

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ВЕСТНИК**

2023, Том 2, № 1

Подписано к публикации: 05.01.2023

Главный редактор

журнала:

*доктор экономических наук,
доцент, член-корреспондент
РАН*

**Колесников
Андрей Викторович**

Редакционная коллегия по основным направлениям работы журнала:

Василенко Наталья Валерьевна (РФ, г. Санкт-Петербург) – доктор экономических наук, доцент,

Внуковский Николай Иванович (РФ, г. Екатеринбург) – доктор экономических наук, профессор,

Головин Алексей Анатольевич (РФ, г. Курск) – доктор экономических наук, доцент,

Гудкова Оксана Евгеньевна (РФ, г. Рязань) – доктор экономических наук, доцент,

Казибекова Наида Аликулиевна (РФ, г. Махачкала) – доктор экономических наук, доцент

Камчатова Екатерина Юрьевна (РФ, г. Москва) – доктор экономических наук, доцент

Котенев Александр Дмитриевич (РФ, г. Ставрополь) – доктор экономических наук, доцент

Лапинскас Арунас Альгевич (РФ, г. Санкт-Петербург) – доктор экономических наук, профессор,

Липина Светлана Артуровна (РФ, г. Москва) – доктор экономических наук

Мандрица Игорь Владимирович (РФ, г. Ставрополь) – доктор экономических наук, доцент

Медведева Людмила Николаевна (РФ, г. Волгоград) – доктор экономических наук, доцент

Мелкумян Микаел Сергеевич (Армения, г. Ереван) – доктор экономических наук, профессор

Минаков Андрей Владимирович (РФ, г. Москва) – доктор экономических наук, профессор

Пархомчук Марина Анатольевна (РФ, г. Курск) – доктор экономических наук, доцент

Петров Александр Михайлович (РФ, г. Москва) – доктор экономических наук, профессор

Путятина Людмила Михайловна (РФ, г. Москва) – доктор экономических наук, профессор

Скитер Наталья Николаевна (РФ, г. Волгоград) – доктор экономических наук, доцент

Халиков Михаил Альфредович (РФ, г. Москва) – доктор экономических наук, профессор

Хашир Бэлла Олеговна (РФ, г. Москва) – доктор экономических наук, профессор,

Чутчева Юлия Васильевна (РФ, г. Москва) – доктор экономических наук, профессор

Шелег Николай Сидорович (Республика Беларусь, г. Минск) – доктор экономических наук, профессор

Е-mail: eb-journal@yandex.ru

Сайт: <https://eb-journal.ru>

Содержание

Глебова И.З.

Формирование комплексного портрета территорий в контексте синтеза нейротехнологий и нейромаркетинга 4-11

Катеринец С.Л.

Цифровой разрыв в условиях цифровой трансформации агропродовольственных рынков 12-17

Пасмурцева Н.Н., Ожегова Е.П.

Особенности развития рынка труда в условиях цифровизации 18-23

Пенькова И.В.

Цифровизация государственных услуг: облачные решения, трансформационный подход, таргетирование 24-29

*Глебова И.З., кандидат экономических наук, доцент,
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского*

Формирование комплексного портрета территорий в контексте синтеза нейротехнологий и нейромаркетинга

Аннотация: нейробрендинг территорий в контексте синтеза нейротехнологий и нейромаркетинга – это стратегия маркетинга, которая использует понимание взаимосвязи между мозгом и поведением людей для создания ассоциаций с определенными местами или территориями. В основе этой стратегии лежит идея того, что определенные окружающие условия и эмоциональные впечатления могут оказывать влияние на нашу психику и наш выбор.

В процессе конструирования имиджа региона, в первую очередь, необходимо поставить цель и определить конкретные задачи, которые данный образ будет выполнять. Для этого обязательным условием является проведение анализа целевых групп общественности, так как именно они являются не только ключевым звеном при процессе формирования образа и позиционирования территории, но и конечным пунктом процесса коммуникации.

Техники и технологии маркетинговой стратегии, которые используются при формировании имиджа территории, во всех моментах зависят от целей, которые выставляются для определенного объекта.

Нейробрендинг территорий – это важный инструмент, который может помочь предприятиям и государственным организациям создавать узнаваемый образ и связывать нас с определенными местами и территориями.

При формировании комплексного портрета территорий в контексте синтеза нейротехнологий и нейромаркетинга следует учитывать трансформации, которые происходят с человеческим мозгом, что существенно влияет на выбор технологий нейромаркетинга.

При формировании комплексного портрета территорий важно всегда помнить о классических и традиционных аспектах, которые маркетологам необходимо учитывать при создании и поддержке имиджа территорий и проведении маркетинговых исследований. Имидж территории не имеет статичный характер и, в свою очередь, нуждается в постоянном развитии и адаптации к внутренним и внешним факторам. Тем не менее он нуждается в выработке и реализации в жизнь грамотной маркетинговой стратегии. Формирование эффективного имиджа территории на основе нейробрендинга важно осуществлять на основе комплекса последовательных действий, представленных в научной статье.

Ключевые слова: нейромаркетинг, нейробрендинг, территории, неокортекс, брендинг, имидж территорий, портрет территории, нейробиология, искусственный интеллект

Для цитирования: Глебова И.З. Формирование комплексного портрета территорий в контексте синтеза нейротехнологий и нейромаркетинга // Экономический вестник. 2023. Том 2. № 1. С. 4 – 11.

Стремительный прогресс в области нейробиологии человека и нейротехнологий открывает беспрецедентные возможности для доступа, сбора, совместного использования и манипулирования информацией из человеческого мозга. Такие заявления создают серьезные проблемы для принципов прав человека, которые необходимо решить, чтобы предотвратить непреднамеренные последствия [1, с. 43-52.]. В настоящее время ведутся дискуссии относительно этичности применения нейротехнологий и его воздействия на мозг человека, но они находятся на стадии обсуждения. При этом научные исследования и научные публикации указывают на многие факты стремительного развития искусственного интеллекта и применения нейротехнологий в развитии нейробрендинга и в управлении территориями и формировании благоприятного имиджа территорий.

Нейромаркетинг является новейшей и инновационной формой маркетинга, который прочно вошел в систему управления развития территориями и является основой построения стратегии развития маркетинга территорий, потому что его результаты изучения поведения человека и его эмоций, взглядов, на основе применяемых инструментов нейромаркетинга позволяют формировать маркетинговые решения в управлении развитием территорий, которые позволят на самом высоком уровне удовлетворить запросы населения, проживающего на данной территории. Нейромаркетинг изучает мельчайшие подробности в поведении человека и это позволяет маркетологам понять, как человек воспринимает маркетинговые решения и на какие действия они его стимулируют [2, с. 143-145].

Данная тенденция сопровождается многочисленными исследованиями, подтверждающими экономическую эффективность данного инструмента [3, с. 142-151].

Возросшая конкуренция на межрегиональном пространстве определяет необходимость не только эффективного использования природных ресурсов, финансового, трудового, информационного потенциала территории в качестве конкурентного преимущества, но и формирования и продвижения высокой стоимости нематериальных активов за счет использования инструментов брендинга в регионе [4, с. 31-45].

Рассматривая бренд территории с точки зрения набора эксклюзивных качеств, непреходящих универсальных ценностей, отражающих оригинальность, неповторимость первоначальных потребительских характеристик можно охарактеризовать территорию и сообщество, которые широко известны, публично признаны и пользуются стабильным потребительским спросом на этой территории. С каждым годом количество брендов на той или иной территории увеличивается, принимая во внимание значительный объем рекламы, воспринимаемой потребителями, каждый бренд постоянно стремится привлечь и удержать внимание покупателей, что очень важно для развития территорий и маркетинг территорий позволяет данные тенденции выявить и в дальнейшем учитывать при формировании стратегии развития территорий [5].

Нейробрендинг территорий в контексте синтеза нейротехнологий и нейромаркетинга – это стратегия маркетинга, которая использует понимание взаимосвязи между мозгом и поведением людей для создания ассоциаций с определенными местами или территориями. В основе этой стратегии лежит идея того, что определенные окружающие условия и эмоциональные впечатления могут оказывать влияние на нашу психику и наш выбор.

Например, многие крупные города и регионы в мире используют нейробрендинг территорий для привлечения туристов. Они могут использовать определенные цветовые схемы, логотипы и символику, чтобы создать связь с известными местами, памятниками и другими достопримечательностями. Также, они могут использовать определенные запахи и звуки, чтобы создать связь с конкретными ассоциациями.

Нейробрендинг территорий может также использоваться для стимулирования экономического роста и развития. Он может использоваться для привлечения новых инвесторов, бизнесов и талантов в определенные регионы.

При формировании комплексного портрета территорий в контексте синтеза нейротехнологий и нейромаркетинга следует учитывать трансформации, которые происходят с человеческим мозгом, что существенно влияет на выбор технологий нейромаркетинга.

Неокортекс или новый мозг – современный продукт инновационного развития общества и территорий, который эффективно используется в нейромаркетинге учеными и специалистами. Основными его характеристиками являются рационализм, оценка и аналитика, сравнение и сопоставление, нормы и критерии, правила и законы, все приемы, способы и методы, которые отвечают за принятие эффективного и взвешенного решения в системе продвижения товаров и услуг, развития маркетинга территорий в целом [6].

При формировании комплексного портрета территорий в контексте синтеза нейротехнологий и нейромаркетинга интересным будет опыт формирования территориального брендинга, который очень важно применять для повышения уровня финансовой эффективности территорий и привлечения необходимого для развития территорий объема инвестиций, который также выступает средством решения вопросов по развитию внешнеэкономических связей и отношений, что является главным фактором формирования портрета территорий – укрепление отношений между субъектами власти, коммерческими структурами, бизнес-структурами также общественными организациями, некоммерческими организациями [7, с. 110-120].

Таким образом, следует отметить, что в процессе создания бренда, который является основой формирования портрета территорий очень важно построить выгодных, прочных и интересных отношений между всеми участниками процесса развития территорий [8, с. 11].

При формировании имиджу территории региона или города важно представить все составляющие данного портрета для его дальнейшего конструирования и прежде всего сформировать цель, которая должна заключаться в достижении высоких результатов развития территории на основе применения нейротехнологий и нейробрендинга, что в совокупности даст симбиоз технологий нейробиологии, нейроинформатики, социальной нейронауки, нейроэкономики, нейролингвистики, нейроинжиниринга.

Практическая ценность предложенного и сформированного комплексного портрета территорий в контексте синтеза нейротехнологий и нейромаркетинга заключается в формировании комплекса мероприятий для достижения конечной цели, направленной на реализацию стратегического вектора развития нейробрендинга территорий, который направлен на достижение комплексного взаимодействия между предприятиями и государственными организациями для создания узнаваемого образа (портрета), связанного с определенными местами и территориями (рис. 1).



Рис. 1. Комплексный портрет территорий в контексте синтеза нейротехнологий и нейромаркетинга

Цифровые технологии широко используются при формировании стратегии развития территорий, основанных на маркетинговых инструментах, способах, средствах и приемах, в целом при полной реализации комплекса маркетинга, который применяется при формировании имиджа территорий, что является конечной целью разработки стратегий развития территорий и всех комплексов, которые осуществляют функционирование территорий (агропромышленный комплекс, производственных комплекс и так далее) и финансирование в формировании имиджа территорий играет стратегическую роль.

Например, Сбербанк, который завоевал монополию в экосистемном подходе организации бизнеса, сформировал пакет мероприятий по развитию в России искусственного интеллекта в виде проекта «Нейротехнологии и искусственный интеллект». В данном проекте развитие и внедрение нейротехнологий и ис-

кусственного интеллекта во все сферы хозяйствования и экономику в целом осуществляется по семи направлениям сквозь призму семи субтехнологий [9].

Данная программа внедрения цифровых технологий подготовлена Сбербанком в рамках федерального проекта «Цифровые технологии» нацпроекта «Цифровая экономика» и направлены на решение стратегически важных для страны вопросов разработки и внедрения технологий нейромаркетинга в достижение конечных целей государственных и национальных программ [10].

Мировой рынок решений в сфере искусственного интеллекта (ИИ) в 2018 г. составил \$21,5 млрд, в 2024 г. он достигнет \$137,5 млрд. Мировой рынок решений в сфере нейротехнологий в 2018 г. составил \$1,3 млрд, в 2024 г. он увеличится до \$7 млрд. Если учитывать мировой рынок искусственного интеллекта и нейротехнологий в целом – с учетом внутренних разработок компаний, – то в 2018 г. составил \$396 млрд, а к 2024 г. он увеличится до \$890 млрд. Аналогичным образом, размер мирового рынка нейротехнологий в целом в 2018 г. составил \$7 млрд, к 2024 г. увеличится до \$35 млрд [11].

Потенциальное воздействие трансформационных процессов в области нейротехнологий может намного превзойти последствия предыдущих технологических революций. Развитие цифровых технологий предоставили возможность разработки новых инструментов, при этом отметим, что нейротехнологии полностью изменят то, как используются инструменты, и значительно изменят общество способами, которые едва ли можно себе представить.

Можно ожидать, что две науки - когнитивные вычисления и когнитивная нейронаука - будут развиваться взаимно и синергетически. Следующее поколение вычислительных технологий будет тесно связано с развитием нейротехнологий. Исследователи ищут способы моделирования когнитивных процессов и паттернов работы мозга в компьютерных архитектурах и системах. Этому стремлению по-прежнему будет способствовать углубление понимания неврологических систем и процессов.

Область когнитивной нейронауки извлекает выгоду из этой революции в технологиях. Функциональная нейровизуализация меняет понимание нейронных основ познания и поведения. Передовые вычислительные системы помогают понимать работу мозга и взаимодействовать с ним. В настоящее время реализуются проекты, направленные на использование сигналов мозга для управления различными протезами и внешними устройствами, включая роботов [12].

При формировании комплексного портрета территорий важно всегда помнить о классических и традиционных аспектах, которые маркетологам необходимо учитывать при создании и поддержки имиджа территорий и проведении маркетинговых исследований.

Имидж территорий с точки зрения формирования теоретических и научно-методологических аспектов развития всегда нуждается в дополнительном и тщательном изучении вопросов формирования благоприятного имиджа в условиях адаптации к современным и структурным вызовам, которые создают большой перечень факторов, влияющих на развитие маркетинга территорий в целом. Формирование благоприятного имиджа территорий находится в стадии систематического научного поиска и разработки грамотной маркетинговой стратегии, для чего необходимо решить комплекс действий и реализовать мероприятия следующего характера:

1) провести сбор информации и сформировать базу данных для организации анализа ключевых ориентиров формирования внутренних и внешних факторов развития территорий с целью определения возможных соперников, конкурентов, выявления инсайдеров и аутсайдеров в развитии цепочки взаимодействия на уровне всех мероприятий по формированию стратегии развития территорий;

2) на основе получения результатов анализа ключевых ориентиров формирования и развития территорий сформировать процесс разработки маркетинговой целевой программы развития территорий, определения набора инструментов, средств, программного обеспечения, последовательности цепочки действий, алгоритмов осуществления предполагаемых сценариев развития событий и осуществления мероприятий по реализации стратегии развития территорий, которые являются значимыми для населения территорий;

3) формирование программы развития и целевого повышения качества желаемого имиджа территории, который будет способствовать реализации государственных и национальных программ развития территорий;

4) на основе технологий блокчейн сбор и обработка информации о состоянии имиджа и уровня бренда конкурентных преимуществ конкурирующих субъектов хозяйствования, проведение на основе базы данных оценки конкурентного потенциала данных субъектов хозяйствования;

5) мониторинг исполнения стратегии развития территорий на всех участках реализации стратегических планов развития и контроль выполнения всех поставленных задач для достижения поставленных целей и результатов, а также выполнение предусмотренного комплекса действий для корректировки уровня имиджа территорий.

Литература

1. Glushchenko V.V., Kulkov D.A., Alenin I.A. The mechanism of influence of neurotechnologies on the formation of the sixth technological order in the economy and society // International Journal of Information Technology and Applied Sciences (IJITAS). April 2021. Vol. 3. № 2. P. 43 – 52.

2. Крюкова Е.А. Исследование современных инструментов нейромаркетинга в условиях пандемии COVID-19 // Молодой ученый. 2022. № 4 (399). С. 143 – 145.

3. Молчанов Н.Н., Муравьева О.С., Галай Н.И. Нейротехнологии: оценка перспектив развития в России // Вестник Удмуртского университета. Серия: экономика и право. 2019. Т. 29. № 2. С. 142 – 151.

4. Kotler F. Attracting Investments, Enterprises, Residents and Tourists to Cities, Communes, Regions and Countries of Europe Advertiser: Theory and Practice, 2009. P. 31 – 45.

5. Formation and Promotion of the Territory Brand of the Neuromarketing Tools [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/340304997_Formation_and_Promotion_of_the_Territory_Brand_of_the_Neuromarketing_Tools

6. Нейромаркетинг: как влиять на подсознание потребителя [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://academy-of-capital.ru/blog/neyromarketing/>

7. Ярош О.Б. Территориальная идентификация городов на основе нейробрендинга // Региональная экономика. Юг России. 2022. Т. 10. № 3. С. 110 – 120.
8. Беленкова Л.М. Имидж государственных органов: потенциал информационно-коммуникационных технологий // Управленческое консультирование. 2017. № 4. С. 11.
9. СБЕР БАНК [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.sberbank.ru>
10. Национальный проект «Цифровая экономика» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm_referrer=httpsfyandex.ru
11. Будущее искусственного интеллекта в России: как технологии превратятся в решения [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.cnews.ru/articles/2019-10-02_budushchee_iskusstvennogo_intellekta
12. NEUROTECHNOLOGY FUTURES STUDY [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://potomac institute.org/images/studies/NTFSReport-FINAL.pdf>

References

1. Glushchenko V.V., Kulkov D.A., Alenin I.A. The mechanism of influence of neurotechnologies on the formation of the sixth technological order in the economy and society. International Journal of Information Technology and Applied Sciences (IJITAS). April 2021. Vol. 3. № 2. P. 43 – 52.
2. Krjukova E.A. Issledovanie sovremennyh instrumentov nejromarketinga v usloviyah pandemii COVID-19. Molodoy uchenyj. 2022. № 4 (399). S. 143 – 145.
3. Molchanov N.N., Murav'eva O.S., Galaj N.I. Nejrotehnologii: ocenka perspektiv razvitiya v Rossii. Vestnik Udmurtskogo universiteta. Serija: jekonomika i pravo. 2019. T. 29. № 2. S. 142 – 151.
4. Kotler F. Attracting Investments, Enterprises, Residents and Tourists to Cities, Communes, Regions and Countries of Europe Advertiser: Theory and Practice, 2009. P. 31 – 45.
5. Formation and Promotion of the Territory Brand of the Neuromarketing Tools [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: https://www.researchgate.net/publication/340304997_Formation_and_Promotion_of_the_Territory_Brand_of_the_Neuromarketing_Tools
6. Nejromarketing: kak vlijat' na podsoznanie potrebitelja [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://academy-of-capital.ru/blog/neyromarketing/>
7. Jarosh O.B. Territorial'naja identifikacija gorodov na osnove nejrobrenninga. Regional'naja jekonomika. Jug Rossii. 2022. T. 10. № 3. S. 110 – 120.
8. Belenkova L.M. Imidzh gosudarstvennyh organov: potencial informacionno-kommunikacionnyh tehnologij. Upravlencheskoe konsul'tirovanie. 2017. № 4. S. 11.
9. SBER BANK [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa : <http://www.sberbank.ru>
10. Nacional'nyj proekt «Cifrovaja jekonomika» [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm_referrer=httpsfyandex.ru

11. Budushhee iskusstvennogo intellekta v Rossii: kak tehnologii prevratjatsja v reshenija [Jelek-tronnyj resurs]. Rezhim dostupa: https://www.cnews.ru/articles/2019-10-02_budushchee_iskusstvennogo_intellekta
12. NEUROTECHNOLOGY FUTURES STUDY [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://potomacoinstitute.org/images/studies/NTFSReport-FINAL.pdf>

*Glebova I.Z., Candidate of Economic Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky*

Formation of a comprehensive portrait of territories in the context of the synthesis of neurotechnologies and neuromarketing

Abstract: neurobranding of territories in the context of the synthesis of neurotechnologies and neuromarketing is a marketing strategy that uses the understanding of the relationship between the brain and human behavior to create associations with certain places or territories. This strategy is based on the idea that certain environmental conditions and emotional impressions can influence our psyche and our choices.

In the process of constructing the image of the region, first of all, it is necessary to set a goal and determine the specific tasks that this image will perform. For this, an analysis of the target groups of the public is a prerequisite, since they are not only the key link in the process of forming the image and positioning of the territory, but also the end point of the communication process.

Techniques and technologies of marketing strategy, which are used in the formation of the image of the territory, in all moments depend on the goals that are set for a particular object.

Neurobranding of territories is an important tool that can help businesses and government organizations create a recognizable image and connect us with certain places and territories.

When forming a comprehensive portrait of territories in the context of the synthesis of neurotechnologies and neuromarketing, it is necessary to take into account the transformations that occur with the human brain, which significantly affects the choice of neuromarketing technologies.

When forming a comprehensive portrait of territories, it is important to always keep in mind the classical and traditional aspects that marketers need to take into account when creating and maintaining the image of territories and conducting marketing research. The image of the territory does not have a static character and, in turn, needs constant development and adaptation to internal and external factors. Nevertheless, he needs to develop and implement a competent marketing strategy. The formation of an effective image of the territory on the basis of neurobranding is important to be carried out on the basis of a set of sequential actions presented in a scientific article.

Keywords: neuromarketing, neurobranding, territories, neocortex, branding, image of territories, portrait of territory, neurobiology, artificial intelligence

For citation: Glebova I.Z. Formation of a comprehensive portrait of territories in the context of the synthesis of neurotechnologies and neuromarketing. Economic Bulletin. 2023. 2 (1). P. 4 – 11.

*Катеринец С.Л., кандидат экономических наук, доцент,
Луганский государственный университет имени Владимира Даля*

Цифровой разрыв в условиях цифровой трансформации агропродовольственных рынков

Аннотация: рассмотрены особенности формирования и оптимизации цифрового разрыва в условиях цифровой трансформации агропродовольственных рынков. Цифровой разрыв в сельскохозяйственном секторе дополняется и усиливается так называемым «тройным разрывом». Отрасль сталкивается с различными условиями доступа компаний и частных лиц к производственным ресурсам и рыночным возможностям по гендерным, социальным и образовательным признакам. Такая ситуация усугубляет рыночные противоречия и социальные проблемы.

Тенденции сельскохозяйственной политики в контексте инновационного развития отражают усилия мирового сообщества по преодолению цифрового разрыва в целях повышения степени устойчивости сельскохозяйственного сектора на этапе трансформации агропродовольственных рынков.

В основе проявления цифрового неравенства в различных продовольственных системах лежит разнородный характер процессов цифровизации в отдельных странах и среди групп хозяйствующих субъектов, что создает новые условия конкуренции и, соответственно, новое соотношение рыночных преимуществ и рисков.

В продовольственных системах мира цифровое неравенство имеет не только рыночные, но и явно выраженные социальные аспекты, поскольку оно обостряет проблему продовольственной безопасности в части экономической доступности питания из-за снижения или потери доходов сельского населения, теряющего работу в условиях цифровизации, а также порождает новые риски функционирования в цифровых экосистемах.

Таким образом, сформулированы основные направления сокращения цифрового разрыва, которые можно осуществить в условиях цифровой трансформации агропродовольственного рынка и которые будут способствовать оптимизации процесса внедрения цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровой разрыв, цифровизация, трансформация, агропродовольственные рынки, сельское хозяйство, экосистемы, бизнес-модели

Для цитирования: Катеринец С.Л. Цифровой разрыв в условиях цифровой трансформации агропродовольственных рынков // Экономический вестник. 2023. Том 2. № 1. С. 12 – 18.

Важно на данном этапе научного исследования изучить основные изменения в подходах мирового сообщества к формированию сельскохозяйственной политики в ответ на цифровизацию. Эволюция сельскохозяйственной политики под влиянием высоких технологий является важной тенденцией конца 20-го и начала 21-го века.

В последнее десятилетие акцент на создании равных условий для доступа экономических операторов к сельскохозяйственному рынку в контексте растущего цифрового разрыва является одним из направлений, соответствующих общей трансформации сельскохозяйственной политики. Цифровой разрыв в сельскохозяйственном секторе дополняется и усиливается так называемым «тройным разрывом». Отрасль сталкивается с различными условиями доступа компаний и частных лиц к производственным ресурсам и рыночным возможностям по гендерным, социальным и образовательным признакам. Такая ситуация усугубляет рыночные противоречия и социальные проблемы.

Тенденции сельскохозяйственной политики в контексте инновационного развития отражают усилия мирового сообщества по преодолению цифрового разрыва в целях повышения степени устойчивости сельскохозяйственного сектора на этапе трансформации агропродовольственных рынков [1].

Цифровизация стремительно входит в нашу жизнь и коренным образом трансформирует подходы к решению стратегических задач развития и функционирования агропродовольственных рынков [2, с. 9-12.].

Важно отметить, что на этапе цифровизации экономики возникает цифровое неравенство в различных продовольственных системах, которое обусловлено скоростью процессов цифровизации в отдельных странах и среди групп хозяйствующих субъектов, что создает новые условия конкуренции и, соответственно, новое соотношение рыночных преимуществ и рисков [3, с. 372-384.]

Вопросы оптимизации цифрового разрыва и цифровизации трансформации агропродовольственных рынков активно обсуждаются министрами правительства, представителями гражданского общества и частного сектора, неправительственных организаций и другими заинтересованными лицами.

Лидеры отрасли в области цифровых технологий, устойчивого развития и сельскохозяйственных инноваций объединились, чтобы обменяться опытом и наметить путь к ответственной цифровой трансформации сельского хозяйства. Важное место в обсуждении на высоком уровне занимают вопросы повышения жизнестойкости и укрепления мелких фермеров в сельской местности путем преодоления тройного разрыва (цифрового, сельского и гендерного), в частности, в развивающихся странах с низким уровнем дохода. Важно в данном контексте рассмотреть проблемы защиты данных, владения ими и этичного использования при внедрении и применении цифровых технологий для развития сельских районов во все более взаимосвязанном мире.

Требуют обсуждения ограничения и возможности частных операторов в цифровом сельском хозяйстве, а также государственная политика, которая необходима для обеспечения соблюдения требований справедливости и охраны окружающей среды и обеспечения доступности этих решений для мелких фермеров на подходящих условиях.

Большой популярностью пользуются цифровые приложения в организации деятельности агропродовольственных рынков, повышающих способность адаптироваться к изменению климата и смягчать его последствия. Для дальнейшего развития агропродовольственных рынков необходимо включать инвестирование в механизмы повышения национального и местного потенциала с помощью инновационных механизмов, направленных на стимулирование сельскохозяйственного предпринимательства и более широкое вовлечение молодежи в сельское хозяйство [4].

Влияние цифровизации на сельское хозяйство можно наблюдать на трех уровнях: микро-, мезо-и макроуровне. На микроуровне произошли изменения, вплоть до отдельных машин. Будь то дроны, тракторы, доильные аппараты, упаковочные машины на предприятиях пищевой промышленности, корова с имплантированным чипом или автономное транспортное средство – все они генерируют данные, которые можно проанализировать для оптимизации производительности. На мезоуровне данные, производимые этими машинами, могут быть интегрированы в комплексы машин и людей на ферме, в на заводе и во всей организации. Данные могут быть интегрированы в межорганизационные системы, такие как цепочки поставок между несколькими фирмами и за их пределами. Наконец, на макроуровне многие возникают вопросы, и среди них один из самых важных заключается в том, как будут организованы все эти данные, кто будет ими владеть и, в частности, будут ли созданы цифровые платформы и кто воспользуется их преимуществами.

На каждом уровне существуют вопросы относительно того, кому принадлежат данные и каким образом доступ и возможность анализа данных преобразуют соотношение сил, требования к навыкам рабочих и фермеров и другие вопросы.

Сельское хозяйство – это квинтэссенция сельскохозяйственной отрасли, подверженной капризам природы. Особенно когда это происходит на открытом воздухе, сельское хозяйство сталкивается с уникальными видами неопределенности, вызванными природными явлениями, такими как экстремальные погодные условия и вредители, а также болезни растений и насекомые, которые могут проникнуть на поле. Более того, эта неопределенность связана с тем фактом, что все месторождения и все части месторождения уникальны и могут испытывать проблемы, связанные с конкретным местоположением.

Рыночные кризисы также являются эндемичными, потому что хорошие урожаи – то есть отличная эффективность преобразования затрат в выпускаемую продукцию – может привести к снижению доходов, если другим фермерам повезет так же. Более того, растениеводы вкладывают средства в течение всего вегетационного периода, предшествующего сбору урожая. Эти неопределенности означают, что производственные функции фермерских хозяйств отличаются от функций большинства фирм, и они часто не склонны к риску и неохотно внедряют непроверенные технологии.

Агропродовольственная цепочка создания стоимости проста и в то же время довольно сложна, с различными рыночными условиями на каждом узле цепочки. Агропродовольственные системы состоят из большого разнообразия продуктов, каждый из которых имеет свою собственную цепочку создания стоимости. При этом цепочка, которая простирается от поставщиков сырья до конечных потребителей и предполагает, что все участники имеют цифровую связь. Каждый узел может иметь несколько программных систем, которые не взаимодействуют между собой, несмотря на разработку международных стандартов интерфейса для соединения сельскохозяйственных орудий [5].

Внедрение инновационных решений в развитие агропродовольственных рынков в Российской Федерации характеризуется тем, что данный сегмент развивают крупные вертикально-интегрированные агрохолдинги («Русагро», «Эконива», «Мираторг», «Черкизово»), тогда как средние и малые хозяйства пока медленно внедряют решения в силу их финансового положения и отсутствия необходимых кадров [6].

Приведем примеры новых бизнес-моделей, используемых в сельском хозяйстве и на агропродовольственных рынках:

1. Точное земледелие – на основе современных инновационных цифровых технологий точное земледелие широко и масштабно используется в деятельности агропродовольственных рынков.

2. Farming-as-a-Service (FaaS) – инновационные государственные и коммерческие сервисы, функционирование которых направлено на управление фермой, внедрение инструментов для сбора и анализа информации, развития точного земледелия, а также используются специализированные финансовые, страховые, логистические услуги.

3. Шеринг сельхозтехники, или «Uber тракторов и комбайнов» – современные сервисы, которые помогают в поиске и дальнейшем использовании сельскохозяйственной техники и оборудования на базе цифровых платформ.

4. Urban Farming – технологии городского сельского хозяйства и автоматизированных вертикальных ферм. В стране постепенно формируется осмысленный запрос со стороны потенциальных потребителей продукции городского фермерства [7, с. 163-176].

Российская статистика говорит о том, что 56% граждан изъявляют готовность к повышенной цене в ходе оплаты свежих, незамороженных, необработанных продуктов (51%) и продуктов с отсутствием генномодифицированных включений (46%) [8].

Несмотря на равный доступ к инфраструктуре, темп внедрения отличается в разных индустриях. Многие факторы влияют на готовность внедрять цифровизацию [9, с. 75-84]. Устоявшиеся лидеры рынка часто нерешительны в замене физических активов цифровыми. И все же определяющий драйвер в цифровизации – это потребности потенциальных потребителей и давление с их стороны, желание использовать новые цифровые сервисы, приложения, технологии, обеспечение.

Таким образом, сформулированы основные направления сокращения цифрового разрыва, которые возможно осуществить в условиях цифровой трансформации агропродовольственного рынка и которые будут способствовать оптимизации процесса внедрения цифровых технологий.

Литература

1. Global Agricultural Policy Trends: Bridging the Digital Divide [Электронный ресурс]. Режим доступа открыт:

https://www.researchgate.net/publication/338087925_Global_Agricultural_Policy_Trends_Bridging_the_Digital_Divide

2. Хомякова С.С. Трансформация и закрепление термина «цифровизация» на законодательном уровне // Молодой ученый. 2019. № 41 (279). С. 9 – 12.

3. Ревенко Л.С., Ревенко Н.С. Цифровой разрыв и цифровое неравенство в продовольственных системах мира // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. 2022. Т. 22. № 2. С. 372 – 384.

4. Bridging the divide: Digital technologies poised to transform agrifood systems [Электронный ресурс]. Режим доступа открытый: <https://www.fao.org/newsroom/detail/Bridging-the-divide-Digital-technologies-poised-to-transform-agrifood-systems/en>
5. Digitalization and Platforms in Agriculture: Organizations, Power Asymmetry, and Collective Action Solutions [Электронный ресурс]. Режим доступа открытый: https://brie.berkeley.edu/sites/default/files/digitalization_and_platforms_in_agriculture.pdf
6. Ахметов В.Я., Галикеев Р.Н. Перспективы социально-экономического развития сельских территорий в условиях цифровизации экономики // Вестник Евразийской науки. 2019. № 6. 12 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа открытый: <https://esj.today/PDF/03ECVN619.pdf>
7. Буторина Д.А., Ахтямов И.И. Объект городского фермерства как новое общественное пространство в современной России // Известия КГАСУ. 2022. № 4 (62). С. 163 – 176.
8. Совместное исследование холдинга Ромир и Центра ОНФ «Россияне дорожат свежими продуктами // «Ромир» – исследовательский холдинг. 2016. URL: <https://romir.ru/studies/rossiyane-dorajat-svejimi-produktami>
9. Котлер Филип, Сетиаван Айвен, Картаджайа Хермаван Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения: пер. с англ. А. Горман. Москва: Эксмо, 2022. С. 75 – 84.

References

1. Global Agricultural Policy Trends: Bridging the Digital Divide [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa otкрыtj: https://www.researchgate.net/publication/338087925_Global_Agricultural_Policy_Trends_Bridging_the_Digital_Divide
2. Homjakova S.S. Transformacija i zakreplenie termina «cifrovizacija» na zakonodatel'nom urovne. Molodoj uchenyj. 2019. № 41 (279). S. 9 – 12.
3. Revenko L.S., Revenko N.S. Cifrovoj razryv i cifrovoe neravenstvo v prodovol'stvennyh si-stemah mira. Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Mezhdunarodnye odnoshe-nija. 2022. T. 22. № 2. С. 372 – 384.
4. Bridging the divide: Digital technologies poised to transform agrifood systems [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa otкрыtj: <https://www.fao.org/newsroom/detail/Bridging-the-divide-Digital-technologies-poised-to-transform-agrifood-systems/en>
5. Digitalization and Platforms in Agriculture: Organizations, Power Asymmetry, and Collective Action Solutions [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa otкрыtj: https://brie.berkeley.edu/sites/default/files/digitalization_and_platforms_in_agriculture.pdf
6. Ahmetov V.Ja., Galikeev R.N. Perspektivy social'no-jekonomicheskogo razvitija sel'skih territorij v uslovijah cifrovizacii jekonomiki. Vestnik Evrazijskoj nauki. 2019. № 6. 12 s. [Jelektron-nyj resurs]. Rezhim dostupa otкрыtj: <https://esj.today/PDF/03ECVN619.pdf>

7. Butorina D.A., Ahtjamov I.I. Ob#ekt gorodskogo fermerstva kak novoe obshhestvennoe prostranstvo v sovremennoj Rossii. Izvestija KGASU. 2022. № 4 (62). S. 163 – 176.
8. Sovmestnoe issledovanie holdinga Romir i Centra ONF «Rossijane dorozhat svezhimi produktami. «Romir» – issledovatel'skij holding. 2016. URL: <https://romir.ru/studies/rossiyane-dorojat-svezhimi-produktami>
9. Kotler Filip, Setiavan Ajven, Kartadzhaja Hermavan Marketing 5.0. Tehnologii sledujushhego pokolenija: per. s angl. A. Gorman. Moskva: Jeksmo, 2022. C. 75 – 84.

*Katerinets S.L., Candidate of Economic Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Lugansk State University named after Vladimir Dal*

Digital divide in the context of digital transformation of agri-food markets

Abstract: the features of the formation and optimization of the digital divide in the conditions of digital transformation of agri-food markets are considered. The digital divide in the agricultural sector is complemented and reinforced by the so-called "triple gap". The industry faces different conditions of access of companies and individuals to production resources and market opportunities on gender, social and educational grounds. This situation aggravates market contradictions and social problems.

Trends in agricultural policy in the context of innovative development reflect the efforts of the world community to bridge the digital divide in order to increase the degree of sustainability of the agricultural sector at the stage of transformation of agri-food markets.

The manifestation of digital inequality in various food systems is based on the multi-speed nature of digitalization processes in individual countries and among groups of economic entities, which creates new conditions of competition and, accordingly, a new ratio of market advantages and risks.

In the food systems of the world, digital inequality has not only market, but also pronounced social aspects, since it exacerbates the problem of food security in terms of the economic availability of food due to a decrease or loss of income of the rural population losing their jobs in the conditions of digitalization, and also generates new risks of functioning in digital ecosystems.

Thus, the main directions of reducing the digital divide are formulated, which can be implemented in the conditions of digital transformation of the agri-food market and which will contribute to optimizing the process of introducing digital technologies.

Keywords: digital divide, digitalization, transformation, agri-food markets, agriculture, ecosystems, business models

For citation: Katerinets S.L. Digital divide in the context of digital transformation of agri-food markets. Economic Bulletin. 2023. 2 (1). P. 12 – 17.

*Пасмурцева Н.Н., кандидат экономических наук, доцент,
Ожегова Е.П.,
Уральский государственный экономический университет*

Особенности развития рынка труда в условиях цифровизации

Аннотация: в условиях тотальной цифровизации общественных отношений рынок труда в большой степени подвергся влиянию цифровой трансформации. Появились новые профессии, стали востребованы новые компетенции, изменился ландшафт спроса и предложения на рынке труда. В связи со сказанным, актуализировались исследования посвященные не только систематизации складывающейся новейшей практики взаимодействия работодателей и работников на рынке труда, но и возникла необходимость уточнения теоретических и методологических подходов изучения реализуемой в настоящее время трансформации. В ряду существующих сегодня трендов наблюдается спрос на работников умственного труда. На первый план выходят аналитики, планировщики, работники IT-сектора. Также большим спросом продолжатся пользоваться специалисты, умеющие работать с человеком. Изменениям подвергнуты и модели занятости, эволюционируя от традиционных форм к фрилансу, краудсорсингу и инсорсингу.

Ускоряются процессы получения, обмена и использования информации, что требует от работников новейших компетенций и идеологии труда. Интенсивным изменениям подвержено российское законодательство, опосредующее цифровые процессы и в том числе цифровизацию трудовых функций населения. Принимаются стратегические документы, определяются новые целевые ориентиры, разрабатываются программы повышения квалификации, способствующие ускорению цифровизации труда.

В контексте сказанного, данная работа посвящена рассмотрению вопросов изменения рынка труда в цифровой экономике. Показано как повлияет цифровизация на общее развитие рынка труда. Описаны необходимые компетенции современного специалиста. Показаны возможные негативные аспекты и способы их коррекции. Обоснована необходимость постоянного обучения и переобучения специалистов в условиях цифровизации.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, рынок труда, эмоциональный интеллект, креативность, цифровая грамотность

Для цитирования: Пасмурцева Н.Н., Ожегова Е.П. Особенности развития рынка труда в условиях цифровизации // Экономический вестник. 2023. Том 2. № 1. С. 18 – 23.

В качестве ведущей тенденции развития всех областей общественной жизни в настоящее время можно назвать внедрение информационных и цифровых технологий. Задачей внедрения этих технологий становится повышение уровня жизни каждого отдельного человека, а также экономическое процветание и развитие всего общества [2].

Собственно цифровой экономикой называется экономическая деятельность работе с цифровыми технологиями и сопутствующими товарами и услугами [6].

Цифровизация общества и экономики не может не повлиять на такой важный феномен, как рынок труда. Цифровые технологий приводят к тому, что значительное количество рабочих операций автоматизируется.

В качестве эффектов влияния можно считать изменение количества рабочих мест, трансформация требований к специалистам, появление новых профессий и исчезновение уже существующих.

Как отмечает Future of Jobs [8] к 2025 г. больше половины всех профессиональных действий перейдут к машинам. В настоящее время, этот процент составляет примерно треть от общего числа. Это означает, что отдельные профессии практически перестанут существовать, но одновременно нас ждет появление новых профессий. Это обстоятельство вызывает необходимость выстраивания непрерывной системы переподготовки кадров и повышения квалификации [5].

Главным образом, снижение ручного труда коснется производства. Человеку уже нет необходимости работать во вредных и опасных условиях. Подобную работу за людей будут выполнять и уже выполняют разные типы роботизированных станков и оборудования.

В то же время, повышается значение доля умственного труда. На первый план выходят аналитики, планировщики, работники IT-сектора. Также большим спросом продолжатся пользоваться специалисты, умеющие работать с человеком. Это и работники в области продаж, и специалисты в области маркетинга, и сотрудники службы поддержки, и т.п. Можно заключить, что основным эффектом цифровизации рынка труда будет снижение потребности в работниках, выполняющих рутинные обязанности, легко поддающиеся автоматизации. В то же время, специалисты, способные к выполнению нестандартных задач, будут еще в большей степени востребованы рынком труда.

Важным профессиональным качеством персонала становится эмоциональный интеллект. Именно благодаря ему человек адаптируется в обществе, учится работать в команде. Уровень развития эмоционального интеллекта характеризует личностную зрелость сотрудника.

Следующим необходимым критерием на рынке труда становится цифровая грамотность. Причем, это касается не только профильных специалистов, но и всех квалифицированных сотрудников (педагогов, медицинских работников, дизайнеров, юристов и т.д.) Это позволяет повысить эффективность профессиональной деятельности, быстро осваивать новые инструменты, передавать и воспринимать опыт, самостоятельно справляться с возникшими трудностями в работе, связанными с компьютерной техникой. В науке отмечается необходимость трансформации системы образования, которая должна стать драйвером приобретения цифровых компетенций для современных работников [3].

В профильной же области постоянно расширяется список профессий. Так, в последние годы добавились специалисты по искусственному интеллекту, большим данным (Big Data), робототехники, специалисты по компьютерной безопасности и др.

Важным качеством современного специалиста должна стать креативность. Всегда востребованы сотрудники, которые умеют провести анализ ситуации и предложить нестандартное решение. Такого специалиста заменить машиной практически невозможно. В области информационных технологий это

аналитики, разработчики, ученые. Они постоянно сталкиваются с условиями неопределенности, быстро адаптируются к изменяющимся обстоятельствам.

Меняются и модели занятости. Занятость в виде фриланса, краудсорсинга и инсорсинга все больше распространяется, особенно в молодежной среде. Повышается уровень неполной занятости и занятости по разовым заказам. Все чаще проектные команды не контактируют между собой непосредственно, а работают из географически разных точек. Это позволяет более гибко осуществлять профессиональную деятельность, не теряя в качестве выполнения задач.

Но в развитии цифровизации имеются и отрицательные для рынка труда. Дисбаланс в цифровом развитии в секторах общества затруднил приобретение людьми навыков, необходимых им для выполнения своей работы. Поэтому в изменении нуждаются все компоненты системы образования. Во-вторых, организации часто не вкладывают средства в приобретение нового оборудования и освоение новых технологий, что сказывается на конечном результате не лучшим образом. Труднее всего обстоят дела в производственном секторе, где сложно организовать гибкие графики, дистанционные условия работы и т.п. Более того, некоторые части производственного сектора не готовы предлагать рабочие места «цифровым» работникам.

Несмотря на значительный прогресс, Россия пока отстает от других стран в использовании цифровых технологий, а цифровизация несет как положительные, так и отрицательные изменения и создает новые проблемы.

По данным ООН, до недавнего времени Россия занимала 32-е место по доступу к услугам электронного правительства с показателем 0,79 (максимальное значение – 1) [7]. Существуют различия между городом и сельской местностью. В 2018 г. Россия впервые вошла в список передовых стран по использованию электронного правительства. Несомненно, что России предстоит проделать большую работу, чтобы стать одним из лидеров в цифровом мире [6].

Правительство Российской Федерации в 2017 г. приняло программу «Цифровая экономика» [4], где в качестве важного направления названа работа с кадрами. Конечной задачей является организация постоянной переподготовки персонала и обучение работе с новыми информационными технологиями.

Если рассматривать целевые показатели этого проекта, то обучение специалистов по компетенциям цифровой экономики в 2019 г. составляло 30 тыс. человек, а к 2024 г. планируется поднять эту цифру до 270 тыс. человек.

К концу 2024 г. планируется принять 120 тыс. человек на программы высшего образования в сфере информационных технологий. Для 10 млн. человек должны быть организованы онлайн-программы развития цифровой грамотности.

Чтобы успешно справляться с изменениями рынка труда, необходимо организовать доступное обучение востребованным профессиям. Государство должно стать лидером данного направления управления рынком труда, организуя как программы и условия подготовки, так и создавая новые рабочие места для вновь обученных граждан.

Таким образом, в условиях трансформации рынка труда работники должны, в первую очередь, показать свою способность к изменениям и постоянному обучению. Ведь навыки и знания, требуемые от работников, постоянно меняются.

Не следует опасаться, что рынок труда ждут революционные изменения. Его трансформация происходит постепенно. У людей есть время для адаптации к новым условиям. Ожидается, что молодое поколение сможет достаточно легко воспринять изменения на рынке труда, ведь уже в процессе обучения они получают необходимые цифровые знания и навыки. Это позволит им успешно конкурировать на рынке труда.

Сказанное подтверждается исследованиями, в которых установлено, что общественный заказ на необходимые обществу компетенции складывается весьма длительное время, что обуславливает медленную трансформацию профессиональной модели компетенций, актуальных для цифровой трансформации [1].

Литература

1. Власова Н.Ю., Молокова Е.Л., Куликова Е.С. Общественное участие в высшем образовании: роль университетов // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 3. С. 402 – 419. EDN: LJWQIQ. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.3.402-419>
2. Дигилина О.Б., Тесленко И.Б. Трансформация рынка труда в условиях цифровизации // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2019. № 4. ч. 2. С. 166 – 180.
3. Молокова Е.Л. Дистанционное образование: ретроспективный анализ и новейшие тренды в высшем образовании // Цифровая экономика и онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия: Материалы Международной научно-практической конференции / Отв. за выпуск Е.Н. Ялунина, отв. ред. М.В. Чудиновских. Екатеринбург. 2022. С. 65 – 68.
4. Паспорт национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации": утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 г. N 16. Режим доступа: <https://internet.garant.ru/#/document/72190282/paragraph/1/doclist/2075/1/0/0/программацифроваяэкономика>:
5. Сенокосова О.В. Риски цифровизации рынка труда России // Математическое и компьютерное моделирование в экономике, страховании и управлении рисками. 2018. № 3. С. 237 – 242.
6. Цхададзе Н.В. Рынок труда в условиях цифровой экономики // Вестник Московского университета МВД России. 2021. № 3. С. 323 – 327.
7. Рейтинг электронного правительства ООН (EGDI). Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Рейтинг_электронного_правительства_ООН_\(EGDI\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Рейтинг_электронного_правительства_ООН_(EGDI))
8. World Economic Forum. The Future of Jobs Report 2023. Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023/>

References

1. Vlasova N.Ju., Molokova E.L., Kulikova E.S. Obshhestvennoe uchastie v vysshem obrazovanii: rol' universitetov. MIR (Modernizacija. Innovacii. Razvitie). 2022. T. 13. № 3. S. 402 – 419. EDN: LJWQIQ. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.3.402-419>
2. Digilina O.B., Teslenko I.B. Transformacija rynka truda v uslovijah cifrovizacii. Vestnik RGGU. Serija: Jekonomika.Upravljenje. Pravo. 2019. № 4. ch. 2. S. 166 – 180.
3. Molokova E.L. Distancionnoe obrazovanie: retrospektivnyj analiz i novejschie trendy v vysshem obrazovanii. Cifrovaja jekonomika i onlajn-obrazovanie: ključevye trendy i prepjatstvija: Materialy Mezhdunarodnoj nauchno-praktičeskoj konferencii. Otv. za vypusk E.N. Jalunina, otv. red. M.V. Chudinovskih. Ekaterinburg. 2022. S. 65 – 68.
4. Pasport nacional'noj programmy "Cifrovaja jekonomika Rossijskoj Federacii": utv. prezidiumom Soveta pri Prezidente Rossijskoj Federacii po strategičeskomu razvitiju i nacional'nym proektam 24 dekabnja 2018 g. N 16. Rezhim dostupa: <https://internet.garant.ru/#/document/72190282/paragraph/1/doclist/2075/1/0/0/programmacifrovajajekonomika>:
5. Senokosova O.V. Riski cifrovizacii rynka truda Rossii. Matematičeskoe i komp'juternoje modelirovanie v jekonomike, strahovanii i upravlenii riskami. 2018. № 3. S. 237 – 242.
6. Chadadze N.V Rynok truda v uslovijah cifrovoj jekonomiki.. Vestnik Moskovskogo universiteta MVD Ros-sii. 2021. № 3. S. 323 – 327.
7. Rejting jelektronnoego pravitel'stva OON (EGDI). Rezhim dostupa: [https://www.tadviser.ru/index.php/Stat'ja:Rejting_jelektronnoego_pravitel'stva_OON_\(EGDI\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Stat'ja:Rejting_jelektronnoego_pravitel'stva_OON_(EGDI))
8. World Economic Forum. The Future of Jobs Report 2023. Rezhim dostupa: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023/>

*Pasmurtseva N.N., Candidate of Economic Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Ozhegova E.P.,
Ural State University of Economics*

Features of the labor market development in the conditions of digitalization

Abstract: under the conditions of total digitalization of social relations, the labor market has been greatly influenced by digital transformation. New professions have emerged, new competencies are in demand, and the landscape of supply and demand on the labor market has changed. In connection with the above, the studies devoted not only to the systematization of the emerging new practice of interaction between employers and employees in the labor market, but also the need to clarify the theoretical and methodological approaches to the study of the transformation currently underway have become relevant. Among the trends that exist today, there is a demand for mental labor workers. Analysts, planners, IT-sector workers are coming to the fore. Specialists who are able to work with people will also continue to be in great demand. Employment models are also changing, evolving from traditional forms to freelancing, crowdsourcing and insourcing.

The processes of obtaining, exchanging and using information are accelerating, which requires the latest competencies and ideology of work from employees. Russian legislation that mediates digital processes, including the digitalization of people's labor functions, is subject to intensive changes. Strategic documents are being adopted, new targets are being defined, and professional development programs are being developed to accelerate the digitalization of work.

In the context of the above, this paper is devoted to the consideration of labor market changes in the digital economy. It shows how digitalization will affect the overall development of the labor market. The necessary competencies of a modern specialist are described. Possible negative aspects and ways of their correction are shown. The necessity of constant training and retraining of specialists in the conditions of digitalization is substantiated.

Keywords: digital economy, digitalization, labor market, emotional intelligence, creativity, digital literacy

For citation: Pasmurtseva N.N., Ozhegova E.P. Features of the labor market development in the conditions of digitalization. Economic Bulletin. 2023. 2 (1). P. 18 – 23.

*Пенькова И.В., доктор экономических наук, профессор,
Балтийский государственный технический университет «Военмех» им. Д.Ф. Устинова*

Цифровизация государственных услуг: облачные решения, трансформационный подход, таргетирование

Аннотация: цифровые технологии и облачные решения в системе обработки данных открывают перед странами значительный потенциал для повышения эффективности государственных услуг и их предоставления, а также для повышения прозрачности и доверия граждан. Это становится все более важным по мере того, как страны продолжают оправляться от последствий пандемии COVID-19, длившейся целый год, и стремятся добиться устойчивого восстановления. Кризис также высветил экономические и социальные издержки, связанные с задержкой цифровизации и GovTech – применением технологий для улучшения управления.

Правительства во всем мире имеют огромную возможность использовать цифровые инструменты, данные и государственные технологии для оптимизации управления, предоставления услуг и общего потенциала государства, что может привести к созданию общедоступных государственных услуг, ориентированных на граждан.

Для дальнейшего формирования стратегии развития цифрового государства и общества были поставлены реальные задачи и предложены действенные механизмы их реализации, совершенно необходимо опереться на развернутый и взвешенный анализ мирового опыта и достижений науки.

Определено, что облачные технологии сверх популярны и активно используются во многих отраслях хозяйствования и масштабно применяются в сфере государственного управления.

Уточнено, что минимальные затраты в использовании, экономичность, доступность и легкость в использовании, широкая база пользователей и инновационная архитектура являются главными отличительными характеристиками облачных технологий нового поколения. Облачные технологии представляют собой комплекс информационных услуг, включая хранение, поиск и передачу информации, обеспечение ее безопасности и многое другое.

Стратегически важным инструментом продвижения на рынке государственных услуг является таргетирование. Современные технические возможности сбора данных о мнениях, чаяниях, мечтах и нуждах граждан, а главное возможность анализировать, так называемые «big data» с помощью программ искусственного интеллекта, сделало таргетированные коммуникации наиболее актуальными.

Ключевые слова: государственные услуги, цифровые технологии, цифровизация, облачные решения, трансформационный подход, таргетирование, суперсервисы, моносервисы, оптимизация, цифровое государство

Для цитирования: Пенькова И.В. Цифровизация государственных услуг: облачные решения, трансформационный подход, таргетирование // Экономический вестник. 2023. Том 2. № 1. С. 24 – 26.

В рамках Федерального проекта «Цифровое государственное управление» [1] национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [2] проводятся мероприятия по Цифровой трансформации государственных и муниципальных услуг непосредственно при участии Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [3].

На рынке государственных услуг оптимизационные процессы проводятся по двум направлениям, которые являются ключевыми в реализации программы по цифровой трансформации государственных и муниципальных услуг: системный подход к решению всех жизненных ситуаций граждан и бизнеса в комплексе с широким использованием специализированных сервисов, а также цифровой масштабной трансформации деятельности государственных и муниципальных органов на основе использования моносервисов для оказания услуг населению [4].

Цифровые технологии – это технологии, которые используют компьютеры и/ или другую современную технику для записи кодовых импульсов и сигналов в определенной последовательности и с определенной частотой [5, с. 37-44].

Использование популярных и уже признанных цифровых технологий и облачных сервисов для реализации облачных решений в системе обработки данных открывают перед потенциальными клиентами широкие возможности использования технического потенциала цифровых технологий для повышения эффективности государственных услуг и их предоставления, а также для повышения прозрачности и доверия граждан. Применение цифровых технологий в функционировании рынка единых государственных услуг позволило странам, которые попали под влияние мировой пандемии, разработать новые подходы в обслуживании населения и решения жизненно важных вопросов и добиться устойчивых показателей развития цифровой экономики. Сделаны попытки использования цифровой технологии GovTech для улучшения управления, что особенно важно для рынка единых государственных услуг.

Облачные технологии сверх популярны и активно используются во многих отраслях хозяйствования и масштабно применяются в сфере государственного управления [6, с. 30-34].

Минимальные затраты в использовании, экономичность, доступность и легкость в использовании, широкая база пользователей и инновационная архитектура являются главными отличительными характеристиками облачных технологий нового поколения. Облачные технологии представляют собой комплекс информационных услуг, включая хранение, поиск и передачу информации, обеспечение ее безопасности и многое другое [7, с. 25-28].

Государственные институты масштабно используют возможности сформированных и существующих интернет-платформ и сервисов, сайтов и социальных сетей, мобильных приложений [8, с. 5-11].

Лучшее управление также означает лучшие результаты в области развития, что особенно актуально для стран с формирующейся рыночной экономикой Европы и Центральной Азии, многие из которых все еще переходят к рыночной экономике [9, с. 30-36].

В Европе и Центральной Азии в государственном секторе в целом занято 86 миллионов человек, или 25 процентов от общего числа занятых. Это значительно выше среднемирового показателя в 16 процентов, хотя по региону существуют значительные различия: в Беларуси, например, в государственном секторе за-

нято почти 40 процентов рабочей силы, в то время как в Румынии этот показатель составляет всего 13 процентов.

Государственный сектор предлагает работникам относительно высокий уровень жизни и поэтому часто привлекает одних из самых образованных работников в регионе. Особенно в странах с низким уровнем дохода государственные служащие значительно более образованны, чем среднестатистический человек. Например, в странах Южного Кавказа, Центральной Азии и Западных Балкан доля лиц с высшим образованием, занятых в государственном секторе, более чем в два раза превышает среднестатистическую численность населения.

Роль правительства в экономике Европы и Центральной Азии не только велика по сравнению с другими регионами, но, вероятно, также возрастет в ближайшие годы. До трети населения в странах региона с высоким уровнем дохода и около 45 процентов граждан в странах с переходной экономикой поддерживают расширение государственного сектора. Отчасти это объясняется тем, что стареющее население нуждается в расширении государственных услуг, таких как здравоохранение, услуги по уходу за инвалидами и долгосрочный уход.

Глобализация и технологические изменения привели к снижению доходов и гарантий занятости для многих работников, особенно наиболее уязвимых. Вызванный этим рост неравенства привел к увеличению спроса на перераспределение доходов. За прошедший год кризис с COVID-19 усилил желание людей, чтобы государство играло более важную роль в системах общественного здравоохранения, образования и социальной защиты. Например, в странах Южного Кавказа, Западных Балкан и некоторых частях Центральной Азии за последние 25 лет наблюдалось значительное повышение качества управления, хотя и с некоторым ухудшением в последние годы, особенно на Западных Балканах.

Повышение производительности государственного сектора может оказать глубокое влияние на стимулирование экономики Европы и Центральной Азии, где государственный потенциал во многих странах все еще слаб, а среди многих граждан сохраняется недоверие к правительству. Цифровые технологии и революция в области обработки данных предоставляют правительствам возможность решить эти проблемы.

Стратегически важным инструментом продвижения на рынке государственных услуг является таргетирование [10, с. 24-31].

Отметим, что самым важным результатом цифровизации на рынке государственных услуг является тот факт, что в рейтинге цифровизации госуправления Всемирного банка Россия в 2022 году вошла в десятку лидеров [11].

Цифровая трансформация экономики и деятельности правительственных и государственных органов создает максимальные возможности для формирования высокого уровня информационной безопасности. По данным Правительства Российской Федерации, число организованных кибератак на автоматизированные системы управления увеличилось на 80%, при этом констатируются факты повышения уровня кибератак с финансовых данных на деятельность государственных и правительственных органов [12].

Прежде всего стоит отметить, что перемены должны начаться внутри самих правительств. Как таковые, они должны поощрять внедрение и развитие надежных систем обработки данных в рамках государственных

ной службы. Это потребует найма и наращивания потенциала персонала для улучшения использования данных для принятия решений, основанных на фактических данных. Также необходимо усилить цифровизацию государственных услуг и улучшить координацию децентрализованных систем данных между учреждениями.

Большая доступность и использование данных, а также цифровизация дают возможность укрепить доверие между гражданами, в том числе путем содействия эффективному сотрудничеству между правительствами и гражданским обществом. Одним из наиболее многообещающих способов сделать это является использование открытых правительственных данных [13].

По мере того, как глобальный импульс, поддерживающий открытое правительство, продолжает набирать обороты, Группа Всемирного банка помогает странам-клиентам стать более открытыми для достижения более инклюзивных и устойчивых результатов в области развития. В Европе и Центральной Азии, как и во всем мире, правительства, которые являются более открытыми и прозрачными, могут действовать более результативно и результативнее и, таким образом, лучше подготовлены для стимулирования роста частного сектора и удовлетворения потребностей всех граждан.

Литература

1. Федеральный проект «Цифровое государственное управление» [Электронный ресурс]. Режим доступа открытый: https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2020/03/pasport_cgu_dec2019.pdf
2. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Режим доступа открытый: <http://government.ru/info/35568/>
3. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа открытый: <https://digital.gov.ru/ru/>
4. Суперсервисы и цифровая трансформация госуслуг [Электронный ресурс]. Режим доступа открытый: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/854/?utm_referrer=http2ffyandex.ruf
5. Машевская О.В. Цифровые технологии как основа цифровой трансформации современного общества // Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. 2020. № 1. С. 37 – 44.
6. Котяшичев И.А., Бырылова Е.А. Защита информации в «Облачных технологиях» как предмет национальной безопасности // Молодой ученый. 2015. № 6.4 (86.4). С. 30 – 34.
7. Котяшичев И.А., Смоленцев С.В. К вопросу о безопасности облачных технологий в информационной среде // Молодой ученый. 2014. № 5.1. С. 25 – 28.
8. Дмитриева Н.Е., Санина А.Г., Стырин Е.М. и др. Цифровая трансформация в государственном управлении [Электронный ресурс]: коллект. моногр. / под ред. Е.М. Стырина, Н.Е. Дмитриевой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2023. С. 5 – 11.
9. Цифровая трансформация государственного управления. Датацентричность и семантическая интероперабельность /Препринт/. М.: ДПК Пресс, 2018. С. 30 – 36.

10. Насырова Е.В. Продвижение услуг государственного учреждения // Теории и проблемы политических исследований. 2021. Т. 10. № 1А. С. 24 – 31.
11. GovTech Maturity Index 2022 [Электронный ресурс]. Режим доступа открытый: <https://worldbank.org/en/data/interactive/2022/10/21/govtech-maturity-index-gtmi-data-dashboard>
12. Цифровая трансформация в России: итоги 2022 года и планы на 2023 год [Электронный ресурс]. Режим доступа открытый: <https://www.garant.ru/article/1605871/#3>
13. Digitalization and data can vastly improve public service delivery for citizens [Электронный ресурс]. Режим доступа открытый: <https://blogs.worldbank.org/europeandcentralasia/digitalization-and-data-can-vastly-improve-public-service-delivery-citizens>

References

1. Federal'nyj proekt «Cifrovoe gosudarstvennoe upravlenie» [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa otkrytyj: https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2020/03/pasport_cgu_dec2019.pdf
2. Nacional'naja programma «Cifrovaja jekonomika Rossijskoj Federacii» [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa otkrytyj: <http://government.ru/info/35568/>
3. Ministerstvo cifrovogo razvitija, svjazi i massovyh kommunikacij Rossijskoj Federacii [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa otkrytyj: <https://digital.gov.ru/ru/>
4. Superservisy i cifrovaja transformacija gosslug [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa otkrytyj: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/854/?utm_referrer=http2ffyandex.ruf
5. Mashevskaja O.V. Cifrovye tehnologii kak osnova cifrovoj transformacii sovremennogo obshhestvaja. Vestnik Poleskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija obshhestvennyh i gumanitarnyh nauk. 2020. № 1. S. 37 – 44.
6. Kotjashichev I.A., Byrylova E.A. Zashhita informacii v «Oblachnyh tehnologijah» kak predmet nacional'noj bezopasnosti. Molodoj uchenyj. 2015. № 6.4 (86.4). S. 30 – 34.
7. Kotjashichev I.A., Smolencev S.V. K voprosu o bezopasnosti oblachnyh tehnologij v informacionnoj srede. Molodoj uchenyj. 2014. № 5.1. S. 25 – 28.
8. Dmitrieva N.E., Sanina A.G., Styrin E.M. i dr. Cifrovaja transformacija v gosudarstvennom upravlenii [Jelektronnyj resurs]: kollekt. monogr. pod red. E.M. Styrina, N.E. Dmitrievoj; Nac. issled. un-t «Vysshaja shkola jekonomiki». M.: Izd. Dom Vysshej shkoly jekonomiki, 2023. С. 5 – 11.
9. Cifrovaja transformacija gosudarstvennogo upravlenija. Datacentrichnost' i semanticheskaja interoperabel'nost' /Preprint/. M.: DPK Press, 2018. С. 30 – 36.
10. Nasyrova E.V. Prodvizhenie uslug gosudarstvennogo uchrezhdenija. Teorii i problemy politicheskikh issledovanij. 2021. Т. 10. № 1А. С. 24 – 31.
11. GovTech Maturity Index 2022 [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa otkrytyj: <https://worldbank.org/en/data/interactive/2022/10/21/govtech-maturity-index-gtmi-data-dashboard>

12. Cifrovaja transformacija v Rossii: itogi 2022 goda i plany na 2023 god [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa otkrytyj: <https://www.garant.ru/article/1605871/#3>

13. Digitalization and data can vastly improve public service delivery for citizens [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa otkrytyj: <https://blogs.worldbank.org/europeandcentralasia/digitalization-and-data-can-vastly-improve-public-service-delivery-citizens>

*Penkova I.V., Doctor of Economic Sciences (Advanced Doctor), Professor,
Baltic State Technical University «Voenmeh» named after D.F. Ustinov*

Digitalization of public services: cloud solutions, transformational approach, targeting

Abstract: digital technologies and cloud solutions in the data processing system open up significant potential for countries to improve the efficiency of public services and their provision, as well as to increase transparency and trust of citizens. This is becoming increasingly important as countries continue to recover from the effects of the year-long COVID-19 pandemic and strive to achieve a sustainable recovery. The crisis has also highlighted the economic and social costs associated with the delay in digitalization and GovTech – the use of technology to improve governance.

Governments around the world have a huge opportunity to use digital tools, data and government technologies to optimize governance, service delivery and the overall potential of the state, which can lead to the creation of publicly accessible public services aimed at citizens.

For the further formation of the strategy for the development of the digital state and society, real tasks were set and effective mechanisms for their implementation were proposed, it is absolutely necessary to rely on a detailed and balanced analysis of world experience and scientific achievements.

It is determined that cloud technologies are extremely popular and are actively used in many economic sectors and are widely used in the field of public administration.

It is clarified that minimal costs in use, cost-effectiveness, accessibility and ease of use, a wide user base and innovative architecture are the main distinguishing characteristics of new-generation cloud technologies. Cloud technologies represent a complex of information services, including storage, search and transfer of information, ensuring its security and much more.

Targeting is a strategically important tool for promotion in the public services market. Modern technical capabilities of collecting data on the opinions, aspirations, dreams and needs of citizens, and most importantly the ability to analyze the so-called «big data» using artificial intelligence programs, have made targeted communications the most relevant.

Keywords: public services, digital technologies, digitalization, cloud solutions, transformational approach, targeting, superservices, monoservices, optimization, digital state

For citation: Penkova I.V. Digitalization of public services: cloud solutions, transformational approach, targeting. Economic Bulletin. 2023. 2 (1). P. 24 – 26.