F. (1962), *The production and distribution of knowledge in the United States*, NY: Princeton, p. 283.

Newbert S.L. (2007), Empirical research on the resource-based view of the firm: an assessment and suggestions for future research, *Strategic Management Journal*, vol. 28, pp. 121–146.

Porat V. (1977), *The information economy de*finition *and measurement*, Washington DC: US Dept of Commerce, p. 265.

Reich R. (1991), *The work of nations: preparing ourselves for 2lst–century. Capitalism*. N.Y : Knopf, p. 331.

Shwab K. (2015), The fourth industrial revolution: What it means and how to respond, available at: https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution (accessed: 05.02.2019).

Stock J.R. and Boyer S.L. (2009), "Developing a Consensus Definition of Supply Chain Management: A Qualitative Study", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 39, issue 8, pp. 690–711.

Williamson O. (1975), *Market and Hierarchies. Analysis and Antitrust Implications*, FreePress: N.Y. p. 286.

Параметры развития и регулирования международной цифровой торговли на современном этапе

Получено: 05.03.2019; одобрено: 29.03.2019; опубликовано: 19.04.2019

УДК 339.5 JEL F13 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-78-84

Смирнов Евгений Николаевич

Д-р экон. наук, профессор, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
ORCID ID: 0000-0002-9325-7504
e-mail: smirnov_en@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье проанализированы и систематизированы основные аспекты развития международной цифровой торговли в современных условиях. Под влиянием новых цифровых технологий все больше компаний вовлекается в международную торговлю, а хозяйственная деятельность в рамках глобальных цепочек добавленной стоимости становится все более управляемой. Оценено воздействие цифровой трансформации на международный обмен в условиях цифровой глобализации. На новой стадии экономической глобализации развитие цифровой торговли становится альтернативой замедлению традиционного обмена. Обобщены международные подходы к классификации и измерению объектов цифровой торговли. Показано, что трансграничная электронная коммерция становится более активной, но не менее интенсивно также развивается международная торговля услугами на основе информационно-коммуникационных технологий. Выявлены основные вызовы, стоящие перед многосторонним и национальным регулированием электронной коммерции и цифровой торговли товарами и услугами. Установлено, что обеспечение открытости рынков остается одним из важнейших барьеров для эффективного развития трансграничной цифровой торговли. Также сделан вывод о том, что цифровизация будет в перспективе вести к снижению издержек международной торговли, и в этих условиях значимую роль будут играть малые и средние предприятия, активно интегрирующиеся в глобальные цифровые платформы. В связи с этим, странам необходимо создавать адекватные механизмы регулирования внешней торговли цифровыми товарами и услугами. Значимым является и создание эффективной системы многостороннего регулирования международного обмена в условиях цифровизации. Основными инструментами этой системы должны стать не регулирование правил доступа на рынок, а защита инвестиций компаний и создание эффективной системы урегулирования инвестиционных и торговых споров.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Международная торговля, цифровая торговля, цифровизация, цифровая трансформация, научно-технический прогресс, электронная коммерция.

ЦИТИРОВАНИЕ

Смирнов Е.Н. Параметры развития и регулирования международной цифровой торговли на современном этапе//E-Management. 2019. № 1. С. 78–84.

© Смирнов Е.Н., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Parameters of development and regulation of the international digital trade at the present stage

Received: 05.03.2019; approved: 29.03.2019; published: 19.04.2019

JEL classification F13 DOI 10.26425/2658-3445-2019-1-78-84

Smirnov Evgenii

Doctor of Economics Sciences, Professor, State University of Management», Moscow, Russia
ORCID ID: 0000-0002-9325-7504
e-mail: smirnov_en@mail.ru

ABSTRACT

The main aspects of development of the international digital trade in modern conditions have been analysed and systematized in the article. Under the influence of new digital technologies more and more companies are involved in international trade, and economic activity within global value chains becomes more and more operated. Impact of digital transformation on the international exchange in the conditions of digital globalization has been estimated. At a new stage of economic globalization development of digital trade becomes an alternative to delay of traditional exchange. The international approaches to classification and measurement of objects of digital trade have been generalized. It has been shown, that cross-border electronic commerce becomes more active, but not less intensively international trade in services on the basis of information and communication technologies also develops. The main challenges, facing multilateral and national regulation of electronic commerce and digital trade in goods and services, have been revealed. It has been established, that ensuring openness of the markets remains one of the major barriers to effective development of cross-border digital trade. The conclusion has also been drawn, that digitalization will lead in the long term to decrease in cost of international trade, and in these conditions, a significant role will be played by small and medium-sized enterprises, actively integrated into global digital platforms. In this regard, countries need to create adequate mechanisms of regulation of foreign trade in digital goods and services. Creation of an effective system of multilateral regulation of the international exchange in the conditions of digitalization is also significant. The main tools of this system should be protection of investments of the companies and creation of an effective system of settlement of investment and trade disputes, but not regulation of rules of access to the market.

KEYWORDS

International trade, digital trade, digitalization, digital transformation, scientific and technical progress, electronic commerce.

FOR CITATION

Smirnov E.N. Parameters of development and regulation of the international digital trade at the present stage (2019) *E-Management*, 2 (1), pp. 78–84. doi: 10.26425/2658-3445-2019-1-78-84

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Развитие международной торговли в последние десятилетия сопровождалось, с одной стороны, существенным повышением роли международного обмена как значимого инструмента обеспечения экономического роста субъектов мирового хозяйства, с другой стороны – под влиянием научно-технического прогресса, фазы которого широко описаны в современной литературе [ред. Полякова, Щенина, 2015], и действие которого продолжается в настоящее время в контексте цифровизации и цифровых трансформаций, наблюдающихся в мировой экономике. Международная торговля вышла на принципиально новый этап своего развития, и отдельным ее интенсивно развивающимся сегментом стал международный обмен цифровыми товарами и услугами.

Цифровая трансформация способствовала существенному уменьшению издержек участия в международной торговле, облегчила координацию глобальных цепочек создания стоимости, стимулировала трансграничную диффузию технологий и инноваций и связала большое число потребителей и производителей на глобальном уровне. Растет число предприятий, как промышленных, так и работающих в сфере услуг, которые участвуют в трансграничной электронной торговле. Однако наблюдается существенная дифференциация между странами по степени их вовлечения в международную цифровую торговлю.

Взаимозависимость стран в международных экономических отношениях на современном этапе как никогда высока. Доля развивающихся стран в международной торговле достигла 50 %, и наиболее интенсивно развивающимся направлением международного обмена становится взаимная торговля развивающихся стран. Несмотря на то, что темпы роста международной торговли в последние годы стабилизировались, трансграничные потоки информации растут небывалыми темпами. Цифровые платформы изменяют экономику ведения бизнеса, снижая стоимость международных сделок и взаимодействий. Отмечается, что предприятия малого бизнеса становятся своеобразными «микротранснациональными корпорациями»[1], объединяясь с клиентами и поставщиками в разных странах благодаря таким платформам, как eBay, Facebook, Amazon. Даже самые маленькие компании могут быть созданы уже глобальными: 86 % технологических стартапов в мире так или иначе связаны с ведением международной деятельности.

Рост мирового валового внутреннего продукта (далее – ВВП) за последнее десятилетие составил около 10 %, и потоки информации обеспечили большую часть этого роста (из-за повышения производительности), чем международная торговля товарами. За последние десятилетия (с 1980 г.) традиционные трансграничные потоки товаров, услуг и финансов (в виде прямых инвестиций, приобретений акций и облигаций) возросли в 10 раз (с 3 до 30 трлн долл. США к 2014 г.), однако их доля в мировом ВВП, достигнув 53 % в 2007 г., начала снижаться, составив в 2014 г. 39 % мирового ВВП. При этом за период 1980–2014 гг. трансграничные потоки товаров увеличились с 1,8 до 19 трлн долл. США (в 10,5 раз), а их доля в мировом ВВП выросла с 18,6 % до 24,6 %. Международная торговля услугами, в свою очередь, выросла в 2002–2014 гг. с 1,6 до 4,9 трлн. долл. США, достигнув 6,4 % от ВВП[2]. Мировая торговля услугами, особенно цифровыми, является наиболее быстрорастущим сегментом современного международного обмена.

Цифровая трансформация затрагивает все большее число отраслей, изменяя традиционную международную торговлю товарами и услугами и создавая новую, цифровую торговлю. Четвертая фаза глобализации (цифровая глобализация, называемая в литературе также «второй андбандлинг» [Baldwin, 2016], развивается на основе новой, беспрецедентной технологической революции. Цифровизация делает международную торговлю болей инклюзивной, в нее вовлекается все больше производителей и потребителей. В то же время, сфера международной торговли испытывает серьезный кризис, характеризующийся ростом барьеров в классической торговле товарами и торговым конфликтом между Китаем и США, который неизбежно коснется других стран (в частности, Европейского союза).

С точки зрения регулирования международной торговли цифровыми товарами и услугами в новых условиях возникают новые объективные вызовы. Деятельность Всемирной торговой организации (далее – ВТО) как многосторонней организационно-правовой конструкции, стремившейся в последние десятилетия к либерализации международной торговли, к настоящему времени парализована [Metschel, 2018], поскольку она не может эффективно и своевременно отвечать на возникающие проблемы международной торговли. Важно учитывать, что многосторонние правила регулирования международной торговли разрабатывались тог-

[1] *Digital globalization*: The new era of global flows (2016). McKinsey Global Institute, March.
[2] Там же, с. 3, с. 20, с. 21.

да, когда цифровая торговля находилась еще в зачаточном состоянии. Традиционные правила торговли были нацелены на идентификацию того, что (товары и услуги) и какие границы пересекают, однако новые бизнес-модели и развитие Интернета размыли границы между товарами и услугами.

Кроме того, в настоящее время тенденции протекционизма в цифровой сфере нарастают, поскольку страны начинают использовать все больше барьеров по отношению к цифровой торговле. Неравенство, нарастающее в цифровой сфере, потенциально опасно с точки зрения установления еще больших межстрановых протекционистских барьеров [Цифровая экономика и искусственный интеллект, 2019]. Наконец, в литературе приводятся оценки, что существует высокая степень неопределенности по поводу динамики цифровых технологий [Смирнов, Лукьянов, 2019], что еще в большей степени усложняет разработку эффективных подходов к регулированию международной цифровой торговли. Отметим, что введение все новых барьеров в цифровой торговле ведет к так называемому «цифровому протекционизму».

В этих условиях необходимо лучшее понимание факторов, обеспечивающих доступ к рынку и открытость рынков в эпоху цифровизации. Важным в этой связи является оценить, как различные типы мер торговой политики (не важно, новых или старых) способствуют развитию цифровой торговли. Так, под открытостью рынка традиционно понимают благоприятную предпринимательскую среду, которая позволяет зарубежным поставщикам конкурировать на национальном рынке без дискриминации или иных строгих условий ведения хозяйственной деятельности [OECD, 2010]. Последнее позволит как домашним, так и иностранным фирмам, получать выгоды от торговли и способствовать экономическому росту. Вместе с тем, в условиях новых инновационных моделей ведения бизнеса обеспечить открытость рынка становится все сложнее.

Одни фирмы используют указанные новые модели (например, мэтчинг-услуги, услуги логистической поддержки или безопасные платежные системы) предоставляют решения, позволяющие фирмам продавать их товары онлайн, уменьшая сложность торговли в цифровую эру. Другие компании ведут традиционную (офлайн) деятельность на зарубежном рынке, чтобы выгодно продать свои новые товары. Наконец, фирмы все больше полагаются на цифровые технологии не только на стадии производства и сбыта товаров и услуг, но также используя их как средство усиления «связанности географически рассеянных субъектов» [OECD, 2018, p. 68]. Это весьма важно особенно для тех рынков, где центры производства удалены от мест потребления.

Международные организации, так или иначе занимающиеся статистикой торговли (Организация экономического сотрудничества и развития, ВТО, Конференция ООН по торговле и развитию (далее – ЮНКТАД)), приняли несколько инициатив, включая проект по международной электронной коммерции и усиление сотрудничества в сфере разработки рекомендаций для измерения и классификации цифровой торговли. В соответствии с этими рекомендациями цифровая торговля включает трансграничные операции трех типов [IMF, 2018]:

– digitally ordered – охватывают трансграничную электронную коммерцию товарами и услугами. Это достаточно широкий сегмент: 900 млн чел. в мире участвуют в международных социальных сетях, и 360 млн чел. являются субъектами электронной коммерции;

– platform-enabled – реализуемые при помощи посредников-платформенных компаний (Alibaba, Uber, Amazon и т.п.) [OECD, 2017];

– digitally delivered – продукция, поставка которой происходит по каналам цифровых загрузок или веб-стриминга (например, медиа или программное обеспечение).

Для измерения цифровой торговли ЮНКТАД использует по меньшей мере три индикатора: торговля классическими информационно-коммуникационными услугами; торговля услугами на основе информационно-коммуникационных технологий (англ. ICT-enabled services) и трансграничная поставка товаров и услуг по линии электронной коммерции в формате B2C (англ. business-to-customer) (группы пересекаются между собой). За последние десятилетия экспорт информационно-коммуникационных услуг в мире существенно возрос: например, мировой экспорт компьютерных и телекоммуникационных услуг достиг 467 млрд долл. США к 2016 г., а доля этих видов услуг в совокупном экспорте коммерческих услуг возросла в 2005−2016 гг. с 7,4 % до 9,7 % [UNCTAD, 2017]. Услуги на основе информационно-коммуникационных технологий (ICT-enabled) занимают 50−55 % в структуре экспорта услуг развитых стран и около 30 % – в развивающихся экономиках [IMF, 2018].

Как и в традиционной торговле, трансграничные ограничения в цифровой торговле могут быть тарифными и нетарифными. Тарифные барьеры могут устанавливаться в отношении импорта товаров, необходимых для создания информационно-коммуникационной инфраструктуры, обеспечивающей цифровую торговлю [Fefer et al., 2018]. Нетарифные барьеры, в свою очередь, охватывают различные дискриминационные ограничения, требования содержания местных компонентов (в данном случае – местного контента). Часто такие барьеры предназначены для защиты отечественных производителей и поставщиков. Оценки экспертов показывают, что снятие зарубежных барьеров в цифровой торговле могло бы способствовать увеличению ежегодного реального ВВП США на 0,1−0,3 % (16,7−41,4 млрд долл. США), увеличить среднюю заработную плату в экономике страны на 1,4 % и создать дополнительно 400 тыс. рабочих мест в отраслях, интенсивно использующих цифровые технологии [USITC, 2014].

Важной проблемой дальнейшего развития международной цифровой торговли является учет связанных с ней операций в платежном балансе, поскольку современные методы учета международных платежей в статистике платежного баланса могут опустить некоторые платежи, сделанные при помощи цифровых технологий. Это ведет к тому, что наблюдается значительная разница между глобальными поступлениями и платежами, возросшая в 2009−2016 гг. с 94 до 164,8 млрд долл. США[3].

Также цифровая трансформация позволила осуществлять саму торговлю при помощи цифровых средств (услуги облачных вычислений), а для традиционной торговли – торговать товарами и услугами при помощи онлайн-платформ [Lopez-Gonzalez & Jouanjean, 2017]. Домохозяйства все чаще используют для денежных переводов цифровые платформы. Системам мобильных платежей принадлежит высокая доля в трансграничных трансфертах, особенно между соседними развивающимися странами. Преимуществом систем мобильных платежей является то, что они снижают транзакционные издержки самого денежного перевода и позволяют выполнять операции даже в удаленных территориях (поэтому они получили широкое распространение в странах Африки).

Замедление экономического роста в мире ведет к тому, что странам необходимы структурные реформы, выражающиеся в модернизации сферы государственного регулирования экономики и ее адаптации к тенденциям цифровизации. В то же время на международном уровне необходимы новые правила для цифровой торговли и торговли услугами (в частности, касающиеся разработки эффективных механизмов урегулирования споров в международной торговле) [A.T. Kearney, 2019]. Частично это реализуется в формате преференциальных торговых соглашений (далее – ПТС) между странами, число которых стремительно растет в последние годы. Так, Соглашение о Транстихоокеанском партнерстве (англ. Trans-Pacific Partnership), уже вступившее в силу между странами Азиатско-Тихоокеанского региона, на наш взгляд, является ответом на неэффективный механизм регулирования торговли, сложившийся в рамках ВТО. Соглашение предусматривает не только устранение тарифов в торговле, но также определенные правила для цифровой торговли, торговли услугами и электронной коммерции. Вообще, в последние годы возросло число ПТС, в которых оговаривались условия цифровой торговли (в 2014−2016 гг. – около 2/3 всех заключенных ПТС) [Lopez-Gonzalez & Ferencz, 2018].

В целом весьма трудно идентифицировать изменяющее воздействие на международную торговлю со стороны цифровизации. Находясь в зачаточном состоянии с точки зрения регулирования, цифровая торговля, тем не менее, все в большей степени оказывает влияние на экономический рост всех стран. В нынешнем взаимосвязанном мире выгоды цифровой трансформации для международной торговли зависят от комбинации факторов. На внутрифирменном уровне инвестиции в новые информационно-коммуникационные технологии (подобные Big Data) обусловлено повышением производительности бизнеса, однако только для фирм, внедривших новые организационные процессы и высококвалифицированные трудовые ресурсы. Также необходима и открытость рынка, поскольку новые технологии часто могут быть доступными лишь по каналам международной торговли. В то же время необходим совместный подход стран к обеспечению открытости рынков. Многие виды цифровой инфраструктуры (как например, Интернет) уже были созданы как глобальные. Они предлагают новые возможности, особенно для малых и средних предприятий, но создают проблемы для внешней и внутренней экономической политики в мире, где границы и регулирующие различия между странами остаются прежними.

[3] *IMF. Balance of payments and international investment position statistics* (BOP/IIP). Режим доступа: http://data.imf.org/?sk=7A51304B-6426-40C0-83DD-CA473CA1FD52 (дата обращения: 01.03.2019).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Полякова В.В., Щенина Р.К. [ред.] (2015). Мировая экономика и международный бизнес: учебник, 2-е изд. М.: КноРус, 2015. 278 с.

Смирнов Е.Н., Лукьянов С.А. (2019). Формирование и развитие глобального рынка систем искусственного интеллекта// Экономика региона. Т. 15. Вып. 1. С. 57−69.

Цифровая экономика и искусственный интеллект – новые вызовы современной мировой экономики: колл. монография (2019). М.: Издательский дом ГУУ. 180 с.

A. T. Kearney (2019). On thin ice: Global economic outlook 2019−2023 / Research report. Global business policy council, January. 24 p.

Baldwin R.E. (2016). The great convergence: information technology and the new globalization. Cambridge, MA: The Belknap press of Harvard university press, 344 p.

Fefer R.F., Akhtar S.I. and Morrison W.M. (2018). Digital trade and U.S. trade policy / US congressional research service report, May 11. 39 p.

IMF (2018). Measuring the Digital Economy / Staff paper. International monetary fund (IMF). Wash., DC: IMF, February 28. 47 p. Режим доступа: https://www.imf.org/ (дата обращения: 01.03.2019).

Lopez-Gonzalez J., Ferencz J. (2018). Digital trade and market openness//OECD trade policy papers. No. 217. 61 p.

Lopez-Gonzalez J., Jouanjean M.-A. (2017). Digital trade: developing a framework for analysis//OECD: OECD Trade Policy Papers. No. 205. 24 p.

Metschel M. (2018). The world trade organization in times of digital trade. Addressing digital protectionism? Universitet of Barcelona, 23 April. 77 p.

OECD (2010). OECD market openness principles. OECD Innovation policy platform. P. 1. Режим доступа: http://www.oecd.org/innovation/policyplatform/48137680.pdf (дата обращения: 01.03.2019).

OECD (2017). Measuring digital trade: Towards a conceptual framework. Working party on international trade in goods and trade in services statistics. Paris: OECD, STD/CSSP/WPTGS, 3 March. 15 p.

OECD (2018). Going digital in a multilateral world / Meeting of the OECD council at ministerial level, 30−31 May, Paris. 102 p. Режим доступа: https://www.oecd.org/going-digital/C-MIN-2018-6-EN.pdf (дата обращения 01.03.2019)

UNCTAD (2017). Information economy report: Digitalization. Trade and development. N.Y. & Geneva: UN, 111 p.

USITC (2014). Digitally intensive industries include sectors in communications, finance, trade, other services, and manufacturing//+Digital trade in the U.S. and global economies, part 2. Wash.: U.S. International Trade Commission. Publ. no. 4485, Invest. no. 332−540, August. Режим доступа: https://www.usitc.gov/publications/332/pub4485.pdf (дата обращения: 01.03.2019).

REFERENCES

Polyakova V.V. and Shchenina R.K. [Eds] (2015), World Economy and International Business [*Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyi biznes: uchebnik*], 2-e izd., KnoRus, Moscow, Russia, 278 p.

Smirnov E.N. and Luk'yanov S.A. (2019), "Formation and development of the global market of systems and technologies of artificial intelligence" ["Formirovanie i razvitie global'nogo rynka sistem iskusstvennogo intellekta"], *Ekonomika regiona* [*Economy of Region*], vol. 15, issue 1, pp. 57–69.

Digital economy and artificial intelligence – new calls of the modern world economy: monoraph [*Tsifrovaya ekonomika i iskusstvennyi intellekt – novye vyzovy sovremennoi mirovoi ekonomiki*: koll. monografiya], (2019), GUU [SUM], Moscow, Russia, 180 p.

A. T. Kearney (2019), "On thin ice: Global economic outlook 2019–2023", Research report, *Global business policy council*, January, 24 p.

Baldwin R.E. (2016), "The great convergence: information technology and the new globalization Cambridge", MA: The Belknap press of Harvard university press, 344 p.

Fefer R.F., Akhtar S.I. and Morrison W.M. (2018), "Digital trade and U.S. trade policy", *US Congressional research service report*, May 11, 39 p.

IMF (2018). "Measuring the digital economy", Staff paper, *International monetary fund (IMF)*, Wash., DC: IMF, February 28, 47 p.

Lopez-Gonzalez J. and Ferencz J. (2018), "Digital trade and market openness", *OECD trade policy papers*, no. 217, 61 p.

Lopez-Gonzalez J. and Jouanjean M.-A. (2017), "Digital trade: developing a framework for analysis", *OECD trade policy papers*, no. 205, 24 p.

Metschel M. (2018), "The world trade organization in times of digital trade. Addressing digital protectionism?" Universitet of Barcelona, 23 April, 77 p.

OECD (2010), "OECD market openness principle", *OECD Innovation policy platform*, p. 1. Available at: http://www.oecd.org/innovation/policyplatform/48137680.pdf (accessed 01.03.2019).

OECD (2017), "Measuring digital trade: Towards a conceptual framework", *Working party on international trade in goods and trade in services statistics*, Paris: OECD, STD/CSSP/WPTGS, March 3, 15 p.

OECD (2018), "Going digital in a multilateral world", *Meeting of the OECD council at ministerial level*, 30–31 May, Paris. 102 p. Available at: https://www.oecd.org/going-digital/C-MIN-2018-6-EN.pdf (accessed 01.03.2019)

UNCTAD (2017), "Information economy report: Digitalization, trade and development", N.Y. & Geneva: UN, 111 p.

USITC (2014), "Digitally intensive industries include sectors in communications, finance, trade, other services, and manufacturing", *Digital trade in the U.S. and global economies, part 2*. Wash.: U.S. International trade commission, publ. no. 4485, invest. no. 332–540, August. Available at: https://www.usitc.gov/publications/332/pub4485.pdf (accessed: 01.03.2019).

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

[1, 2] "Digital globalization: The new era of global flows" (2016), McKinsey Global Institute, March.

[3] IMF, Balance of payments and international investment position statistics (BOP/IIP), available at: http://data.imf.org/?sk=7A51304B-6426-40C0-83DD-CA473CA1FD52 (accessed: 01.03.2019).