



**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

**Институт бизнеса и делового администрирования**

**МАТЕРИАЛЫ ПЕРВОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ МЕЖВУЗОВСКОЙ  
СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

**«Евразия: цифровая реальность»**

**18/04/2018**

**Москва, 2018**

**УДК 327**

**ББК 66.4 + 65.5**

**С**

Качество текстов соответствует материалам, присланным в редакцию/оргкомитет.

**Научные редакторы:**

Эпштейн В.А. – к.соц.н., доцент

Коршунов А.В. – к.экон.н.

**Евразия: цифровая реальность:** сборник материалов первой международной межвузовской студенческой конференции. – Москва: ИБДА РАНХиГС, 2018. – 99 с.

В 2018 году Факультет международных отношений Института бизнеса и делового администрирования РАНХиГС проводит первую международную межвузовскую студенческую конференцию «Евразия: цифровая реальность»

Основная цель конференции «Евразия: цифровая реальность» – развитие профессиональной активности научно-ориентированных студентов Академии и других ВУЗов занимающихся вопросами международных отношений, регионоведения, менеджмента и экономики; привлечение их к решению задач, стоящих перед миром и Россией, развитие научно-педагогического потенциала молодежи.

Планируется сделать конференцию ежегодной.

**ПРОГРАММА**  
Первой международной межвузовской студенческой конференции

**«Евразия: цифровая реальность»**

**18/04/2018**

Пленарная секция

<b>9:30-10:00</b>	<b>Регистрация участников в зале 325/5</b>
<b>10:00-10:15</b>	<b>Открытие конференции.</b> <b>Приветственное слово</b> проректора РАНХ и ГС, директора ИБДА Мясоедова С. П. <b>Приветственное слово</b> декана Факультета Международных отношений ИБДА РАНХ и ГС Тимониной И.Л.
<b>10:15-10:20</b>	<b>Начало работы пленарной секции. Ведущий:</b> Директор программы магистратуры ФМО ИБДА Коршунов А. В.
<b>10.20-10.30</b>	<b>Социальные вызовы новой научно-технической революции.</b> Доцент кафедры «Мировой экономики и международных отношений» ИБДА РАНХиГС Эпштейн В. А.
<b>10.30-10.40</b>	<b>Игра с цифровыми технологиями и ее последствия.</b> Старший преподаватель ИБДА Муравский Д.В.
<b>10.40-10.50</b>	<b>Интернет суверенитет КНР.</b> Умаров Тимур
<b>10.50-11.00</b>	<b>Устойчивое развитие в цифровую эпоху: темные секреты умных технологий.</b> Ромаданова Снежана
<b>11.00-11.10</b>	<b>Проблемы цифровой экономики и их отражения в госпрограммах.</b> Огарков Кирилл
<b>11.10-11.20</b>	<b>Роль информационных технологий в процессах арабской весны на территории Арабской Республики Египет в 2011 г.</b> Пичугин Павел
<b>11.20-11.30</b>	<b>Социальные сети и их влияние на политические процессы.</b> Гойчевс Ричардс
<b>11.30-11.40</b>	<b>Подходы к выявлению нарушителей информационной</b>

	<b>безопасности.</b> Реймер Владислав и Никулица Сергей.
<b>11.40-11.50</b>	<b>Цифровые технологии и КСО: кейс компании Loreal</b> Драгина Анна
<b>11.50-12.00</b>	<b>«Цифровое кочевничество» в историческом ракурсе.</b> Сапрынская Дарья
<b>12.00-12.10</b>	<b>Влияние цифровой трансформации на развитие интеграционных процессов в ЕАЭС.</b> Архипова Анастасия

**Секция: Решение экологических проблем в условиях цифровой экономики.**

**104 аудитория/ 5 корпус**

<b>12.30-12.40</b>	<b>Открытие секции.</b> <b>Модератор:</b> Старший преподаватель ИБДА Муравский Д.В.
<b>12:40-17.00</b>	<b>Выступления студентов, направивших свои тезисы:</b> Loc Doan, Otpushennikov Yaroslav, Bekzhanova Shynar, Komarova Elena, Prygunova Yuliya, Sakharova Anastasia, Lukashov Roman, Arifzhonova Kamila, Borovikova Natalia, Kamynina Tatyana, Korsunova Ekaterina, Koshkar-ool Arina, Seksembaev T., Kuchinskaya E., Pivnenko N., Kochegarova D. , Dremina Maria, Shababyan Ashot, Navasardyan Telman, Woydte Eric, Bovbalan Ksenia, Salaydin Mukhammedali.

**Секция: Новые лидеры, новая политика и Цифровые гуманитарии.**

**103 аудитория/ 5 корпус**

<b>12.30-12.40</b>	<b>Открытие секции.</b> <b>Модератор:</b> Доцент кафедры «Мировой экономики и международных отношений» ИБДА РАНХиГС Эпштейн В. А.
<b>12:40-17.00</b>	<b>Выступления студентов, направивших свои тезисы:</b> Доан Тхи Лок, Беднов Антон, Архипова Ольга, Саутиев Муса, Ростовский Данил, Филиппов Иван, Панчихин Максим, Махров Никита, Гаспарян Арман, Иванова Елена, Кармальков Александр, Казаков Кирилл, Яна Гмызина, Курдюков Роман и др.

## Материалы пленарного заседания

**Огарков Кирилл Андреевич**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
экономический факультет

Магистратура, программа экономическая политика, 1 курс

E-mail: ya-kirill-ogarkov@yandex.ru

### **Проблемы цифровой экономики и их отражение в государственных программах России**

**Аннотация.** В статье описывается текущая ситуация по цифровой экономике в мире. Приводятся теоретические возможности и угрозы цифровой экономики для любой страны и используются для анализа государственных программ в России. Результаты могут быть использованы в дальнейшей экономической политике России.

**Ключевые слова.** Цифровая экономика, телекоммуникационная революция, государственные программы, автоматизация

**Abstract.** This article describes current situation with digital economy from theoretical point of view. Opportunities and risks of digital economy are represented and used for Russian state program's analysis. Results of the study might be useful for further economic policy implementation in Russia.

**Key words.** Digital economy, telecommunication revolution, state program, automation.

Понятия «цифровая экономика», «цифровизация», «компьютеризация», «цифровое неравенство» становятся всё более популярными в современных условиях. Распространение информационно-телекоммуникационных технологий обусловлено тем, что цифровые

технологии снижают издержки для всех экономических агентов: населения, бизнеса, государства. Цифровые технологии делают жизнедеятельность индивидов более удобной. Бизнес снижает издержки на персонал, на производственные помещения, а также транзакционные издержки. Государство в условиях цифровой экономики, переходе от жёстких иерархических организационных структур к более мягким сетевым организациям, вынуждено перестраивать свои взаимоотношения с населением: теперь центр тяжести переходит на удовлетворённость граждан услугами государства, что является следствием телекоммуникационной революции, приведшей к появлению сервисной экономики. Государство, благодаря информационным технологиям и интернету, настраивает с населением доверительные отношения, подразумевающие в том числе и обратную связь, электронное участие граждан в принятии государственных решений. Однако любые нововведения имеют как положительные, так и отрицательные эффекты. Актуальность данного исследования состоит в попытке определить проблемные поля цифровизации российского общества с точки зрения государственных программ. В 1970 г. произошла телекоммуникационная революция. Были созданы технологии, определившие дальнейшее появление компьютерных технологий и интернета. Основным фактором производства в экономике стали информация и знания. Произошёл перевод значительной части общественных отношений в электронный вид, в том числе и экономической сфере жизнедеятельности общества. Цифровая экономика – «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»<sup>1</sup>.

Цифровизация экономики обладает преимуществами для населения. Снижаются транзакционные издержки граждан по поиску новой работы, так как интернет предоставляет информацию о вакансиях легко и в большом количестве. С другой стороны, работодатель получает значительное число претендентов на ту или иную вакансию, конкуренция повышается, уровень принимаемых работников растёт и производительность труда также растёт. Появляются новые рабочие места (специалисты по большим данным, машинному обучению и искусственному интеллекту). Появляется возможность дистанционного обучения. В условиях цифровой экономики индивиды должны привыкнуть адаптироваться к изменениям и получать новые знания. ИКТ и интернет способствуют этому, что в определённой мере компенсирует негативный эффект от вытеснения рутинных рабочих мест. Цифровые технологии снижают участие человека во вредных и травмоопасных производствах<sup>2</sup>. Наряду с этим, цифровизация экономики снижает отрицательное воздействие на окружающую среду [1, с. 22].

Но не всегда прогресс в науке и технике автоматически ведёт к социальному прогрессу. Как и любое нововведение, распространение информационно-телекоммуникационных технологий и интернета имеет негативные последствия, среди которых можно выделить следующие направления: 1) угроза «цифровому суверенитету» (как «праву государства определять свою информационную политику самостоятельно,

---

1 Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы: Указ Президента РФ от 9.05.2017. [Электронный ресурс] URL: (<http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919>) (Дата обращения: 19.03.2018)

2 Тэнджел Э. Новые роботы помогают людям на заводах, а не заменяют их [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/11/10/664354-novie-roboti-pomogayut-lyudyam> (Дата обращения: 19.03.2018).



распоряжаться инфраструктурой, ресурсами, обеспечивать информационную безопасность» [2, с. 77]) страны, 2) угроза информационной безопасности, 3) уменьшение рабочих мест для низко- и среднеквалифицированных работников, 4) несовершенство законодательства в условиях постоянных изменений [3, с. 15], 5) цифровое неравенство (в том числе региональное).

С появлением ИКТ и интернета долгосрочный рост производительности, скорее всего, не означает роста занятости в долгосрочной перспективе [6, с. 146]. Если операционализировать данное утверждение, то можно утверждать, что телекоммуникационная революция, в результате которой произошло появление ИКТ и интернета, привела к отдельным скачкам спроса на один вид рабочей силы, и к падению спроса на другой вид. Вследствие цифровизации экономики происходит снижение спроса на среднеквалифицированный труд, так как он заменяется автоматическими системами. Спрос на высоко- и низкоквалифицированную рабочую силу либо растёт, либо стагнирует [6, 148]. Конечно, научно-технический прогресс создаёт новые рабочие места, но их количество не сопоставимо по сравнению с исчезающими местами. [5, с. 47] Американский учёный Джереми Рифкин (род. в 1945 г.) указывает, что в США каждый год исчезает до 2 млн. рабочих мест.<sup>3</sup> По данным Глобального института McKinsey, вследствие внедрения систем автоматизации и роботизации к 2036 г. человек может потерять до 50% работы, а к 2066 – уже до 99% [1, с. 53]. Последние 25 лет сопровождаются снижением доходов населения США с низким уровнем квалификации. Экономическое неравенство в США увеличивается. По оценкам экспертов, к 2050 г. 45% работников медицины, 60% работников обороны и 80%

---

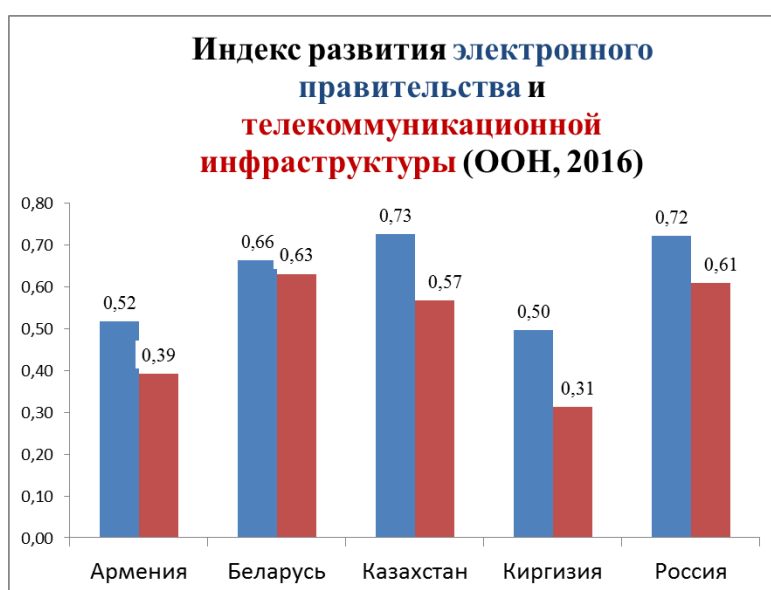
<sup>3</sup> Предупреждение об опасности (Обзор книги Джереми Рифкина «Конец труда: сокращение рабочей силы в глобальном масштабе и начало послерыночной эры») [Электронный ресурс] URL: (<http://cprfspb.ru/6165.html>) (Дата обращения: 19.03.2018).



работников автомобильной промышленности будут заменены компьютерами [4, с. 112].

В России имеется большой образовательный и кадровый потенциал для развития цифровой экономики. В этой связи развитие ИКТ в России идёт неплохими темпами. Например, валовая добавленная стоимость с 2010 по 2016 г. увеличилась на 67%.

Рисунок 1 Индекс развития электронного правительства<sup>4</sup>



Если сравнивать страны-члены ЕАЭС по Индексу развития электронного правительства (E-Government Development Index) и развитию телекоммуникационной инфраструктуры, публикуемых ООН (рис. 1), то становится видно, что лидерами по развитию электронного правительства являются Казахстан и Российская Федерация, немного отстаёт от них Беларусь. При этом роли стран по развитию телекоммуникационной инфраструктуры меняются: Беларусь здесь лидирует, затем идут Казахстан и Россия. Армения и Киргизия отстают по всем показателям. Учитывая, что Россия является главным локомотивом ЕАЭС, то от того, как власть

<sup>4</sup> Составлено автором, источник: <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Reports/UN-E-Government-Survey-2016> (Дата обращения: 03.04.2018)

справится с вызовами цифровой экономики, зависит благосостояние не только российских граждан, но и населения других стран-членов ЕАЭС.

Для успешной трансформации экономики России в цифровой формат были созданы государственные программы. В феврале 2008 г. Президент России В. Путин утвердил программу развития информационного общества<sup>5</sup>. Программа рассчитывалась на период с 2011 по 2020 гг., и её целью было задекларировано повышение качества жизни населения, способствование экономическому росту с помощью использования информационных и телекоммуникационных технологий (ИКТ)<sup>6</sup>. Если рассмотреть данную программу с точки зрения учёта возможностей и угроз, представленных в таблице 1, то становится ясным, что в данной программе уделяется различное внимание возможностям и угрозам цифровой экономики. В программе присутствует неоднократное упоминание о необходимости расширения использования возможностей дистанционных форм деятельности, например, получение услуг и приобретение новых знаний дистанционно. В программе говорится о важности использования возможностей цифровой экономики для роста производительности труда. Ставится проблема обеспечения информационной безопасности населения и государственных органов; указывается на необходимость совершенствования законодательства и снижения цифрового неравенства (с точки зрения субъектов РФ). Возможностям появления новых рабочих мест, дистанционной занятости, замены человека роботами на вредных производствах, положительного влияния на состояние окружающей среды не уделяется достаточного

---

<sup>5</sup> Вперёд в прошлое. Внедрение электронных госуслуг начнётся заново, несмотря на уже потраченные два миллиарда [Электронный ресурс] URL: (<https://lenta.ru/articles/2014/06/06/gosuslugi/>) (Дата обращения: 03.04.2018)

<sup>6</sup> Паспорт государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 годы)» // Государственные программы Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: (<http://programs.gov.ru/Portal/files/download?id=D8129696-CA74-4865-AF07-05353BB3662F>) (Дата обращения: 18.03.2018)

внимания. Наряду с этим, не придаётся значения исчезновению среднеквалифицированных рабочих мест.

9 мая 2017 г. президент РФ В. Путин утвердил Стратегию развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы. Целью данной Стратегии является «создание условий для формирования в Российской Федерации общества знаний»<sup>7</sup>. Данная стратегия определяет национальные интересы в области построения информационного общества.

Исходя из таблицы 1, в данной стратегии признаётся важным такой фронт работы, как государственная поддержка развития дистанционного обучения, дистанционной занятости, противодействие угрозам цифрового суверенитета РФ и информационной безопасности, развитие законодательства в информационной сфере (такие сферы, как антимонопольное законодательство, деятельность СМИ, противоправная деятельность). Мало внимания уделяется возможностям роста производительности труда и экономии времени граждан (например, при получении электронных госуслуг). Недостаточно внимания уделяется таким возможностям цифровой экономики, как появление новых рабочих мест, исчезновение вредных производств, снижение отрицательного воздействия на экологию. Не упоминается цифровое неравенство (в т.ч. региональное) и проблема сокращения рабочих мест средней квалификации.

Программа «Цифровая экономика в Российской Федерации» утверждена распоряжением Правительства РФ 28 июля 2017 г. и рассчитана до 2024 г. Целями данной программы являются создание экосистемы цифровой экономики, где основным фактором производства

---

<sup>7</sup> Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы: Указ Президента РФ от 9.05.2017. С. 8. [Электронный ресурс] URL: (<http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201705100002.pdf>) (Дата обращения: 19.03.2018)

являются данные в цифровой форме; создание инфраструктурных и институциональных основ цифровой экономики; повышение конкурентоспособности экономики России на мировой арене<sup>8</sup>.

Данная программа делает сильный акцент на возможностях дистанционного обучения, дистанционной занятости, противодействии угрозе цифровому суверенитету РФ, информационной безопасности, совершенствовании нормативно-правовой базы в области IT-технологий и интернета. Меньше внимания уделяется появлению новых рабочих мест и цифровому неравенству. Не уделяется внимания росту производительности труда, снижению занятости человека в опасных сферах, возможностям цифровой экономики по сохранению окружающей среды. Не получает должного внимания проблема структурной безработицы.

Телекоммуникационная революция изменила социальную и экономическую реальность. Во всех странах мира цифровизация способствовала повышению эффективности производства в сфере предпринимательства и удобства для населения. Однако кардинальные изменения на рынке труда приводят к высвобождению большого числа низко- и среднеквалифицированной рабочей силы и поляризации доходов. Для снижения негативных последствий цифровой революции необходимо государственное вмешательство, связанное с созданием программ переобучения работников устаревших профессий, развитие образования в сфере подготовке высококвалифицированных кадров.

Был проведён анализ государственной программы «Информационное общество» (2011-2020), Стратегии развития

---

<sup>8</sup> Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: Распоряжение правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. С. 2. [Электронный ресурс] URL: (<http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>) (дата обращения: 19.03.2018)

информационного общества в России (2017-2030) и государственной программы «Цифровая экономика» (2017-2024) с точки зрения упоминания тех или иных терминов, связанных с возможностями и угрозами цифровой экономики. В результате можно сделать следующие выводы. Государство делает значительные усилия по предотвращению угрозы цифровому суверенитету РФ и информационной безопасности; по совершенствованию законодательства в области цифровой экономики. Государство способствует усилению такого положительного эффекта цифровой экономики, как дистанционное обучение. Данные направления присутствуют во всех трёх программных документах. Меньшего внимания получают такие возможности цифровой экономики, как дистанционная занятость, рост производительности труда, появление новых рабочих мест. Приоритет снижения цифрового неравенства в данных документах представлен не очень широко, хотя в третьей программе есть конкретная цель по его снижению (к 2020 г. обеспечить интернетом все населённые пункты с численностью населения до 500 чел.) Не уделяется внимания возможностям снижения занятости на опасных рабочих местах, снижения негативного воздействия на окружающую среду. Не учитываются угрозы возникновения структурной безработицы вследствие замены низко- и среднеквалифицированных рабочих мест роботами. В этой связи государству необходимо увеличить усилия по извлечению выгод для российского общества от роста производительности труда и появления новых рабочих мест. Кроме того, государству следует создать нормативные документы, связанные со стратегиями развития в области уменьшения занятости на опасных производствах, в области использования цифровой экономики для улучшения экологии.

### **Библиографический список:**

1. Аптекман А., Калабин В., Клинцов В., Кузнецова Е., Кулагин В., Ясеновец И. Цифровая Россия: новая реальность // Доклад экспертной группы Digital McKinsey, июль 2017 г.
2. Бухарин В.В. Компоненты цифрового суверенитета Российской Федерации как техническая основа информационной безопасности // Вестник Университета МГИМО. 2016.
3. Введение в «Цифровую» экономику// А.В. Кешелава В.Г. Буданов, В.Ю. Румянцев и др.; под общ. ред. А.В. Кешелава. – ВНИИГеосистем, 2017.
4. Дубинина М.Г. Влияние информационных технологий на динамику занятости в России и за рубежом // Наука. Инновации. Образование. 2017. № 2 (24).
5. Митрофанова Д.О. Будущее труда или будущее без труда. // Современное общество и труд: сборник научных статей. СПб., 2014.
6. Ciriani S., Perin P. Current Perspectives on the Employment Impact of Digital Technologies // Digiworld Economic Journal, 2015, №100.

**Пичугин Павел Владимирович**

РАНХиГС, ИБДА

Факультет международных отношений

Международные отношения: политика, экономика, бизнес, 4 курс

Email: pichuginpavel96@gmail.com

**Роль информационных технологий в процессах арабской весны на территории Арабской Республики Египет в 2011 г.**

**Аннотация.** В статье рассматривается влияние социальных сетей и новых коммуникационных технологий на революционные процессы в Египте в 2011 г. Когда в ходе событий арабской весны правительство Х. Мубарака уступило власть группировке «Братья мусульмане». На основе фактов и статистических данных сделаны выводы о том, что коммуникационные технологии оказали существенное влияние на развитие событий в Арабской Республике Египет.

**Ключевые слова.** Египет, арабская весна, социальные сети, Facebook, Twitter, YouTube.

**Abstract.** The article conducts the influence of social networks and new communication technologies on revolutionary changes in Egypt in 2011. When during the events of the Arab spring H. Mubarak's government has conceded the power to Muslim Brotherhood group. On the basis of the facts and statistical data conclusions are drawn that communication technologies have had significant effect on succession of events in the Arab Republic of Egypt.

**Keywords.** Egypt, Arab spring, social networks, Facebook, Twitter, YouTube.



На фоне общих проблем стран Ближнего Востока и Северной Африки Египет – крупнейшая арабская страна с населением более 83 млн. человек<sup>9</sup> и доминированием молодёжи (средний возраст населения составляет менее 30 лет).

Нестабильная экономическая обстановка, инфляция и прочие социально-экономические проблемы вкупе с коррупцией и несменяемой политической властью не могли не подстегнуть население к требованиям перемен. Образованная молодёжь в условиях отсутствия возможности трудоустройства после окончания вузов, стала основной силой социального протеста.

Безработные египтяне выражали своё недовольство в социальных сетях, в основном Facebook, так как открытое недовольство властью жестоко пресекалось.

За 1 квартал 2011 г. наметился рост пользователей Twitter (несмотря на временную блокировку социальной сети со стороны правительства), из всех арабских стран, именно в Египте наблюдался самый высокий рост числа пользователей Facebook, в сравнении со всеми арабскими странами. Резко возрос интерес к антиправительственным роликам на YouTube, которых было просмотрено 8,7 млн.<sup>10</sup>

Таким образом, социальные сети и новые информационные технологии позволили не только объединить и количественно усилить протестное движение, но и создать своеобразный координационный центр. Правительство предприняло шаги по блокировке социальных сетей, дабы

---

9 Население Египта // [Электронный ресурс]. URL: <http://countrymeters.info/ru/Egypt> (Дата обращения 09.04.2018)

10 Chebib, Nadine Kassem and Rabia Minatullah Sohail The Reasons Social Media Contributed To The 2011 Egyptian Revolution. [Электронный ресурс]. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.740.2625&rep=rep1&type=pdf> (Дата обращения 09.04.2018)

лишить протестное движение координации, и с 28 января по 1 февраля все указанные сайты были недоступны.<sup>11</sup>

Более того, правительство Мубарака заблокировало сотовую связь, так как использование телефонов среди египтян высоко, и этот вид коммуникации мог заменить социальные сети.<sup>12</sup>

Однако все эти акции египетского правительства не смогло разобщить протестное движение, так как оно продолжило осуществлять коммуникацию через канадские телефоны марки BlackBerry, так популярные в Египте, которые позволяли коммуницировать между собой владельцам этих аппаратов. Что и привело к неофициальному названию событий в Египте - «революция «BlackBerry».<sup>13</sup>

Таким образом, события в АРЕ демонстрируют, что даже в условиях жесткого контроля власти за коммуникационными связями и блокирования сети Интернет современные технологии позволяют осуществлять и координацию действий противников режима.

Социальные сети, естественно, не стали причиной революции, но они явились мощным катализатором произошедших событий.

---

11 Egypt blocks social media websites in attempted clampdown on unrest. [Электронный ресурс] // The Guardian. 2011. 26 января. URL: <https://www.theguardian.com/world/2011/jan/26/egypt-blocks-social-media-websites> (Дата обращения 09.04.2018)

12 Egypt Cuts Off Most Internet and Cell Service [Электронный ресурс] // The New York Times. 2011. 29 января. URL: <https://www.nytimes.com/2011/01/29/technology/internet/29cutoff.html> (Дата обращения 09.04.2018)

13 Walid El Hamamsy BB = BlackBerry or Big Brother: Digital media and the Egyptian revolution Journal of Postcolonial Writing- Issue 4: Egyptian Literary Culture and Egyptian Modernity, Volume 47, 2011.

**Сапрынская Дарья Викторовна**

ИСАА МГУ имени М.В. Ломоносова: востоковедение и африканистика Центральная Азия и Кавказ, 1 курс магистратуры,  
[saprinskayadv@gmail.com](mailto:saprinskayadv@gmail.com),

Saprynskaia Daria Victorovna

MSU IAAS: Oriental Studies, Central Asia and Caucasus Studies, 1-year MA-student, [saprinskayadv@gmail.com](mailto:saprinskayadv@gmail.com),

**«Цифровое кочевничество» в историческом ракурсе**

"Digital nomadism" in the historical perspective

Аннотация: В данной работе рассматривается феномен "цифрового номадизма". Проанализированы основные аспекты развития данного явления, его соотношение с традиционным кочевым производством и адаптацией к цифровой реальности.

Ключевые слова: цифровое кочевничество, номады, кочевой способ воспроизводства, глобальная сеть, Интернет.

Abstract: The phenomenon of "digital nomadism" is considered in this paper. Among the aspects that are analyzed : the development of this phenomenon, its correlation with the traditional nomadic production and adaptation to the digital reality.

Key words: digital nomadism, nomads, nomadic way of reproduction, global network, the Internet.

Миграционные потоки традиционно выступают в качестве одной из исторических сил в Евразии. Кочевое население региона исторически

выступает как один из двигателей миграции, вступая в противостояние с оседлой культурой. Кочевничество как способ человеческого существования рассматривается как перемещение людей в пространстве. Социально-экономическое развитие кочевых обществ в Евразии иллюстрирует тот факт, что миграционные движения кочевников связаны с четко определенными маршрутами и направлениями, где кочевники проводят определенные периоды времени с конечной целью осуществления экономической деятельности и обеспечения их средств к существованию. Ослабление и фактически исчезновение кочевого типа хозяйствования коррелируется с процессом седентаризации, городским строительством и развитием производства. Так, утратив свое исконное значение кочевничество на современном этапе возникло в качестве термина «цифровой кочевник». Находящийся в постоянном движении, цифровой кочевник - «гражданин мира», «человек без корней» - является одной из активных составляющих глобальной сети, сочетая при этом традиционные характеристики кочевого воспроизводства: высокую мобильность, экстенсивное производство и др.

Цифровое кочевничество происходит от эпохи «fluid modernity» [1, с. 224], где отсутствует частично или полностью понятие личный, национальный, прочная связь с определенной территорией и людьми, их культурой. Цифровые кочевники активно участвуют в процессах освоения новых форм управления, установления контроля над материальными, а не материальными ресурсами (2, с. 257). Более того, интеграция цифровых кочевников в Евразийский регион иллюстрирует не только их мобильность, но и изменения в современном мире. Таким образом, новая форма кочевничества неразрывно связана с историческим обоснованием кочевого воспроизводства, а также с процессом интеграции цифровых кочевников в Евразийский регион.

Библиографический список:

1. Bauman Z. Liquid Modernity. Cambridge, UK: Polity, 2000.
2. Boden D., Molotch H. The compulsion to proximity // Nowhere. Space, time and modernity / R. Friedland, D. Boden (eds). Berkeley: University of California Press, 1994

**А.О. Архипова**

РАНХиГС, ИБДА

Факультет международных отношений

Магистрант программы «Международные отношения и интеграционные процессы в Евразии»

**Влияние цифровой трансформации на развитие интеграционных процессов в ЕАЭС**

**Anastasiya O. Arkhipova**

**The impact of digital transformation on the development of integration processes in the EAEU**

Аннотации: Цифровая трансформация определяется, как главный драйвер технологических преобразований экономики стран. Проанализировано воздействие цифровых технологий на цифровую интеграцию и развитие цифрового пространства государств ЕАЭС, с учетом особенностей интегрирующихся экономик стран. Определены преимущества и риски формирования единого цифрового пространства ЕАЭС, и рассмотрен прогноз дальнейшего развития.

Ключевые слова: Евразийская интеграция, ЕАЭС, цифровая трансформация, цифровые технологии, единое пространство.

Abstract: Digital transformation is defined as the main driver of the technological transformation of the economies of countries. The impact of digital technologies on digital integration and the development of the digital space of the EAEU states is analyzed, taking into account the features of the integrating economies of the countries. The advantages and risks of the

formation of the unified digital space of the EAEU have been determined, and the forecast of further development has been considered.

Key words: Eurasian integration, Eurasian Economic Union, digital transformation, digital technology, unified space.

Сегодня одной из стратегических задач Российской Федерации является развитие современных технологий и инноваций, в том числе и в контексте экономической интеграции, что также прослеживается и в интеграционной политике в рамках ЕАЭС (Договор о ЕАЭС от 29 мая 2014 г.).

В конце 2016 г., после подписания глав стран-участниц соответствующего заявления, стартовало формирование цифрового пространства ЕАЭС. Вслед за тем ЕЭК начала разработку комплекса мер, реализация которых стала содействовать не только созданию единого цифрового пространства ЕАЭС, но также включению стран-участниц в глобальные процессы цифровой трансформации.

Уже к началу 2017 г. ЕЭК совместно с экспертами Всемирного банка провели работу по изучению опыта и выработке рекомендаций для получения экономического эффекта от развития цифрового пространства и реализации Цифровой повестки ЕАЭС до 2025 г. По оценкам экспертов:

- осуществлении цифровизации на страновом уровне воздействие на совокупный ВВП стран ЕАЭС за счет увеличения международного трафика оценивается в 0,55%. При реализации региональной Цифровой повестки ЕАЭС - 0,66%, где разница между двумя сценариями составляет 0,11% от текущего уровня ВВП;

- разница во влиянии фиксированного широкополосного доступа на рост ВВП ЕАЭС на период 2018-2025 гг. между двумя сценариями оценивается в 0,9% от текущего уровня ВВП;



- разница в распространении e-commerce и торговли оценивается в 0,44% в пользу регионального сценария, а в случае мобильной связи разница между двумя сценариями достигает 0,25% от текущего ВВП;

- уровень экономии за счет устранения правовых барьеров может потенциально достичь 2,6% ВВП;

- ускорение проникновения мобильной связи ближе к уровням насыщения. Воздействие этих процессов на ВВП ЕАЭС может обеспечить прирост до 0,76% до 2025 г.;

- при достижении 20% уровня цифровизации к 2025 г. в обрабатывающей промышленности дополнительный рост оценивается в 0,98% ВВП, в розничной торговле – 0,92%, а в сфере услуг – 2,2% ВВП ЕАЭС и др.

В настоящее время уже реализуются национальный механизм единого окна в системе регулирования внешнеэкономической деятельности, интегрированная информационная система внешней и взаимной торговли стран ЕАЭС, сопряжение информационных систем таможенных органов стран-членов ЕАЭС для прослеживаемости товаров. В перспективе - реестр отечественного программного обеспечения, электронные аукционы ЕАЭС, единое тарифное пространство на услуги связи, унификация законодательства о персональных данных.

На последнем заседании Евразийского межправительственного совета, в феврале 2018 г., обсуждалось развитие цифровых платформ в АПК, создание в ЕАЭС электронной биржи труда и системы взаимосвязанных электронных торговых площадок для государственных муниципальных закупок, внедрение безбумажных технологий в транспортно-логистической отрасли и др.

Участниками дискуссий было отмечено, что формирование общего цифрового пространства в рамках ЕАЭС и реализация совместных

проектов, успех которых зависит от усилий всех заинтересованных сторон и их готовности к сотрудничеству, невозможны без принятия единых стандартов обмена данными, согласованных принципов и правил идентификации субъектов в цифровом формате, создания взаимосвязанной инфраструктуры, поддержки совместных проектов и т.д. До конца 2018 г. было предложено проработать Цифровой кодекс ЕАЭС, Декларацию по цифровой экономике ЕАЭС.

Россией также было предложено продолжать курс на сближение валютно-финансовой и денежно-кредитной политики, активнее развивать сотрудничество в области атомной энергетики, возобновляемых энергоисточников, медицины, космоса, туризма, спорта, предлагалось больше внимания уделять социально-гуманитарной сфере, включая сотрудничество между вузами и научными учреждениями.

Преимущества создания единого цифрового пространства стран ЕАЭС: объединение ресурсов, данных, компетенций и точек зрения; ускорение процесса цифровизации; стандартизация; управление цифровыми рисками и экономическая безопасность; интеграция через совместные проекты; усиление внутренних рынков; улучшение межгосударственного взаимодействия; сохранение социально-культурной и исторической целостности; международная цифровая конкуренция и партнерство и др.

Риски, проблемы и трудности: цифровое неравенство стран-участниц; угроза «цифровому суверенитету» страны и пересмотр роли государства в трансграничном мире цифровой экономики; снижение уровня безопасности данных; уменьшение числа рабочих мест низкой и средней квалификации; повышение уровня сложности бизнес моделей и схем взаимодействия; резкое усиление конкуренции во всех сферах экономики; необходимость пересмотра административного и налогового

кодексов; санкции Запада против России; проблема формирования общего финансового рынка ЕАЭС; серьезные различия в законодательстве и подходах к формированию единого цифрового пространства могут стать большой проблемой при реализации задуманного и т.д.

Таким образом, сегодня цифровая экономика создает новые возможности для отраслей, и уровень развития цифровых технологий играет ключевую роль в конкурентоспособности стран и экономических союзов. В цифровой сфере ЕАЭС сегодня ведутся весьма активные преобразования и взят достаточно интенсивный темп, который дает все основания говорить, что цифровая трансформация экономики ЕАЭС в целом и экономик стран-участниц будет проходить с применением передовых технологий. Где успех будущих проектов по цифровой трансформации экономик стран ЕАЭС зависит только от усилий всех участников союза, что также поможет совместно преодолеть сдерживающие факторы.

*Материал выверен, цифры, факты, цитаты сверены с первоисточником, материал не содержит сведений ограниченного распространения.*

## **Секция: Решение экологических проблем в условиях цифровой экономики.**

**Ромаданова Снежана Александровна,**  
*Аспирант кафедры маркетинга ВШМ СПбГУ*

### **Устойчивое развитие в цифровую эпоху: темные секреты умных технологий**

Рынок «умных технологий» размеренно, но стабильно растет. Согласно данным статистических агентств Соединенных Штатов Америки, к 2022 году доля рынка «умных технологий», используемых людьми в повседневной жизни, вырастет в полтора раза. Стоит отметить, что среди растущих сегментов особенно выделяются технологии, связанные с обеспечением личной безопасности и удаленным контролем. Количество персональных девайсов, выросшее за последние три года в несколько раз, дальнейшего скачка в росте не демонстрирует. Однако, среди всего списка технологий, по-прежнему, минимальное внимание уделяется технологиям энергосбережения и рационального использования ресурсов.

Для выявления возможных причин, вызывающих сложностью принятия энергоэффективных и других «зеленых» технологий, среди современной молодежи, мы провели небольшое исследование. Объектом исследования стали студенты одной из ведущих бизнес-школ г. Москвы. Им было предложено ответить на ряд вопросов, которые оценивали их общую осведомленность о экологических проблемах, а также их связи с «умными технологиями». Интерпретация результатов показала, что осведомленность о глобальных экологических проблемах, среди студентов

высокая. Более того, в целом, они смогли перечислить все основные существующие сложности, что является большим прогрессом, в сравнении с общей компетентностью студентов непрофильных специальностей пятилетней давности.

Тем не менее, при попытке оценить собственное негативное влияние на окружающую среду, лишь 11% респондентов указали энергопотребление как важный фактор. Наибольшее число оцениваемого негативного влияния пришлось на долю использования транспорта (21%), генерация бытовых отходов (19%), неправильная утилизация отходов (15%) и избыточное потребление, не связанное с энергоресурсами (15%).

Среди отметивших энергопотребление как фактор, большинство отмечали использование освещения, кондиционирования воздуха, как источники расхода энергии. Менее 1% опрошенных отметили персональную технику, как источник.

Надо признать, полученные ответы не были неожиданностью. Популяризация «умных технологий», повышающих уровень жизни, к сожалению, не предусматривает информирования о необходимости их ответственного использования.

Цифровая революция уже привела к общему повышению уровня диоксида углерода в атмосфере на 2%, а 8% всего энергопотребления США направлено на обеспечение интернет-соединения. Введено такое понятие, как цифровой углеродный след, означающее, что потребление энергии и образование отходов от электронных устройств стало настолько значимым, что его уже нельзя считать частью общего потребления.

Что означают все эти данные для нас? Жизнь в цифровую эпоху для нашего поколения уже не выбор – это данность. С ростом наших возможностей должен расти и уровень осведомленности о том, как именно каждый из нас воздействует на окружающую среду. Предыдущие

глобальные экологические проблемы (загрязнение воздуха и воды, рост количества отходов и т.д.) было принято решать с помощью технологий. Новая эра экологических вызовов говорит нам, что технологии принесли свои проблемы, которые нужно решать нам. Ключом к постепенному решению возникшей проблемы, является ответственный подход к использованию «умных технологий» и образование, которое позволит повышать уровень осведомленности и формировать привычки рационального потребления цифровых благ.

## **Игры в цифровые технологии и их последствия**

*Муравский Даниил Владимирович, к.э.н.*

*Старший преподаватель кафедры менеджмента ИБДА РАНХиГС*

*Ассистент кафедры маркетинга ВШМ СПбГУ*

Игрофикация – это использование игровых механик, взятых из компьютерных, консольных, спортивных, интеллектуальных и настольных игр в неигровых контекстах, таких как реклама и образование. Желание испытать удачу – азарт, это лишь одна из мотиваций, которая используется в геймификации. Социальная составляющая игры – не менее важна. Существует предубеждение, что компьютерные игры – это удел одиночек. Но если задуматься, то мы можем увидеть, что большинство игр на самом деле являются командными или предполагают соревнование с кем-то еще. Победы над другими игроками и получаемое в результате признание игрового сообщества подогревают в нас чувство превосходства. Командная работа делает акцент на социальной значимости игроков. Открытия в ходе игры стимулируют и подпитывают наше любопытство, а также стремление к обучению и новому опыту. Сюрпризы вызывают неожиданную позитивную эмоцию и азарт.

В настоящий момент существует достаточно большой пласт научной литературы, посвященной применению игр в обучении в школах и вузах. Тренд к игрофикации процессов и методов обучения активно развивается и на практике, хоть часто никто его таким образом не называет. К примеру, повсеместно внедрённая в международных вузах рейтинговая система оценивания, которая подвязывает успеваемость индивида к успеваемости его однокурсников, заставляет студентов соревноваться за возможность получения высоких оценок, мотивируя их через своеобразную соревновательную игру. Не смотря на то, что до сих пор существует



определенная предвзятость в отношении восприятия игр как серьезного инструмента управления людьми и процессами, активное развитие онлайн-технологий и в частности – онлайн обучения вынуждает управленцев менять свои предубеждения. Потребители, будь то студент или школьник, не готовы внимательно проходить онлайн-курсы, которые не вовлекают их в процесс обучения игровыми методами. С переходом на смешанный формат обучения высока вероятность того, что применение игровых методов обучения начнет продвигаться более активно в традиционных форматах проведения занятий в силу изменяющихся ожиданий и привычек студентов.

## **Legacy Systems Problem in Russia at the Epoch of Digital Transformation**

*Otpushchennikov Yaroslav*

*Студент 2-го курса Факультета Международных отношений ИБДА  
РАНХиГС*

The new technologies, which emerge due to digital transformation (e.g. big data, blockchain and AI), would suit the needs of ecology protecting organizations<sup>1</sup>, including Russian ones. Besides completely new solutions, such as rewarding recycling with Recycle Coin cryptocurrency<sup>2</sup>, the companies harnessing digital transformation are in general superior in effectiveness<sup>6</sup>. On the contrary, firms having problems with legacy systems suffer losses and hardly adapt to digital transformation<sup>3,4</sup>. Legacy systems are systems that are outdated and thus have lesser performance efficiency and are costly to maintain<sup>8</sup>. Given that the demand for implementing new digital technologies is rising, and that such tech has tremendous advantages, the importance of taking measures with legacy systems increases<sup>7</sup>. To address the problem, organizations can wrap their existing system, migrate to another or redevelop a current system according to their own needs. The aforementioned methods are listed from least to most risky, costly and effective<sup>8</sup>. The methods are to be dwelled on and explained in the conference. Rather popular in Russia<sup>11</sup> ERP seems to be the best option<sup>9</sup>, because of the all-in-one approach and simplified migration. However, organizations only using ERP can lack the needed capacity; therefore companies should start using both ERP and digital transformation at the same time<sup>5,12</sup>. In combination it can help to boost the effectiveness of ecology protecting organizations.

## References

1. Digital Transformation in Non-profit Organisations. An Interview with Gregor Nilsson [Электронный ресурс] Global Leaders Summit Series. The premier networking series for business leaders. URL: <http://www.global-leaders-summits.com/blog/article/digital-transformation-non-profit-organisations-interview-gregor-nilsson/> (дата обращения: 12.04.2018).
2. J. Verberne. Can blockchain serve business, people and planet? [Электронный ресурс] Medium. A place to read, write, and interact with the stories that matter most to you. URL: <https://medium.com/@WWF/can-blockchain-serve-business-people-and-planet-5683120ab248> (дата обращения: 12.04.2018).
3. S. Visser. The complex impact of fintech and legacy systems on banking. [Электронный ресурс] // [IBM Banking Industry Blog](https://www.ibm.com/blogs/insights-on-business/banking/complex-impact-fintech-legacy-systems-banking/). URL: <https://www.ibm.com/blogs/insights-on-business/banking/complex-impact-fintech-legacy-systems-banking/> (дата обращения: 12.04.2018).
4. K. Flinders. Legacy systems holding back 90% of businesses. [Электронный ресурс] // Computer Weekly is a digital magazine and website for IT professionals in the United Kingdom. URL: <https://www.computerweekly.com/news/4500248467/Legacy-systems-holding-back-90-per-cent-of-businesses> (дата обращения: 12.04.2018).
5. S. Murray. IDC Reveals Worldwide Digital Transformation Predictions. [Электронный ресурс] // IDC Media Center. URL: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS43188017> (дата обращения: 12.04.2018).
6. G. Westerman. Digitally Mature Firms are 26% More Profitable Than Their Peers. [Электронный ресурс] // MIT Initiative on the Digital Economy.

2013. 8 августа. URL: <http://ide.mit.edu/news-blog/blog/digitally-mature-firms-are-26-more-profitable-their-peers/> (дата обращения: 12.04.2018).

7. R. Barba. Legacy Systems Threaten Banks More than Startups: RBC Head McKay. [Электронный ресурс] // American Banker is the essential resource for senior executives in banking and financial services, keeping its users updated on vital developments and focusing sharply on their most important concerns — innovation, transformation, and disruption; technology, regulation, and reform. 2015. 1 ноября. URL: <https://www.americanbanker.com/news/legacy-systems-threaten-banks-more-than-startups-rbc-head-mckay> (дата обращения: 12.04.2018).

8. J. Bisbal, D. Lawless, B. Wu, J. Grimson. Legacy Information Systems: Issues and Directions. [Электронный ресурс] // Trinity College Dublin. URL: [http://www.dtic.upf.edu/~jbisbal/publications/IEEESoftware16\\_5.pdf](http://www.dtic.upf.edu/~jbisbal/publications/IEEESoftware16_5.pdf) (дата обращения: 12.04.2018).

9. Саломеева А. Что такое ERP-система. Плюсы и минусы внедрения. [Электронный ресурс] // Финансовый директор. Практический журнал по управлению финансами компании. URL: <https://fd.ru/articles/1231-что-такое-erp-sistema> (дата обращения: 12.04.2018).

10. D. Lee. The Legacy Code Lifecycle. [Электронный ресурс] // danlimerick.wordpress.com. 2012. 25 апреля. URL: <https://danlimerick.wordpress.com/2012/04/25/the-legacy-code-lifecycle/> (дата обращения: 13.04.2018).

11. E. Kimberling. Digital Transformation vs. ERP Implementation: Which is Right For You? [Электронный ресурс] Panorama Consulting Solutions. URL: <https://www.panorama-consulting.com/digital-transformation-vs-erp-implementation-which-is-right-for-you/> (дата обращения: 13.04.2018).

## **The analysis of Russian and German markets of smart home lighting devices**

*Bekzhanova Shynar, Komarova Elena, Prygunova Yuliya, Sakharova Anastasia, Lukashov Roman*

*Студенты 3-го курса Факультета Международных отношений  
ИБДА РАНХиГС*

The initial aim of the analysis of the Russian market of smart home lighting devices was to evaluate the position of our smart energy-saving lampholders (bulbholders) in order to identify the competitiveness of the products. Whilst the purpose of the market analysis of the German market of smart energy-saving lampholders (bulbholders) was to evaluate whether it was reasonable for our company to enter the German market or not.

Firstly, we identified the market potential for both Russian and German markets.

As for Russia, the total population of Russia is 146,8 M and the percentage of both families living in the cities with average family income or higher and also one person-owned households (with owners over the age of 18 and with average income or higher) makes up about 18% (approximately 26 million people who are city residents and household-owners). So, the market potential was 6 125 162 472 rubles, where about 64% of the market was comprised of sales of replaceable smart energy-saving bulbs.

Regarding Germany, the total population of Germany is 82,67 M (World Bank Statistics) and the percentage of both families living in the cities with average family income or higher and also one person-owned households (with owners over the age of 18 and with average income or higher) makes up about 44,7% (approximately 36,9 million people who are city residents and household-

owners. So, the market potential was 18 842 559 750 €, where about 55% of the market was comprised of sales of replaceable smart energy-saving bulbs.

Secondly, we calculated the market volume (based on growth rate) in both countries. The market volume for 2018 in Russia was estimated to be around 26 220 931 849 rubles. While the market volume for 2018 in Germany was about 710 480 000€.

The next step was to identify the available market. The product penetration for the product is currently 18% for Russia, as about 82% of the population gives preference to ordinary light bulbs. People who abandon the benefits of civilization (including electricity) for various reasons, who would never use our product make up about 4% of the Russian population. So, in total the available market is 105 842 807 516 rubles.

As for the Germany, the product penetration for the product is 44,7% (nearly 45%), as about 55,3% of people living in Germany give preference to ordinary light bulbs and alternative sources of energy. People who support the environmental movement and believe that all plastic products can potentially be harmful to the environment as their recycling process is quite complex, who would never use our product make up about 2,5% of the German population. So, in total the available market is 8 267 173 090 €. Taking into consideration everything mentioned above, we believe that the German market is larger than the Russian one, thus we have much more potential buyers of our product in Germany.

Moving on to the trend analysis, we should mention the market development index, which is around 17,3% for the Russian market and 8,6% for the German. In both cases the MDI is less than 33%, which means that there is a significant potential for growth. Therefore, our company is at the start-up stage of industry lifecycle in Russia and it will retain the same position in Germany as well, which means that the growth is extremely fast, but it is difficult to



anticipate whether our company will succeed in the market of smart home lighting devices or fail completely.

The PESTEL analysis proved that our company should try to exploit the positive changes and opportunities in technological and environmental spheres of our business activity in Russia, and at the same time we should defend against threats which come from economic and legal aspects of our business better than competitors would do. Similarly, our company should try to exploit the positive changes and opportunities in technological, social and environmental spheres of our business activity in Germany, and at the same time in this country we should defend against threats which come from economic and legal aspects of our business.

When it comes to the customer perspective analysis, our target audience in both Russia and Germany is represented by the families, living in the cities, with average family income or higher and also one person-owned households (with owners over the age of 18 and with average income or higher). Nonetheless, the market segmentation results in defined countries are quite different. Among the three main segments of the Russian market are “The successful bachelor” (people over 18, with average income or higher, who haven't found their life partner yet, therefore they live alone), “Modern grandmother” (working pensioners with average income or higher. This group is represented by both married and unmarried pensioners of middle and upper social classes) and “Happy housewife” (married women with average family income or higher, who have children).

The German market can be divided into the following three segments: “The bachelor” (people over 18, with average income or higher, who haven't found their life partner yet, therefore they live alone), “In her prime” (people over 60 with average income or higher. This group is represented by both married and unmarried people of middle and upper social classes) and “The



head of family” (married men/women with average family income or higher, who have children).

The results of the Porter’s 5 forces analysis and SWOT analysis show that the market of smart bulbholders is quite small both in Russia and Germany (although the entry barriers are low), so we don’t have many competitors. This can be explained by the fact that the technology is relatively new and innovative. Nevertheless, our product differs from competitors’ products due to its multifunctionality and the possibility of its recycling. Therefore, we are going to increase R&D expenditures.

To sum up, taking everything into consideration, we can distinguish the most attractive segment out of the three main ones. “Happy housewives” is our key segment of the Russian market, which brings us a lot more profit than all others, so we are trying to keep up with and meet their demands and expectations. “The head of family” segment is of the same importance for us, but in the German market.

Finally, we suppose that despite the attractiveness of the German market, as a start-up company with Russia-based manufacturing operations, “SELL” should focus on the domestic market in order to increase our market share (for instance, through innovation and strengthening customer relationships).

## **References**

1. Statistics on the population and its income (Federal State Statistics Service/Rosstat).
2. National report “The analysis of state and prospects of the market of lighting products in Russia over the period between 2011-2015” (The Ministry of Energy of the Russian Federation).

3. Forecast of the growth rate for the market of energy-saving lighting devices for the period from 2016 to 2020 (made by the OSRAM company, one of the world's leading lighting manufacturers).
4. Statistics on the German population and its income (Federal Statistical Office of Germany and World Bank Statistics).
5. The official website of the German Federal Ministry for Economic Affairs and Energy.

## **Analysis of the French market of thermostats**

*Golosheikina Irina, Khadzhibaronov Sergey Leonova Polina, Postolaki Denis, Tarasova Daria, Vilchinskii Anton*

*Студенты 3-го курса Факультета Международных отношений  
ИБДА РАНХиГС*

Having completed the whole market analysis of the French market of smart thermostats we would like to draw a conclusion by outlining the most striking insights Russia can use to promote the technology better in our country.

First of all, according to our estimation both markets have a significant potential for growth which should be used. Secondly, trends carry different importance for both markets. French producers focus more on technological and environmental factors, while the Russian emphasize political, social and economic as the boosters. Probably, it is because of the relevantly small and immature Russian market. So, we suppose, that focusing more on technological and social factors will help our country to find the right path in the developing and promotion of the technology. Furthermore, one of the most important issues is that in France consumers cannot be diversified by the region where they live, so there will be no need to adjust promotion and pricing, while in Russia it is crucial due to the different levels of income. In our country it is the key criteria for segmentation. So our companies should have different pricing strategies for different regions in order not to lose customers in the regions with smaller income. Nevertheless, there is a criteria for people who live in their own flats or houses. Probably, they are wealthy enough and the methods of promotion and pricing strategy may be taken from the French counterparts. In addition, the competition analysis led us to the understanding that there cannot be a one or several strategies that our companies can borrow from France, because there are both common trends and differences. However, we suggest that the Russian

market should somehow adjust to the possible entrance of cheap Chinese products. This threat is equal for the two countries. And Russia in the near future must set proper legal rules in the industry, as in France we see that the tax concern is already present. Moreover, proper legislation and obligatory licenses may solve the problem of the threat of new low-priced players.

To sum up, we would like to mention that there is a number of factors that can be taken from France as an example, but due to relative immaturity of the market in both countries there is still a set of common unsolved problem the solutions for which are expected to be seen in the near future. And having fully analyzed and compared the markets of Russia and France we suppose that for us as investors the Russian market possess more appropriate conditions for the investments according to the findings.

## **References**

1. Institut national de la statistique et des études économiques (Insee)
2. Statistics by the World Bank and International Monetary Fund
3. Annual reports of Vernet, Danfoss, Zerfas, Eisfink and Noirot companies
4. Forbes.com
5. Economist.com
6. Reports of a European research agency Neo analytics

## **Smart kitchens: UK and Russia**

*Novokshonov Yaroslav, Popkov Artem, Buchelnikova Luisa, Evoyan Elen,  
Yakovlevskaya Anastasia, Aristarch Tsimbalov*

*Студенты 3-го курса Факультета Международных отношений  
ИБДА РАНХиГС*

UK and Russia, two absolutely different countries, but, actually they have one common thing, the desire to make their countries progressive and modern. Smart kitchens are becoming more popular nowadays. For some people they already have become an integral part of life. So, why this happened? The answer to this question is very simple. Time. Time, is most important and valuable asset, because how sad it wouldn't be, our life is short. And that is why, it is so important to spend it on things, that you like, or on someone who do you care about. This device can make your life easier. You can control the whole cooking process from your smartphone.

First of all, in comparison with Russian market, UK's much bigger and they have more potential investors. Besides, their market is highly competitive in nature. Major players operating in the market include Whirlpool Corporation, AB Electrolux, Samsung Electronics Co., LG Electronics, Inc. and others. These players compete on the basis of new product development incorporating more advanced features. Thus, companies having larger and sophisticated product line gain a competitive advantage over other players in the market. Further, the market comprises large number of regional players competing to develop innovative products. While in Russia, first of all we don't have as much competitors because our market is on its early stage of development and probably only in the nearest future will become mature. So, there is enough potential for growth. According to our findings the market of smart kitchens is moving from 'consolidation' stage to 'mature'.

But in the mature stage there will be more competitors so there will be a need to the change of strategy. New companies may start producing smart kitchens and the market will turn to small growth and become quite stable.

It is difficult to predict in how many years the industry will pass the ‘maturity’ stage but it will not happen in the nearest years.

Market potential estimation: Total population of the UK, which is 66 mln; Share of population, who have a need for the product — 15% (they are people who live in expensive households with a high level of an annual income). By analyzing the assortment of smart kitchen types offered by the company we suppose that the share of smart kitchens is about 9% of total sales. While in Russia : Total population is 146 mln; Share of population, who have a need for the product — 10% (they are people who live in expensive households with a high level of an annual income).

Consumers are totally different. These happened because of many factors. People in UK have higher salary than Russian, so for them (UK people) it is easier to buy smart kitchen. So, for the UK market it will be: Deep pockets (rich people), Undaunted Striver (with their high incomes, preference for quality and willingness to pay a green premium, Undaunted Strivers are a key audience for higher-end green brands.), Conservative Homebody (they care about improving the environment around them.). Actually, we also have deep pockets in Russian market, here is one similarity, but other two segments are another: women (who are busy with their career or just try to save their time for their family.) and gadget-obsessed (they are indeed beneficial to target as they are spenders. Besides, they are really interested in gadgets and they know everything about the latest technologies.)

According to the Porter analysis UK and Russia have some similarities and differences. Similarities: because of high level of investment, it is more difficult for new players to enter the industry; people can switch to

regular kitchens because of the high cost of smart kitchens, because standard kitchen market-tested, reliable;

Differences: UK market has a wide variety of products, and they have market leaders (in Russia we don't have a lot of companies in this sphere); in Russia it will be more difficult to at the initial stage because of high costs and the complexity of entering the industry (in UK still difficult, but there are more possibilities); for Russian market it is difficult to reach the target audience.

But why British smart kitchens market more successful than Russian? Probably, because of their advertising campaign. First of all, they understood that people love diversity, and it much more interesting to have a lot of different designs, because some people love creative and bright kitchens while others prefer something calm. So, we can choose the design that will fit in with our interior, and after will come people who is responsible for the installation and you will get kitchen that you dreamed about.

Technology in the kitchen was advertised as a savior for a new generation of mothers who were expected to run a household and work. Companies marketed motorized cabinetry, electronic flour dispensers, and a button for every job. The same era brought us all sorts of good ideas still around today: kitchen islands, dishwashing machines, garbage disposals, and even sinks that put both the hot and cold controls on a single handle. These products promised to make British lives easier, to save them precious minutes while cooking breakfast, lunch, and dinner, and to increase the time they might spend with their families.

In conclusion we want to say, that Russian market of smart kitchens has a potential. Of course, UK market is more progressive and well-established. Moreover, the most popular smart kitchens brands are made in United Kingdom. Plus, British market is more prepared for such device, because



of people, they have absolutely another mentality, and it is much easier for them to accept and use, such technologies.

Despite the fact, that this market appeared not so long ago in Russia, still, we can see good results. But, of course, everything will be not so easy, because some people can think- “Why I need this?”. You see, in order to use smart kitchen, you need to have knowledge about modern technologies and for some people it can be, some kind of torture. And another problem- is price. Smart kitchen is quite expensive.

However, the analysis shows, that we can find our niche in Russian market. But we will need to wait. Nothing comes so easy. First there, probably, will be falls, but after some time, we will show ourselves. This will happen, because people want to be in trend and want to make their life easier, smart kitchen can help save your time on really important things.

## **References**

1. [Industrytoday.co.uk/](http://Industrytoday.co.uk/)
2. Forbes.com
3. [Fastcodesign.com/](http://Fastcodesign.com/)

## **Analysis of Smart lighting systems markets: Russia and Sweden**

*Eric Woydte, Ksenia Bovbalan, Mukhammedali Salaydin*

*Студенты 3-го курса Факультета Международных отношений  
ИБДА РАНХиГС*

Smart lighting systems have become more popular and affordable in russian market. We analysed different criterias of assessment on the market size, the trend analysis, the customer perspectives and the competition analysis. In the following we would like to outline the key points of our analysis and anticipations for the development. Furthermore, we would like to distinguish the individual features of the russian market and compare them with the swedish market. After this analysis we want to outline, which aspects of the swedish market are adaptable to the russian market.

As for calculating the market size we need to determine the market potential which is based on consumption norms. We discussed tal market is 147 Mio. people. AM = 1,53 Bio. Rubles. The market potential is 1051, 05 Mio. Rubles. We found that MDI < 33, there is a significant potential for growth. Also our market volume accumulates 21,52 M\$.

The majority of target audience is located in Moscow, St. Petersburg, the North-Western Federal District an the Volga federal district. The PESTLE - analysis has revealed the major factors which influence the market. For instance, the inflation rate grows significantly and we got a total score of this position of - 36. Moreover, the costs for recycling gained the first negative position in PESTLE - analysis with the clue of -60. The most positive result showed the increasing integration of IT and internet into business processes. As a result, many cooperation processes became much easier. Also e-commerce helps us a lot to promote technology on the market. After, we distinguished three segments of our target audience. The first one is mature people (those, who need quality),

the second segment is young people, who need functionality and the third is elderly people who need comfort. The first segment is the most important for our business. For this group of people we make the main bet. We believe that this group of people is loyal customers. Since people who are in this group appreciate the functionality and quality of products and it is difficult to switch to other suppliers. The vulnerable segment is young people, because they are very demanding to the quality, price and technology.

After a look at the SWOT - analysis we could define that our strengths are stable clients, innovative technologies, customers loyalty, committed employees, well-qualified staff. As for the weaknesses we could outline higher costs, a limited target audience, awareness about the technology. Moreover, our opportunities are new international markets, innovations, economic growth and for the threats we found out, that entry of foreign competitors , governmental regulation, substitute companies and changing customer tastes are our main points.

#### Introduction about the Swedish market

Smart lightening is a popular subject on which both the expectations and uncertainties are high. Regarding the smart lightening niche in Sweden, the market is not thriving in spite of the continuous development in technology. There is a deficiency on direct input from the smart lightening ecosystems in the literature, which creates a gap between academia and practices in the field. The focus is to bridge this gap with the aim of exploring the emergence of smart lightening ecosystem, smart home ecosystem and the smart lightening niche in Sweden, in terms of actors' involvement, visions and expected benefits, by using the lens of ecosystem and strategic niche management perspectives. After synthesizing the results, the conclusions are: neither the values in smart lightening ecosystem nor how the value networks are being shaped is clear for most of the actors; hence, it is reluctant to take initiative. End-users' views on

‘smart lightening’ alter from one to another; yet, they all need to see smart home solutions meeting with their immediate needs. Today, the smart lightening niche in Sweden is slowly rising from the ashes of the late 1990s failed attempts, and it is mainly driven by different actors’ involvement in state-funded projects.

#### Explanation of the Swedish market

Nowadays the revenue in this lightening market amounts 236 Mio. \$ in 2017 and the revenue is expected to show an annual growth rate of 17.8% resulting in a market volume of 401 Mio. \$ in 2022. household penetration is at 12.3 % in 2018 and is expected to hit 27.8 % by 2022. The average revenue per installed Smart lightning currently amounts to US\$134.09. The number of active households is expected to amount to 1.5 Mio. by 2022. In the year 2017 a proportion of 48.0 % of users are young people. The share of mature people consists of 37%. Elderly people accounts 15%.

#### What is driving the acceptance of Smart lightning?

The top motivators driving acceptance of Smart lightning are:

- 1) Security
- 2) Convenience
- 3) Energy Efficiency

78% of customers want to go for Smart lightning

#### Conclusion

This study presents exploration of the emergence of smart lightening ecosystem and smart lightning niche in Sweden in terms of actors’ involvement, vision and expected benefits, and attempts to bridge the gap between academia and practices in the field by using the lens of ecosystem and SNM perspectives. Future studies might focus on evaluating the degree of correlation between “today’s status, vision and expectations” and “future prevalence” of smart lightening and smart home ecosystem. Additionally, future studies might be also

extending the scope of this study geographically by involving actors from other European countries

Moreover, our team could integrate many details from the business plan and regulations of Swedish companies into our company and integrate them in our behavior to improve our business and satisfy our target audience. For example, we could improve significantly the ecosystem for the area around our company.

### Recommendations

First, it is necessary to improve the production of technology. This will allow us to produce our product at a lower price and make it available to everyone.

Second, the human factor. Sweden pays much more attention to this. They try to produce not one kind of product, but several. Also pay more attention to the design of the product as it is considered that the design is the champion of the whole system.

Third, the compatibility and accessibility. The product must be compatible with all devices. If there is a mobile application, we need to make a program for all kinds of software. We also need to make it available. For example: to enable the mobile application to work even without Internet connection and so on.

Fourth, awareness. It is necessary to develop marketing solutions for informing citizens. In Sweden, very developed advertising smart lighting. In addition, almost every trading house has special stands that inform citizens about the advantages of this technology and demonstrate in practice the use of technology.

### **References**

1. <https://www.statista.com/outlook/279/154/smart-home/sweden#market-users>

2. [http://www.forum-holzbau.com/pdf/IHF\\_13\\_Eriksson.pdf](http://www.forum-holzbau.com/pdf/IHF_13_Eriksson.pdf)
3. <https://kth.diva-portal.org/smash/get/diva2:1127577/FULLTEXT01.pdf>

## **The Underfloor Heating markets in Russia and Finland**

*Seksembaev Tamerlan, Kuchinskaya Elizaveta, Pivnenko Nikita,  
Kochegarova Dina, Danilov Iliya*

*Студенты 3-го курса Факультета Международных отношений  
ИБДА РАНХиГС*

Underfloor heating is a heating system that provides heating of the floors in the room. This is a modern and convenient way of heating a dwelling or a house at any time of the year. The most common are electric floors. The electrical underfloor heating system consists of heating mats and regulators. Heating mats are laid under the floor. They can be placed between layers of concrete, pour with self-leveling concrete or lay in the glue under the tile. The design provides durability, durability and safety of underfloor heating. Underfloor heating is a popular product in Russia and Finland, due to the weather conditions in these countries. In this essay, I will compare and contrast the underfloor heating markets in Russia and Finland.

Analysis of consumer motivation in the purchase of warm floors in both countries shows that the quality of the product comes first. That's the quality that put 65% of the respondents first, followed by the guarantee provided by the manufacturer (21% of respondents), in third place - price (14%). Quality, warranty and price are included in the first group of characteristics that are significant when buying warm floors, leaving far behind the brand name (44%), recommendations of acquaintances (31.4%) and economy of operation (10.84%). At the same time, the price does not dominate the quality and guarantee of the manufacturer.

In this arrangement of consumer priorities, the specificity of the product as a relatively complex technical product is clearly manifested, which is expected to be used for more than one year. The consumer prefers to pay for the



quality and reliability of the product, is not inclined to rely on someone else's opinion and is ready to bear the costs of operation. Taking into account the structure of consumer motivations allows us to derive the formula of the claimed product: high quality, manufacturer's brand guarantee and price, which is justified by the level of the first two key parameters. The leaders were to become those companies that will be able to offer such a product. The fact that the price was not the first-determining parameter gave manufacturers good opportunities for a broad financial and technical maneuver and the creation of truly high-quality and technologically advanced systems of warm floors.

In the market of warm floors many brands compete with each other. It should be remembered that the presented brands and manufacturers do not coincide: the same manufacturer can produce several systems of warm floors under different brands, and on the contrary, under some brand there may be an assembly from components of different manufacturers, or simply the purchase and resale of foreign products under its own title. Therefore, it is best to use the term "market participant" as the most flexible in meaning and capacious in content. In the market of warm floors many brands compete with each other.

The general list of the Russian market participants included Devi (Finland), Kima (Sweden), Arnold Rak (Germany), Thermo (Sweden), Stiebel (Germany), Siemens (Norway), Ensto (Finland), as well as two domestic enterprises - Cheboksary Chuvashteplokabel and the Moscow company "Special Systems and Technologies", represented by Teplolux and National Comfort. The leading national manufacturer is Teplolux. Electric warm floors and heating devices "Teplolux" are produced in Russia since 1994 and have a well-deserved popularity among those who value comfort, high quality, reliability and safety. In 2010, Teplolux was recognized as the most recognizable brand of warm floors in Russia. Today, Teplolux is a brand that is trusted not only in Russia, but also in many countries of the world. In 2016, warm floors and

thermoregulators "Teplolux" were awarded the "Best for Life" Award in the nomination "Smart home. Floor heating systems ». In 2017, the demand for the brand "Teplolux" increased by 11% year-on-year, reaching a 25% growth in off-season.

In Finland, Ensto is the market leader. I would like to dwell on this company. For the first time the products of Ensto appeared in 1958. It was a small batch of household fans. Good quality of products and reliability allowed the company to win not only the local, but also the European market. The key date in Ensto's history is 2001. During this period, a lot of work was done to increase the range of products, upgrade old ones and build new production sites. At the moment, for many consumers Finnish warm floor is associated only with the company's distinctive logo. Ensto has a number of competitive advantages. Firstly, that is excellent quality, which is based on the use of modern materials and strict compliance with technological production schemes. Secondly, Ensto offers a complete set of elements for surface heating. In addition to cable products, it is possible to choose thermostats for the Ensto underfloor heating, which differ in their nominal capacity and functionality. Last, but not the least, Ensto heating systems include a wide range of heating elements - from cable products to fully equipped sets with mats.

One of the reasons for Teplolux to become a successful manufacturer is the measures taken by the management of this company in order to increase brand awareness and to build a reputation of an international high-quality underfloor heating manufacturer. Teplolux managed to ensure the needs of the market due to the involvement of new employees, as well as a new dynamic approach in the planning of material purchases. Now the company is actively introducing modern methods of production management. Both in the premium and in the budget segment, the product is the optimal choice for consumers at a price and quality. The marketing efforts have played a role in increasing the

demand for the "Teplolux" brand as a whole. Including a lot of work was done in social networks, on feedback from the consumer. During the year, various actions and competitions were held, and management responded in a timely manner to the actions of competitors. Speaking of success, we can not fail to note the increase in sales of heated floors through the e-commerce group. In 2017, sales of household electric heating systems via the Internet grew by 60% compared to 2016.

To sum up, I would like to say that in the underfloor heating industry the Russian company managed to overtake its foreign competitor, due to its rapid growth. Moreover, the company continues to undertake all actions in order to raise sales and build a worldwide brand, using the latest marketing and management instruments. As far as I am concerned, this goal will be successfully achieved.

## References

1. <https://vsedlyastroiki.ru/ru/elektrika-elektrooborudovanie/ryinok-elektricheskikh-teplyih-polov-kto-lider/>
2. <http://prestigpol.ru/teplyj-pol-ensto-razlichnye-varianty-sistemy/>
3. <https://samelectrik.ru/rejting-proizvoditelej-teplogo-pola-obzor-7-lidiruyushhix-firm.html>
4. <https://www.teploluxe.ru/about/>
5. [https://www.teploluxe.ru/about/news/proizvodstvo\\_teplykh\\_polov\\_teplolyuks\\_b\\_et\\_rekordy/](https://www.teploluxe.ru/about/news/proizvodstvo_teplykh_polov_teplolyuks_b_et_rekordy/)

## **Analysis of Russian and Chinese markets of Smart Home Lighting and Appliance Control industry**

*Arifzhonova Kamila, Borovikova Natalia, Kamynina Tatyana, Korshunova Ekaterina, Koshkar-ool Arina*

*Студенты 3-го курса Факультета Международных отношений ИБДА РАНХиГС*

Smart Home technology market is considered as rather young promising industry, that unites many modern trends making an extension of the Smart Home technologies considered as a Smart Revolution.

Smart Home market emerged in 1990's and according to the report of CAGR<sup>14</sup>, global market of this technology was estimated at around USD 24.10 billion in 2016 and is expected to reach approximately USD 53.45 billion in 2022, growing at a CAGR of slightly above 14.5% between 2017 and 2022. Therefore these calculations prove a significant growth of technology markets and popularity among all over the world.

Area of our research of Smart Home is Lighting and Appliance Control which increases focus on energy efficient building technologies. The global lighting technologies have faced a long way from the on/off life to energy saving lighting systems and adaptive lights to the current wireless lighting era. The growth of Lighting and Appliance Market is as strong as growth of the whole Smart Home Market's - it is supposed to exceed US\$47 billion<sup>15</sup> by 2020. Such increase is driven by the rapid penetration of LED lighting and especially by the raising awareness of energy-saving and environmental issues. It is expected to change all segments including householders, businesses

---

14 <https://globenewswire.com/news-release/2017/07/26/1062872/0/en/At-14-5-CAGR-Smart-Home-Industry-Trends-will-reach-53-45-Bn-by-2022.html>

15 <http://www.strategyr.com/pressMCP-7942.asp>

government institutes and structures. Lighting Appliance is an universal sphere that's consumers scope is wide enough. The main types of the area's products are energy saving floor, wall, ceiling LED-lighting systems, setups of appliance control with wireless connection and operation that are differed by sizes, aims and design with the service time of 10 years.

The potential of Lighting and Appliance Control market is undoubtedly high - for the region of Russian Federation which is the area of our analysis - implementation and development of this sphere are still on the initial stage reflecting a promising future in the Russian Smart Home market. However, the Smart Lighting industry has reached Russian market not long ago - just in 2010 and the strong growth began in 2015 - therefore now this sphere is almost on the end of the second stage - stage of growth. On the basis of statistics of the New Report by Global Industry Analysts global Smart Home Lighting Systems market was valued at \$62,2mln in 2017 and is projected to exceed US\$6.7 billion by 2020 with the one year growth about 6,9%.

Nevertheless, what about the Russian environment for the market development? Carried out PESTEL analysis depicts that the most valuable positive factors influencing on the business operations are trends for light and minimalistic interior design and usage eco-friendly products among Russian customers. The most negative criteria became an increase of business taxes and expansion of privileges for foreign companies.

Concerning customers analysis the most appropriate segment is approximately 8-12% of the whole country population. Worth-mentioning that for People's Republic of China, the second country of our Smart Lighting market analysis, this percentage is a little bit more – about 15%. The portrait of the typical Russian and Chinese consumer is quite common: a modern man of 35 years old with an active lifestyle and own business or a young hipster couple

with good income, adhering to a healthy lifestyle and loving qualitative and handy appliances for a comfortable life.

To sum up, Russian market can be reckoned as an attractive market for the technology. A rise of number of potential producers and suppliers who are ready to establish international links is forecasted. However, we cannot but mention the national companies that number is increasing and influence is strengthening. Despite such multinational companies as Philips, Samsung, General Electronics, etc Russian companies as HL-systems, Komtex, Aledo operates on the Russian Smart Lighting market. Continued implementation among Russian regions probably will not be as successful as on the European platforms due to several factors: lower well-being and conservative mood of the majority of the population (production is more likely to be allocated to a progressive population with the above the average income level), lack of well-educated professionals to construct and fix Smart Systems, low foreign investments and low state stimulating policies of national enterprises, high component costs as a result of the closed economy because of sanctions.

The Smart Lighting industry came to China in the 1990's. However because of low consumer awareness, market environment, product prices, and weak promotions, the industry started to decrease. But, IT and Internet technology over the past few years has launched the industry's retrofitting trends.

Today Industry experts estimate that the Smart Lighting market in China will reach US \$200 billion within the next 5 years.

There are several great reasons why Chinese Smart Home market is visibly thriving: widely spread access to the Internet, steadily growing middle and upper class, the development of technologies, the emergence of new players and also a great number of local manufacturers.



We can definitely highlight some key trends of smart home market and smart lighting in particular. First of all, this market is steadily rising due to its strong government support. It includes governmental initiatives in creating smart cities with home automation. Moreover, the party also encourages CEOs of big smart home appliances corporations to transform the launches of their new products into cultural events, and claim that customers who buy these products will miraculously create a whole new cultured lifestyle for themselves. China creates favorable policies and projects such as National New-type Urbanization Plan, China's 12th five-year Development Plan, Smart Cities Projects. All mentioned above is likely to stimulate the growth of Chinese smart home market. According to Research and Markets, during the period of 2018-2024 China Smart Home Market is going to show double digit growth rate.

Overall, the implementation of smart home appliances projects is strongly supported by government. In addition, big Chinese corporations are placing big bets on the Chinese smart home market. Several major giants like Baidu, Xiaomi, Alibaba, Haier and many others have already entered the market for smart home products.

It is a rather common practice for Chinese companies to persuade their customers that they are buying into a whole new cultured lifestyle. It makes easier to make people buy the product, because smart lighting devices are environmentally friendly and totally energy efficient.

We should bear in mind that pollution is still one of the burning problems for China, that is why a concern of green energy is constantly rising. According to the Renub Research, home energy management was a key segment of China smart home market in 2016, and smart lighting devices are attracting more and more customers to use and experience.

There has been paid a lot of interest to China's efforts in the smart lighting manufacturing industry, moreover there were a lot of discussions about



the success of it. We believe that in the nearest future (~next 5 years) China will have one of the top 10 smart lighting companies in the world. It is a well-known fact that the Chinese domestic market is enormous, so it is primed to consume smart lighting systems. The main recipe of success, we suppose, that China has unrelenting support of the government, the proven speed of progress in the last two years, and the ability to spend money freely.

### References

1. <https://globenewswire.com/news-release/2017/07/26/1062872/0/en/At-14-5-CAGR-Smart-Home-Industry-Trends-will-reach-53-45-Bn-by-2022.html>
2. <https://www.marsdd.com/news-and-insights/smart-lighting-the-gateway-to-the-connected-home-and-iot-markets/>
3. [http://www.strategyr.com/MarketResearch/Smart\\_Lighting\\_Fixtures\\_Controls\\_Market\\_Trends.asp](http://www.strategyr.com/MarketResearch/Smart_Lighting_Fixtures_Controls_Market_Trends.asp)
4. <https://www.statista.com/outlook/392/117/comfort-and-lighting/china#market-revenue>
5. <https://www.statista.com/outlook/392/117/comfort-and-lighting/china#market-revenue>
6. <https://www.prnewswire.com/news-releases/china-smart-homes-market-to-grow-with-a-cagr-of-4430-percent-during-the-forecast-period-2017-2024-654456303.html>
7. <http://www.strategyr.com/pressMCP-7942.asp>

**The market of smart kitchen in Japan. Analyze of the market of smart kitchen technology in Japan and insights which Russia can use to promote the technology better**

*Tsanava Levan, Borodina Polina, Sidorova Margarita, Scherbakov German*

*Студенты 3-го курса Факультета Международных отношений ИБДА РАНХиГС*

Technology market of smart homes appeared in the end of 20th century when ubiquity of improving quality of life innovative technologies become more than a narrow person's dream or an image from a futuristic movie. It literally became a thing that everyone can use in their everyday routine. On January 2018 Zion Market Research predicts it will reach \$ 53.45 billion by 2022. In this essay we would like to look deeply into smart kitchen market as a main part of smart home and explore it by comparing this segment in Russia and Japan.

Smart kitchen is not only energy-saving or multifunctional kitchen appliances. It's more likely to be an idea of healthy lifestyle, taking care of your family and yourself, saving your time, energy, money, which is always great. It's also a concept of creating a whole new system, beginning from a kitchen furniture placement adding by a managing this all with an app on your phone. Creating a common space for cooking is important not only for a professional confectioner or cook, but also for the family. After all, promoting the right food habits, simplifying the cooking process, saving time and energy is very important for a modern person.

The main global trends in technology of smart kitchens are voice control, wireless energy transfer technology, purification of drinking water, the introduction of robots in the cooking processes such as assistants or cooks, smart containers for food and equipment to prepare for the delivery of beer or wine.

It's also clear that the products that people use for cooking are clean and have no harmful elements. This is a very important factor that encourages people to implement smart kitchen technology in their lives.

As for the peculiarities of the market of smart kitchens in Russia, here we can note some characteristic features.

First, it is the uneven development of the country's regions. Not only in terms of living standards, but also infrastructure.

Secondly, it should be noted that according to statistics, the average income of the population of Russia in 2017 amounted to 31475 rubles a month (about \$540) and therefore the majority of the population will not be able to afford our technology. According to estimates, only 8% of Russians will be able to afford smart cuisine.

But do not forget that this is a new direction for Russia, this market appeared in Russia only in 2010 and now we can see a trend towards growth, more and more people in Russia are beginning to show interest in this technology.

Since this niche is relatively new for Russia, there are not so many competitors here, the niche is almost free, which creates a huge advantage for us to enter the market.

According to the results of the PESTLE analysis, it can be noted that we may face problems such as Trade control, Macroeconomic climate in the country, Tariffs, which can create great difficulties for us.

It's no surprise that Japan is an ultimate leader in a technology industry. There are many aspects of this particular sphere which are developing successfully and "smart kitchen" is definitely one of them.

As we all know, "smart kitchen" is a part of "smart home" segment. According to the Allied Market's survey, this market will be growing rapidly in the next years and the profit of the market by 2020 will increase to 35.3 billion

dollars. Japan isn't an exception. Judging by the popularity of new technologies in this country, we can be sure that smart kitchens will be extremely popular. Japanese are very tech-friendly nation, and the technical progress they made is fascinating. What more, traditional Japanese traditional cuisine is based on rice which is prepared by special method. A lot of Japanese prefer to use special multivariate to meet the standards. The Asia Pacific region is experiencing a healthy growth in disposable income owing to macroeconomic stimulus, which is anticipated to drive market growth. Innovative technologies, such as voice controlled smart kitchen devices, and growing geriatric population base are the key factors driving the smart kitchen automation market demand over the projected period.

In Japan, there are special government programs that are aimed at reducing electricity consumption at the household level. Since 2015, the Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) has established the "The Subcommittee on the Long-Term Energy Supply & Demand Outlook - To Deliberate the Energy Mix for Japan" implies the use of smart kitchen technology and the house as a whole to reduce the amount of electricity consumption among homeowners.

To sum up, we can see that in both countries there is an upward trend in smart kitchen technology. In Russia, the potential of growth is bigger than in Japan, there are some reasons for it, for example the policy of the government, tariffs, trade control and strong competitors in the market. Moreover Japanese people really like their domestic products and it will be difficult to promote our products at Japanese market. These factors make the entrance in the Japanese market more difficult, but nevertheless these market also has potential for our products.

## **References**

1. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/01/12/14-predictions-for-the-future-of-smart-home-technology/#3f4f1e4c2e21>
2. <https://thespoon.tech/the-ces-foodtech-smart-kitchen-trends-wrapup/>
3. <http://www.futureofbusinessandtech.com/news/how-smart-kitchen-technology-makes-cooking-easier>
4. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/smart-home-automation-market>

## **Market of temperature & appliance control devices in Russia and South Korea**

*Dremina Maria, Shababyan Ashot, Navasardyan Telman*

*Студенты 3-го курса Факультета Международных отношений  
ИБДА РАНХиГС*

The analysis of the Russian market of temperature and appliance control devices as a part of smart home market has led us to understanding that the sector remained undeveloped till the middle 2000s when it began to expand quite considerably. To begin with, it is worth mentioning that our sector comprises a meteorological sensor, self-learning thermostat which automatically regulates electro-power consumption depending on environmental conditions changes, drains warming, ventilation system, underfloor heating control, and wireless control panels.

According to Russia's Internet market of things 2016-2020 forecast, the Russian smart home market will increase by an average of 21.3% per year and, by 2020, will reach \$9 billion. Our sector is not an exception here, since heating and temperature regulation devices are especially on the rise in Russia. According to statistics, Russia is 5 years behind the developed world in technical matters, so big positive changes in “smart home” market are yet to come. Therefore, the small percentage of market penetration, which is just 3% for 2017, should not look frightening but should rather be an indicator of the promising market. For now, 55% of people surveyed demonstrated great interest in the idea of installing smart home technologies in their houses in future which exceeds the global rate of merely 47%.

Nevertheless, introduction of smart houses on the Russian market faces several limitations. Firstly, smart technologies are very expensive, then, our population is very conservative in terms of introducing new technologies. Also,

things which add up to the slow development of "smart house" technologies are the lack of a sufficient number of qualified workers to install and maintain smart systems. Moreover, smart home systems are still unknown to an average consumer.

Having analyzed a number of reliable sources, we have found out that major suppliers of temperature and appliance control devices to the Russian market are such companies, as: Schneider Electric (France), ABB (Switzerland), Gira and Merten (Germany), Vimar (Italy), Crestron (USA). Also, some Russian manufacturers like SMARTON are also in the list.

Generally speaking, IoT market is one of the most promising in the world. And South Korea is no exception to this list. It ranks second in revenue in the segment (us \$ 282 million as of 2017), second only to the United States (us \$ 1 billion 565 million for the same period). In General, the segment of smart homes in South Korea is estimated at about \$ 1 billion for the current year. However, analysts predict that by 2024 the market may grow by 5 times and reach \$ 5 billion.

The growth of the global smart home market is mainly due to such factors, as the significantly growing IoT market, cost-cutting measures provided by home automation systems, the large number of manufacturers expanding their product portfolio, and the increasing importance of home monitoring from remote locations.

The key factors stimulating the development of the smart home market in South Korea are: government policy and support in the promotion of smart home technology in the country; the desire for remote monitoring of home management; the development of technologies in the segment and the emergence of new players (it is worth noting that South Korean market is home to one of the most technologically advanced companies in the world developing smart home technologies: Samsung, LG, SK Telecom, KT corp, Hancor MDS);



significant savings due to the economy of electric energy due to IoT technologies (South Korea occupies one of the highest positions of expensive electricity).

According to the fact that we have been analyzing two separate niches - niche of heating control devices and niche of appliance control devices - it would seem logical to analyze these niches independently, if possible. For example, the former is, in fact, a part of HVAC technology (Heating, ventilation, and air conditioning) - a technology which is strongly present in Asia. Korea is one of the biggest HVAC markets in Asia with sales amounting to \$1.1 Billion. Judging by the figures, Korea seems to be a profitable market for the technology which may be caused by a combination of several factors: strong interest of the population, accessibility of the technology and variability of the products offered.

As for the appliance control devices niche, it, in turn, represents control and connectivity technology. For the year 2017 the revenue of this niche in South Korea stood at \$219.2 mln which makes up 16% of the total revenue of the industry. According to research provided by Statista in October 2017, the revenue is expected to reach \$474 mln by 2022, which is more than a doubling over a period of merely 5 years. The share of Korean smart homes with the installed control and connectivity technology amounts to 8.7% of the total number of private households in Korea. These figures look especially impressive when compared to those of the Russian market, where the revenue of the niche equaled \$31.7 mln in 2017 with the penetration rate of 0.6%.

Also, there is an interesting trend concerning the age of the target audience in both countries. According to Statista, the dominating age group in Russian smart home market is represented by people aged 35-44, whereas the key customers of smart home products in Korea tend to be quite older, from 45 to 54 years old, to be exact. This discrepancy might provide some major Russian

companies in the industry with a valuable hint that there is a promising yet almost completely unpenetrated segment of 45+ year-olds.

However, the Korean market of smart home technology does have its shortcomings for local companies willing to break into it. One of the major problems a business might face when considering to enter the niche is a language barrier which ultimately results in a data gap, since much of the world's research is in English. A Korean company pursuing AI must create its own natural language technology which is rather a costly process for a relatively small market of 50 million South Koreans.

All things considered, it should be noted again that the smart home market is one of the most developing technologies nowadays. This fact is recognized by many reputable publications and supported by statistical data. However, the growth rate of this technology, as we have seen in the study, directly depends on the level of technological development of the country. Technological development of South Korea, in turn, is highly linked to the activity of major players in the technology market such as Samsung, LG and many others. High per capita income also contributes to the high level of development of the smart home segment. Another determining factor in the development of the segment is the government's policy to promote IoT. For example, South Korea is engaged in active construction of smart cities, in which a lion's share of homes will be equipped with systems of smart home technologies. Moreover, South Korea soon plans to be the first country in the world to launch a 5G network for the IoT. This is expected to give an additional impetus to the development of smart home technologies and, equally important for us, equipment of temperature and appliance control. In the case of Russia, in order to improve its overall situation on the market of smart home technologies, in particular with heating and appliance control devices, some active support from the state is required as the industry is especially on the rise nowadays, and governmental promotion of

energy-effective technologies would be a great help to the industry since it would allow to significantly increase the share of consumers. In addition to that, major companies operating in the industry in Russia could provide special training courses for electricians and other maintenance staff to raise their understanding of the peculiarities of the technology and, therefore, increase the number of qualified workers.

### References

1. IoT Analytics, Smart Home Market summary, December 2017
2. Pinnacle, Global HVAC Industry, October 2008
3. <https://www.statista.com/>
4. <http://www.bbc.com/news/technology-36710667>
5. <https://globenewswire.com/news-release/2017/12/20/1266781/0/en/South-Korea-Smart-Home-Market-Forecast-to-2024-IoT-Drives-the-5-Billion-Market.html>
6. <https://vc.ru/33993-kogda-umnyy-dom-poletit>
7. <https://rb.ru/longread/umnyj-dom-v-rossii/>

## **Smart kitchen appliances:Switzerland and Russia**

*Danilina Daria, Saveliev Aleksei, Ivanova Anna, Yahiyaev Amirhon,  
Sparyhina Kristina*

*Студенты 3го курса Факультета Международных отношений  
ИБДА РАНХиГС*

Smart kitchen appliances are fine quality kitchen accessories that are typically designed in a way with a view to provide efficiency and comfort in almost every operation taking place in a kitchen. A survey conducted the Swiss startup found that 53% of 1,507 respondents are interested in smart home solutions with Switzerland's Italian-speaking region coming on top with 65%. 16% of Italian-speaking Swiss are already using smart home solutions for security purposes – that's three times more than the Switzerland's average usage rate. For other applications such as energy, climate and comfort, usage in Switzerland is very low, ranging between 1 to 5%. While situation in Russia is very different - more than 78% of people are interested in Smart Kitchens, but less than 8% can afford it. Smart kitchen is a developing market which will continue to grow. And statistics say that this market in Sweden will grow from US\$46.97 billion in 2015 to US\$121.73 billion by 2022, at a CAGR of 14.07% between 2016 and 2022. While talking about different aspects of life we can say that political aspect is relatively unimportant, economic aspect depends on the welfare of the citizens, social is important as it reflects consumer preferences and lifestyle, technological aspect is a cornerstone as this industry is based on new technologies, legal factor is relatively unimportant as these technologies must ensure that they does not violate any laws and regulations Environmental factor and smart kitchens perfectly coexists. Switzerland is indulged in undertaking strategic initiatives such as new product developments, continuous upgrades of current product lines to offer avenues for increased profitability

through better customer relationships. Smart kitchens are not new on the market in Switzerland. Through years companies have changed and now they are working with different kinds of consumers. Smart kitchens are not the luxurious vagary, but a part of regular people's lives. Switzerland is a key industry participants of the market, The market is expected to be promising for global growth through the forecast period owing to increasing investments in infrastructure to improve standard of living, and Russia is not interested in that market as much as Switzerland, simply because of lack of money and resources. If in Russia 90% of the population cannot afford new technologies, Swiss people want to live with comfort and companies understand it. Companies that work in Switzerland are making their products as easy-to-use, comfortable and minimalistic as possible. Smart kitchen companies respect people's time and desires, moreover companies are trying to find an individual design and solution with each client. Moreover, it does not require millions of dollars to make smart kitchens that is why middle class is the main target of consumers. The book "Switzerland - Culture Smart!: The Essential Guide to Customs and Culture" says that about swiss's kitchens: "...even if the apartments are quite large and spacious, don't expect the kitchen to be spacious or to have large appliances."

To measure and compare the market size of Russia and Switzerland we need to go through the following points to understand the size and potential of the market.

Firstly, identify the market scope of countries. In Russia we focus to the people who are living in Russia, householders who are caring about saving money and time. More accurately we are oriented on people who earn more than 27 thousand per year. As well who are interested in effective cooking at home and people with active lifestyle. The situation in Switzerland differs from Russia. We aimed to permanent residents of the country who are also householders. Almost every citizen is our potential customer because

Switzerland is one of the richest countries in the world according to GDP per capita. In general we are interested in people who want to save money and time. People who have active life style and concerned about environment.

The definition of time frames is very important in our business to be in a trend.

We analyzed the market based on the last 5 years. So, consider point:

The life-circle of our product is 12 years. And demand on this market don't depend on the season, so its mean constant demand. We upgrade kitchen stuff every 3 years – such things as soft, design, etc.

Timeframe in Switzerland is same as in Russia.

Choosing a measure is one of the significant points for determining the market. There are 5 points on which you can determine – there are potential and available market, market volume, target market and penetrated market.

Potential market in these two countries differs as we said. In Switzerland, Every single person that earn more than 40 thousand per year is buying our kitchen and upgraded it every 3 year is potential customer. However in Russia, it's a single person that earns more than 27 thousand per year is buying our kitchen and upgraded it every 3 year. But there are some people who cannot buy smart electronic kitchen according to their lifestyle (Amish or environmental activists) in both countries. We are going to sum up the sales value of every other player of the market. And we want to poach customers from our competitors by providing the most contemporary product in these two countries. Also our penetrated market is our current and returning customers.

Total population of Switzerland is 8,6 million people. The most important criteria is house ownership. those who want to by our product must be householders. (41% over al population are householders. According to our research: In total the market potential would be: 1.734 B (1.156 B smart kitchen MP + 0.578 B ordinary kitchen MP)



The global smart kitchen appliances market was valued at US\$ 476.2 Mn in 2013 and is forecasted to grow at a CAGR of 29.1% from 2014 to 2022, reaching a value of US\$ 2,730.6 Mn in 2022.

According to the research the growth rate is 4% per year.

Also according to the Market volume measure which is based on exploitation expiration market volume will be \$194.8 mln.

As we can see there is a difference between this two markets. Main difference is in welfare of the countries. Switzerland \$77.000 GDP per capita, Russia \$11.000 GDP per capita

Market volume in Switzerland is smaller than in Russia. This fact is connected with differences in population. Population in Switzerland is significantly smaller then in Russia. That is why market potential can be limited.

But According to the population in Switzerland almost 40% of the country's population can afford smart kitchen technology. The main difference is that when we analyse potential customers in Russia we look into householders and those who earn more then \$27 thousand per year but in Switzerland we don't take into account the financial issue because this is one the richest country in the world.

From our research we know that MDI is 15.5. So it means that there is a significant potential for growth

The market of smart kitchens in Switzerland is now on the consolidation stage. There are already strong companies such as Samsung so etc. There is a lot prepared technologies and ideas, that is why we should copy them or to develop them, using previous researches. There is enough startups which we can use in this conception. The competition in the market is not very strong. As there are many rivals in the market, we should think of less price, better quality and orientation on green techs. At this stage the demand equals production.

## **PESTEL**



Tariffs and trade control significantly influence our business. Moreover, customers' attitudes to green technologies are also important because there is a strong tendency on developing the idea of green and energy efficient energy. But if the preferences change, we can lose a lot of customers. Also from the past, we know that factors of population and growth rate don't affect our business.

Overall, there is a potential for growth on this market in Switzerland. There is already strong competition on this market because of the level of economic development. There are some positive tendencies, like orientation of customers on green technologies (we can see that tendency all across Europe).

In comparison to Russia, we didn't expect significant macroeconomic changes because of country specifics. There are some common issues: Our industry depends on trade control and tariffs in both countries.

Market of smart kitchens in Switzerland is completely different from the market in Russia: Russians expect kitchens to look luxurious, stunning, full of different things and chic, while Swiss prefer minimalistic and simple kitchens. Nevertheless, a lot of smart kitchen companies make their products in Switzerland - because of their quality of work and materials.

Maybe Russian companies should consider changing their attitude and start making more affordable kitchens for the middle class?

## References

1. <http://www.kitchoo.com/>
2. <https://www.vzug.com>
3. <https://www.digitalstrom.ch/>
4. <https://www.linak.com/>
5. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/en/home/statistics/popul>



**РАНХиГС**  
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

30 лет  ИБДА  
РАНХиГС

**Секция: Новые лидеры, новая политика и Цифровые гуманитарии.**

**Казакова Наталия Александровна, Доан Тхи Лок**

**Kazakova Natalia Alexandrovna, Doan Thi Loc**

Казакова Наталия Александровна, доктор экономических наук, профессор, директор магистерской программы «Финансовая и управленческая бизнес-аналитика», РЭУ им. Г.В. Плеханова, e-mail: [axd\\_audit@mail.ru](mailto:axd_audit@mail.ru)

Kazakova, Alexandrovna, Natalia, Doctor of Economics, Professor, Master's Program Director "Financial and Management Business Analytics", Plekhanov Russian University of Economics, e-mail: [axd\\_audit@mail.ru](mailto:axd_audit@mail.ru)

Доан Тхи Лок, студентка магистратуры второго курса, программы «Финансовая и управленческая бизнес-аналитика», финансового факультета, РЭУ им. Г. В. Плеханова, e-mail: [doanloc.yb@gmail.com](mailto:doanloc.yb@gmail.com), Тел.: 89055792710.

Doan, Thi Loc, 2<sup>nd</sup> year master's students, the program "Financial and Management Business Analytics", Faculty of Finance, Plekhanov Russian University of Economics, e-mail: [doanloc.yb@gmail.com](mailto:doanloc.yb@gmail.com), Tel. 89055792710.

**Повышение эффективности управления денежными потоками компании в цифровой экосистеме**

**Аннотация.** Повышение эффективности управления денежными потоками является первоочередной задачей финансового менеджмента любой компании. В статье обосновано влияние цифровой экосистемы на управление денежными потоками в компании.

**Ключевые слова.** Цифровая экосистема, инновационная технология, компания, эффективность, управление денежными потоками.

### **Improving efficiency of the cash flow management of a company in a digital ecosystem**

**Abstract.** Improving efficiency of the cash flow management is the first priority task of financial management any company. The article substantiates the impact of the digital ecosystem to manage cash flow in a company.

**Keywords.** Digital ecosystem, innovative technology, company, efficiency, cash flow management.

В условиях дальнейшего внедрения во все сферы экономики информационных технологий современная цифровая экосистема компании обеспечивает ей условия для повышения эффективности и конкурентоспособности бизнеса. Это проявляется в повышении производительности использования ресурсов, в том числе денежных средств.

По результатам исследования, проведенного Международной корпорацией данных по всему миру (IDC), 58% компаний с численностью менее 1000 человек считают повышение эффективности управления денежными потоками одной из важнейших проблем. При этом 49,3% компаний фокусируют свои текущие цели на росте выручки и снижении затрат; 45,6% - на повышении качества менеджмента; 39,2% - на повышении эффективности и производительности. Это доказывает актуальность проблемы управления денежными потоками компании во всех отраслях без учета масштаба деятельности.

Влияние цифровой экосистемы на качество управления денежными потоками компаний определяется правильным выбором инновационной

технологии. Поэтому рассмотрим некоторые из них с позиции интересующей нас проблемы. Так, Infonova R6<sup>16</sup> Finance дает возможность эффективно управлять и контролировать денежный поток, выставление счета, платежи и финансовую отчетность. Эта платформа управления цифровыми экосистемами позволяет: автоматизировать и управлять обработкой финансовых транзакций; автоматически запускать или принимать платежи, назначать платежи, обрабатывать платежи или неплатежи, а также возвращать средств; подключаться к различным каналам оплаты в процессе купля-продажа; предоставлять необходимую функциональность для определения, отслеживания и назначения соответствующего расчетного окончательного расчета; исключаться из просроченного баланса договоров, отказывающихся клиентов или поставщиков; автоматизировать управление дебиторскую задолженность с предопределенных мер к разрешению.

При внедрении технологии большой практической значимостью, по нашему мнению, являются процессы планирования, прогнозирования и составления бюджета компании, а также анализ, оценка денежных потоков, разработка эффективного метода хеджирования финансовых рисков.

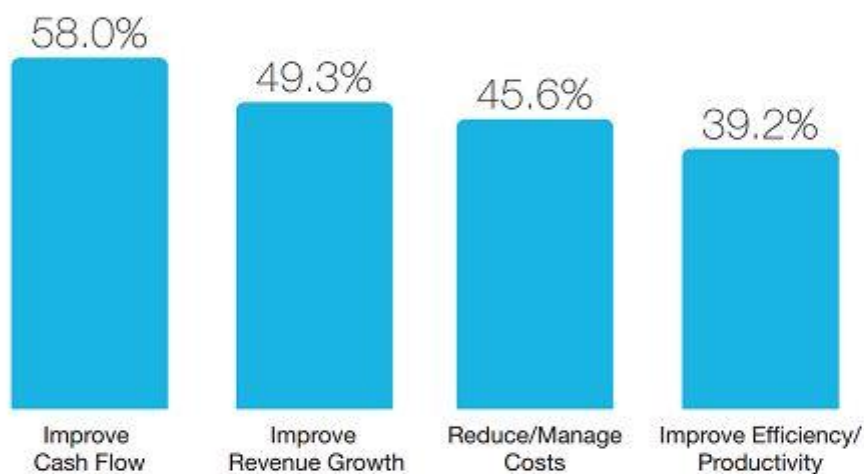
Таким образом, чтобы максимально использовать преимущества цифровой экосистемы, компания должна разработать свою стратегию сбалансированности между затратами на ее внедрение и выгодой, которую компания получит от использования данного продукта.

---

16

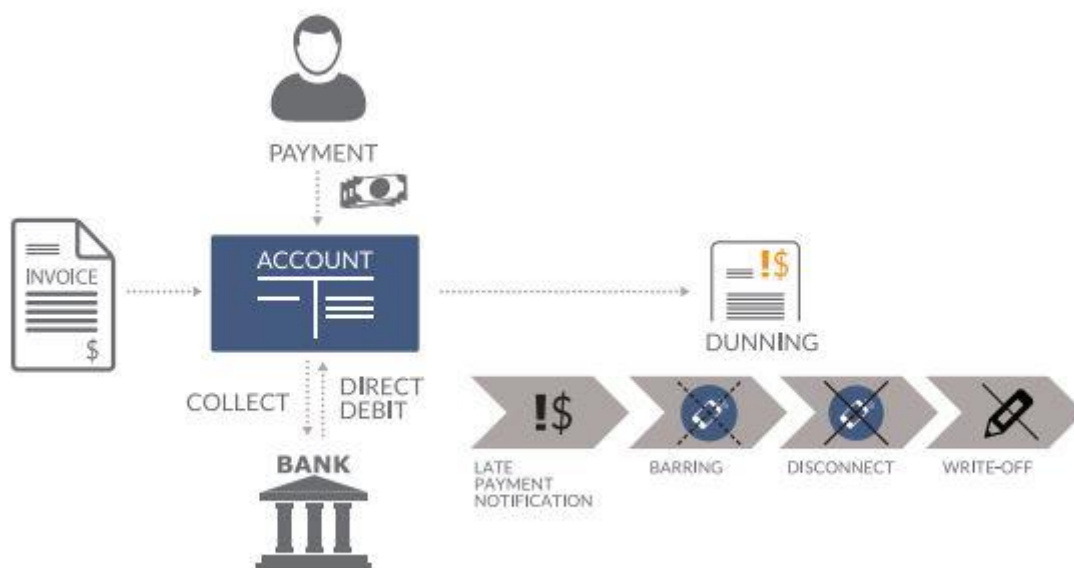
Infonova R6 - Digital Ecosystem Management Platform. [Электронный ресурс] // BearingPoint. Digital Ecosystem Management / Infonova R6 / R6 DEM PLATFORM / R6 Finance. URL: <https://www.infonova.com/en/products-solutions/r6-concept-to-cash-platform/r6-finance.html> (Дата обращения: 2017 год).

### Top Business Priorities for Professional Services: Focus on Financials



Note: Multiple responses were allowed.

Source: IDC Worldwide SMB Survey Q4 2015 (US, UK, Germany, Japan, India, China, Brazil) n=1889, n= 179 for SMB Professional Services Firms Only



### Библиографический список:

Казакова Н. А. Финансовый анализ. 2-е изд. – М.: Юрайт, 2018.



**РАНХиГС**  
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

30 лет ИБДА  
РАНХиГС



**Иванова Елена Владиславовна**

РАНХиГС (Москва), ИБДА

Факультет международных отношений

Международные отношения: политика, экономика, бизнес, 4 курс

E-mail: ivanova.elena28.07@gmail.com

Телефон: 8 (916) 355-52-20

### **Новые лидеры Эфиопии и их роль в достижении экономического подъема страны**

Аннотация. В статье рассматривается роль политической элиты Эфиопии в развитии энергетического потенциала страны в результате строительства «Великой плотины возрождения Эфиопии». В ходе проделанной работы сделаны выводы о том, что итогом проекта должно стать сокращение масштабов нищеты и повышение продовольственной и экономической безопасности государства.

Ключевые слова. Эфиопия, «Великая плотина возрождения Эфиопии», электроэнергия

Abstract. The article reviews the role of the Ethiopian political elite on developing of electrical energy potential through the construction of the «Grand Ethiopian Renaissance Dam». Work carried out demonstrated the influence of project`s implementation on reducing scope poverty and increasing food and economic security.

Keywords. Ethiopia, the Grand Ethiopian Renaissance Dam, electrical energy.

Африка – наиболее отсталый регион мира. В 2017 г. из 30 наиболее бедных стран мира 25 принадлежали к странам африканского континента.<sup>17</sup> Сельское хозяйство, являющееся ведущей отраслью материального производства, отсутствие промышленности, вкупе с недостаточным развитием инфраструктуры отрицательно влияют на экономический рост и повышение уровня жизни быстрорастущего населения. Регион не может вырваться из «петли бедности», что приводит к низкому уровню вложений в науку и образование.

Грандиозный проект Илона Маска по предоставлению доступа в Интернет по всему миру, даст шанс странам континента повысить образовательный уровень и таким образом улучшить производительность труда. Однако даже этот проект невозможно осуществить без доступа к электроэнергии, нехватка которой ощущается во многих странах континента, в частности в Эфиопии.

Таким образом, необходимо признать, что стабильное и устойчивое развитие экономики Федеративной Демократической Республики Эфиопии зависит от состояния энергетического баланса, от решения проблемы энергетического кризиса, возможности адекватного обеспечения электроэнергией производственных и социальных структур государства.

По замыслу премьер-министра Эфиопии Мелеса Зенауи, таковым проектом, обнародованным в 2011 г.,<sup>18</sup> должно стать возведение «Великой плотины возрождения Эфиопии». Еще 20 лет назад, когда к власти в стране пришел Революционно-демократический фронт эфиопских народов (РДФЭН), во главе с Мелесом Зенауи, Аддис-Абеба приступила к разработке комплексных стратегий в области развития водных ресурсов с

---

17 Global Finance назвал 30 беднейших стран мира [Электронный ресурс] // Минфин, 16.03.17. — Режим доступа: <https://minfin.com.ua/2017/03/16/26753321/> (Дата обращения 13.03.2018)

18 Ethiopia's dam on Nile launched [Электронный ресурс] // Horn Affairs, April 12, 2011. — Режим доступа: <https://hornaffairs.com/2011/04/02/ethiopia-great-dam-on-nile-launched/> (Дата обращения 08.02.2018)

целью производства гидроэлектроэнергии. Новое видение будущего эфиопской экономики нашло отражение в признании М. Зенауи президентом США Биллом Клинтоном, который заявил, что эфиопский премьер-министр представляет «новое поколение» африканских лидеров.<sup>19</sup>

Современное правительство Эфиопии рассматривает новое гидроэнергетическое сооружение как необходимое условие дальнейшего политического и экономического развития страны, сравнивая его с плотиной Гувера, которая помогла вывести США из Великой депрессии 1930-х гг. После выхода на полную проектную мощность, ГЭС станет самой большой в Африке с мощностью до 6,45 ГВт.<sup>20</sup> Генеральный директор управления по водным, ирригационным и энергетическим вопросам Эфиопии Фебахмед Негаш отмечал, что «строительство плотины является одной из основных движущих сил экономического развития».<sup>21</sup>

Хайлемариам Десалень, занявший пост премьер-министра в 2012 г., продолжил дело своего влиятельного предшественника. Благодаря его дипломатическим усилиям, в 2015 г. Эфиопия, Египет и Судан смогли достичь консенсуса в отношении сотрудничества и вопросов справедливого водопользования реки Нил, которые прежде осложняли взаимоотношения стран-соседей и грозили вылиться в очередную войну в регионе.

### **Библиографический список:**

---

19 Meles Zenawi's death raises threat of instability in Ethiopia and beyond [Электронный ресурс] // The Guardian, August 21, 2012. — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2012/aug/21/meles-zenawi-death-instability-ethiopia>

20 Salman M. The Grand Ethiopian Renaissance Dam: the road to the declaration of principles and the Khartoum document // Water International. — April 08, 2016. — Vol.41. — p. 5

21 Ethiopia Official: Egypt Would Do Anything to Stop Us [Электронный ресурс] // Horn Affairs, 6 Feb. 2014. — Режим доступа: <https://hornaffairs.com/2014/02/06/ethiopian-official-egypt-would-do-anything-to-stop-us/>

1. Global Finance назвал 30 беднейших стран мира [Электронный ресурс] // Минфин, 16.03.17. — Режим доступа: <https://minfin.com.ua/2017/03/16/26753321/> (Дата обращения 13.03.2018)
2. Ethiopia Official: Egypt Would Do Anything to Stop Us [Электронный ресурс] // Horn Affairs, 6 Feb. 2014. — Режим доступа: <https://hornaffairs.com/2014/02/06/ethiopian-official-egypt-would-do-anything-to-stop-us/> (Дата обращения 08.02.2018)
3. Ethiopia's dam on Nile launched [Электронный ресурс] // Horn Affairs, April 12, 2011. — Режим доступа: <https://hornaffairs.com/2011/04/02/ethiopia-great-dam-on-nile-launched/> (Дата обращения 08.02.2018)
4. Ethiopia Official: Egypt Would Do Anything to Stop Us [Электронный ресурс] // Horn Affairs, 6 Feb. 2014. — Режим доступа: <https://hornaffairs.com/2014/02/06/ethiopian-official-egypt-would-do-anything-to-stop-us/>
5. Meles Zenawi's death raises threat of instability in Ethiopia and beyond [Электронный ресурс] // The Guardian, August 21, 2012. — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2012/aug/21/meles-zenawi-death-instability-ethiopia> (Дата обращения 14.03.2018)
6. Salman M. The Grand Ethiopian Renaissance Dam: the road to the declaration of principles and the Khartoum document // Water International. — April 08, 2016. — Vol.41. — 16 p.

**Казakov Кирилл Алексеевич**

РАНХиГС (Москва), ИБДА

Факультет Международных отношений

Международные отношения: политика, экономика, бизнес, 1

курс

E-mail: kazakov780@gmail.com

Телефон: +7(977)3004964

Kazakov Kirill Alexeyevich

The Department of International Relations

International relations: politics, economics, business, 1 year

E-mail: kazakov780@gmail.com

Phone: +7(977)3004964

## **Роль социальных сетей в политических процессах на Евразийском пространстве**

**Аннотация.** В докладе рассмотрены особенности современных международных и внутригосударственных политических процессов. Проанализированы особенности социальных сетей. Выявлены и обоснованы возможности использования социальных сетей для организации протестов, мобилизации населения перед выборами. На основе проведенного исследования автором сделаны выводы о роли социальных сетей в арабской весне, “Революции через социальную сеть” и выборах Президента РФ в 2018 г.

**Ключевые слова.** Социальные сети, политические процессы, Ближний Восток, Республика Беларусь, Российская Федерация, арабская весна, “Революция через социальную сеть”, выборы Президента Российской Федерации.

## **The role of social networks in political process in the Eurasian space**

**Abstract.** The report examines the features of modern international and domestic political processes. The features of social networks are analyzed. The possibilities of using social networks for organizing protests, mobilizing the population before the elections, have been identified and justified. Based on the study, the author made conclusions about the role of social networks in the Arab Spring, the "Revolution through the social network" and the election of the President of the Russian Federation in 2018.

**Keywords.** Social networks, political processes, the Middle East, the Republic of Belarus, the Russian Federation, the Arab Spring, the "Revolution through the social network", the election of the President of the Russian Federation.

Информационная революция, произошедшая в мире, привела к глобализации информационного пространства. Ранее степень могущества государства определялось его военной мощью и достижениями в экономической сфере, а в последние годы оно стало определяться возможностями хранения, обработки и распространения различных видов информации. В связи с развитием Интернета появились новые средства коммуникации - социальные сети, такие как Facebook (2004), Twitter (2006), ВКонтакте (2006), Instagram(2010) и др. [2]

В то же время глобализация современного мира привела к изменениям и в мировых и внутренних политических процессах в разных государствах. Формирование многополярного мира, падение роли международного права в урегулировании конфликтов, неспособность старых элит приспособиться к современным реалиям и ряд других

факторов привели к ряду политических кризисов, активную роль в которых играют социальные сети. [1]

Социальные сети как инструмент организации протеста были впервые использованы в рамках арабской весны. Несмотря на различие в уровне благосостояния населения ближневосточных стран все их объединяет общее культурное и религиозное наследие, поэтому социальные сети оказывают схожее влияние на молодежь данных государств. В связи с тем, что традиционные СМИ не дают развернутой информации и для старшего поколения основным источником информации по-прежнему остается пятничная проповедь имама, гражданское общество в большинстве исламских стран является очень закрытым. Поэтому единственная возможность для молодежи вышеописанных государств донести свою позицию - высказывание ее в социальных сетях, что расценивается ими как попытка изменить многовековой традиционный уклад.[3]

Однако на территории Евразии была всего одна успешная попытка организации протестов с помощью социальных сетей в рамках арабской весны: организация протестного марша в Бейруте 27 февраля 2011 г. через социальную сеть Facebook. Главной причиной невозможности активного использования социальных сетей в тот момент стали его недоступность большинству населения и их блокировка со стороны властей.<sup>1</sup>

Первой успешной попыткой организации полномасштабных протестов с помощью социальных сетей была “Революция через социальные сети”, произошедшая в Республике Беларусь летом 2011 г. Несмотря на то, что участники не добились поставленных целей, необходимо отметить то, что все ее акции в рамках данного протестного

---

1 . Arab Social Media Report Volume Two: Facebook and Twitter Use 2011. [Электронный ресурс] // Wamda 2011. 6 сентября. URL: <http://www.wamda.com/2011/09/arab-social-media-report-volume-two-facebook-and-twitter-use-2011> (дата обращения: 01.04.2018).



движения координировались через социальные сети, что показывает эффективность их использования для координации протестов.<sup>2</sup>

Сегодня социальные сети активно используют не только оппозиционные силы в рамках внутригосударственных политических процессов, но и представители власти. Примером этого является активная кампания по привлечению на выборы Президента РФ молодежи с помощью социальных сетей. Данную кампанию можно назвать успешной, т.к. вопреки прогнозам большинства экспертов, озвученных в начале президентской гонки, явка была выше, чем на выборах Президента РФ в 2012.

#### **Библиографический список:**

1. Калюжный В.Г. Многополярный мир: реальность и перспективы // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия История. Политология. Экономика. Информатика. 2011. №7. - С. 235-239.

2. Работа группы "Революция через социальные сети" "Вконтакте" заблокирована. [Электронный ресурс] // 42.TUT.BY 2011. 2 июля. URL: <https://42.tut.by/233133> (дата обращения: 01.04.2018).

3. Сазанов В.М. Социальные сети как новая общественная сфера. Системный анализ и прогноз. - М.: Лаборатория СВМ, 2010.

4. Arab Social Media Report Volume Two: Facebook and Twitter Use 2011. [Электронный ресурс] // Wamda 2011. 6 сентября. URL: <http://www.wamda.com/2011/09/arab-social-media-report-volume-two-facebook-and-twitter-use-2011> (дата обращения: 01.04.2018).

5. Stepanova E. The Role of Information Communication Technologies in the "Arab Spring" // PONARS Eurasia Policy Memo 2011 №159.

---

<sup>2</sup> . Работа группы "Революция через социальные сети" "Вконтакте" заблокирована. [Электронный ресурс] // 42.TUT.BY 2011. 2 июля. URL: <https://42.tut.by/233133> (дата обращения: 01.04.2018).



**Каримова Лилия Сергеевна**

Университет Управления «ТИСБИ» (Казань),

Гуманитарный факультет,

Кафедра международных отношений, 4 курс

E-mail: Lilylotosli@gmail.com

Телефон: +7 (987) 209-22-05

## **Роль высоких технологий в эволюции политической власти непризнанных государств Африканского континента**

**Аннотация.** В работе исследуются основные аспекты осуществления политической власти с помощью развития электронных технологий в непризнанных государствах Африканского континента.

**Ключевые слова.** Африка, непризнанные государства, информационные технологии, «электронное правительство», Интернет, веб-сайт, Сахарская Арабская Демократическая Республика, Республика Биафра, Азавад, Сомалиленд.

The role of high technology in the evolution of political power of the unrecognized African states

**Abstract.** The article explores the main aspects of the implementation of political power through the development of electronic technologies in unrecognized States of the African continent.

**Keywords.** Africa, unrecognized States, informational technologies, e-government, Internet, website, Sahrawi Arab Democratic Republic, Republic of Biafra, Azawad, Somaliland.

Человечество в XXI в. перешло на новую ступень развития, на которой усиливается роль высоких технологий. Говоря о политической



арене, необходимо учитывать тот факт, что влияние технологий может быть, как положительным, когда гражданин напрямую и легально влияет на политическую власть, используя свои права и свободы в демократическом государстве, так и негативным, когда государственная власть превращается в тоталитарное «интернет-правительство», отслеживая каждый шаг населения, усиливая известное противостояние между гражданскими свободами и обеспечением безопасности в пользу последнего.

Политическая карта мира в XXI в. представляется четко разделенной на субъекты (государства), имеющие признание на международном уровне, чьи контролируемые территории очерчены границами, согласованными международным правом. Однако, более пристальный взгляд на территориальные и политические структуры обнаруживает периодическое отклонение от нормы, не соответствующее данной модели, являющейся фундаментом международных отношений. Эти самые «отклонения» представляют собой так называемые "непризнанные государства", и они практически ежедневно напоминают о своем существовании в средствах массовой информации и сети «Интернет» в связи с происходящими в мире событиями.

Не располагая признанием со стороны других государств, не соответствуя весьма абстрактным критериям признания, ведь в политической практике нет формально признанного механизма, посредством которого непризнанные государства на законных основаниях могут осуществить переход к государству признанному, непризнанное государство ищет выходы в альтернативных вариантах осуществления своей внешне- и внутривнутриполитической деятельности, ключевым из которых в современном мире является сеть «Интернет».

«Благами» технического прогресса пользуются не только такие субъекты, как государства с ограниченным признанием, но и многие

сверхдержавы, формируя «интернет-правительство» или «электронное государство» для облегченного и более тесного взаимодействия между правительством и жителями страны. Так, например, Эстонская Республика, является единственным государством мира, где 99% общественных услуг доступны онлайн.<sup>22</sup> На наш взгляд необходимо отметить, что для развитых государств такое воздействие является проявлением усовершенствования правительственной системы, а для государств с ограниченным признанием зачастую единственной легальной возможностью борьбы за независимость.

Тенденция проведения подобной политики в сети «Интернет», естественно, затронула и Африканский континент. На данный момент практически все политические субъекты региона, чье существование ставится под сомнение, имеют собственные веб-сайты.

Одним из наиболее успешных в плане признания государств, является Сахарская Арабская Демократическая Республика (САДР). 84 государства по всему миру признали САДР, 30 из них в дальнейшем отменили факт признания, а 8 государств - заморозили. В конечном счете в мире насчитывается 46 государств, поддерживающих свое признание к 2017 году.<sup>23</sup> 21 признание на данный момент принадлежит членам Африканского Союза, в который в 1984 г. (тогда это была Организация Африканского Единства) была принята САДР.

В настоящее время САДР имеет не только амбиции, свойственные любому «новообразованию», стремящемуся к независимости, но и практически все признаки государственности, в том числе соответствие критериям суверенного государства Конвенции Монтевидео «О правах и обязанностях государств» 1933 г.:<sup>24</sup>

---

22 Электронное государство. Официальный сайт «E-Estonia»: [www.e-estonia.com]. <https://e-estonia.com/solutions/e-governance/> (Дата обращения 08.06.2018)

23 <http://www.spsrasd.info/news/ru/articles/revue-de-presses>

24 <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/387810>



- 1) постоянное население;
- 2) определенная территория;
- 3) собственное правительство;
- 4) способность к вступлению в отношения с другими государствами.

Несмотря на соблюдение всех перечисленных правил, фактическое отделение непризнанного государства не может сделать его законным или легитимным в международном обществе. В связи с этим САДР проводит свою политику неформальным образом, создавая не только местные органы власти в Тиндуфе (на территории Алжирской Народной Демократической Республики), но и посредством создания «Электронного правительства» в сети «Интернет», где нет определенных законов и правовых критериев. В качестве сторонней поддержки, у САДР существуют официальные интернет-представительства в разных странах, в том числе и в Российской Федерации.<sup>25</sup> Безусловно, веб-сайт способствует развитию неофициальных контактов представителей частично признанного государства САДР (Фронт Полисарио) и Российской Федерации.

Официальный веб-сайт Представительства САДР в России содержит исчерпывающую информацию, связанную с государственным устройством, формированием внутренней политики и дипломатическими контактами. Функционал веб-сайта позволяет ознакомиться с историей образования САДР, географическим положением, современным состоянием дел на оккупированных Королевством Марокко территориях и в лагерях беженцев, находящихся на территории Алжира. Кроме того, здесь можно найти актуальную информацию о решениях о и деятельности Фронта Полисарио, ознакомиться с Конституцией государства и узнать,

---

<sup>25</sup> Официальный сайт Представительства Сахарской Арабской Демократической Республики в России.  
<http://sadr-russia.ru/>



какие государства поддерживают деятельность САДР.<sup>26</sup> Некоторые официальные веб-сайты (Африканского Союза, Международной организации по контролю над природными ресурсами Западной Сахары, Миссии ООН по проведению Референдума в Западной Сахаре и др.), принимая условия и действия Фронта Полисарио, размещают ссылки на электронные ресурсы правительства и представительства САДР.<sup>2728</sup>

Несомненно, такая неформальная связь в интернет-пространстве способствует борьбе за независимость, ведь на веб-сайте официального информационного агентства САДР освещаются события, происходящие на территории Западной Сахары, не рассматриваемые СМИ других стран.

Другим примером активного использования Интернета является деятельность самопровозглашённого государства Сомалиленд. В 1991 г., после свержения авторитарного режима Сиада Барре, Сомалиленд стал автономным образованием в регионе Африканского Рога, после одностороннего провозглашения независимости от Сомали. За последние 18 лет Сомалиленд сумел проявить себя как «оазис стабильности в хаотической сомалийской региональной среде»,<sup>29</sup> сумев создать относительно жизнеспособные учреждения, которые стали основой для создания государственной системы. Однако достижения Сомалиленда омрачены отсутствием международного признания его государственности, а также наличием территориального спора с соседним Пунтлендом.

В мае 2000 г. был создан официальный сайт Правительства Республики Сомалиленд. Главная страница веб-сайта Правительства Сомалиленда представляет собой функциональную структуру, в которой без труда можно найти всю интересующую информацию о непризнанном

---

26 Официальный сайт Представительства Сахарской Арабской Демократической Республики в России.  
<http://sadr-russia.ru/>

27 Официальный сайт Миссии ООН по проведению Референдума в Западной Сахаре.  
<http://www.un.org/ru/peacekeeping/missions/minurso/>

28 Официальный сайт Международной организации по контролю над природными ресурсами.  
<http://wsrw.org/>

29 Kaplan P. The remarkable story of Somaliland, 2009. – p. 79.





государстве. Один из подпунктов меню – базовые сведения о территории, включающая в себя исторические, экономические, культурные и географические аспекты. На сайте можно ознакомиться с «интернет-правительством», получить представление о законодательной, исполнительной и судебной ветвях власти Республики Сомалиленд. Согласно информации веб-сайта, правительство Республики Сомалиленд состоит из 26 Министерств, которые формируются для осуществления деятельности соответствующих департаментов, возглавляемых Кабинетом Министров и избираются Президентом главным образом из числа избранных членов парламента.<sup>30</sup>

Республика Биафра, самопровозглашенное и частично признанное государство на юго-востоке Федеративной Республики Нигерии, после поражения в борьбе за независимость в 1970 г., вновь прикладывает усилия к обретению независимости, используя современные источники агитации и пропаганды. Онлайн-радиостанция «Радио Биафры», которую возглавляет Ннамди Кану, лидер политической группировки «Коренные народы Биафры» сотрудничающей с «Движением за восстановление суверенного государства Биафра»,<sup>31</sup> свободно транслируется в 170-ти странах мира, включая Российскую Федерацию.<sup>32</sup> В сети Интернет существует и официальный веб-сайт коренных народов Биафры (ИРОВ – Indigenous Peoples of Biafra),<sup>33</sup> который также распространяет идеи обосновывающие необходимость отделения от Нигерии.

Далеко не последним примером активного использования сети Интернет в политических целях и развития проекта электронного правительства, может служить деятельность самопровозглашенного Независимого Государства Азавад. Действуя преимущественно на северо-

---

30 <http://somalilandgov.com/govt-ministries/>

31 <https://www.facebook.com/radiobiafra/>

32 <http://www.liveonlineradio.net/ru/english/radio-biafra.htm>

33 <http://www.ipob.org/>





востоке Республики Мали представители Национального движения за независимость Азавада на официальном веб-сайте «Движение за национальное освобождение Азавада» позиционируют себя как независимое государство, располагающее всем комплексом структур и учреждений, существующих в «полноценных» странах.<sup>34</sup> На сайте можно ознакомиться со всеми основополагающими документами, деятельностью движения, а также с новостями политической жизни региона.<sup>35</sup>

Таким образом, благодаря развитию информационных технологий, такие «новообразования», как частично признанные и непризнанные государства, могут проводить свой политический курс в практически неконтролируемом пространстве – сети Интернет. Таким образом высокие технологии в настоящее время - это альтернативная возможность развития новых субъектов политической жизни, желающих по той или иной причине (экономической, этнической, культурной или религиозной) выйти из состава того или иного государства и организовать собственную автономную власть. Дальнейшая эволюция информационных технологий, несомненно, предоставит большие возможности по выводу на новый уровень проблемы признания новых государств и развития столь сложноорганизованного континента при должном соблюдении или даже вопреки нормам международного права.

### **Библиографический список:**

1. Электронное государство. Официальный сайт «E-Estonia»: [www.e-estonia.com]. <https://e-estonia.com/solutions/e-governance/> (Дата обращения 08.06.2018)
2. <http://www.spsrasd.info/news/ru/articles/revue-de-presses>
3. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/387810>

---

34 <http://mnlamov.net/actualites/517-coordination-des-mouvements-de-l-azawad-cma-4.html>

35 <http://mnlamov.net/actualites/517-coordination-des-mouvements-de-l-azawad-cma-4.html>



4. Официальный сайт Представительства Сахарской Арабской Демократической Республики в России. <http://sadr-russia.ru/>
5. Официальный сайт Миссии ООН по проведению Референдума в Западной Сахаре. <http://www.un.org/ru/peacekeeping/missions/minurso/>
6. Kaplan P. The remarkable story of Somaliland, 2009. – p. 79.
7. <http://somalilandgov.com/govt-ministries/>
8. <https://www.facebook.com/radiobiafra/>
9. <http://www.liveonlineradio.net/ru/english/radio-biafra.htm>
10. <http://www.ipob.org/>
11. <http://mnlamov.net/actualites/517-coordination-des-mouvements-de-l-azawad-cma-4.html>



**Архипова Ольга Дмитриевна**

РАНХиГС (Москва), ИБДА

Факультет международных отношений

Международные отношения: политика, экономика, бизнес, 4 курс

Email: olya.arkhipovaaa@gmail.com

Телефон: +7 (903) 292-87-71

### **Бизнес-переход от информационной эпохи в цифровую**

**Аннотация.** В данной статье высказывается тезис о том, что рано или поздно любое предприятие можно будет считать ИТ компанией, какие шаги необходимо предпринять для успешно трансформации и как цифровизация влияет на роль ИТ директоров в управлении предприятием.

**Ключевые слова:** Цифровая трансформация, информационная эпоха, цифровая эпоха, бизнес эпоха.

### **Business transition from the information era to digital**

**Abstract.** In this article, the tests that in the nearest future can be considered a IT enterprise, what steps need to be taken to successfully transform and how digitalization affects the role to IT directors in enterprise management.

**Keywords:** Digital transformation, information age, digital age, business era

Если верить словам Германа Грефа, то переход от информационной эпохи в цифровую произошел на наших глазах, в корни изменив базовое понимание бизнеса. На наших глазах любое предприятие проходит процесс трансформации в цифровую компанию. Например, сельскохозяйственный бизнес, который считался максимально отдаленным от какой-либо

информатизации, сейчас конкурентен только за счет разного вида роботизации, которая вся построена на цифровых технологиях. Также, в ближайшее время у транспортных компаний отпадет необходимость в найме персонала, повсеместно идет разработка беспилотных автобусов и автомобилей. Что же это может значить для бизнеса? Безусловно, для некоторых отраслей это снижение издержек, для других это рост выручки и, как следствие прибыли. Многие эксперты полагают, что максимальной пользы от инвестиций в ИТ блоки можно добиться только путем переоценки отношения к цифровым инициативам и внимательно изучить все этапы взаимодействия с клиентом и сосредоточить внимание на пользовательском опыте<sup>36\*</sup>.

В сложном процессе взаимодействия между машиной и человеком, неизбежно возникают новые процессы, новые решения и новые роли. Важно отметить, что за последние десять лет процент компаний, руководство которых считает, что оно должно нести ответственность за внедрение и развитие цифровых технологий вырос в двое, а роль ИТ директоров кардинально изменилась, сегодня практически невозможно не учитывать голос ИТ директора в разработке стратегии. Чем выше темпы цифровизации компании, тем стремительнее растет роль ИТ директора. Возможно, в ближайшем будущем СIO займет роль CEO так как, как правило, последние обладают широким спектром знаний в областях экономики и менеджмента, но не имеют должного опыта работы с цифровыми системами. Понимание того, как организовать принятие решения на основе того, что подсказывает

---

36

Digital IQ research 2017 <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/digital-iq.html>

искусственный интеллект становится важнее традиционных управленческих подходов.

10 лет назад компания PricewaterhouseCoopers организовала ежегодное исследование в области цифровизации, призванное ответить на вопрос насколько компании способны поставить достижения ИТ себе на службу и извлекать из этого пользу - индекс Digital IQ. Согласно данным юбилейного исследования, в целом компании оценивают свой индекс Digital IQ свыше 50%. Если говорить конкретнее то 56% в России и около 52% в мире. При этом, эксперты PwC считают, что за последние несколько лет показатели Digital IQ существенно снизились. Основная причина - предприятия не могут успеть за ускоряющимися темпами введения новых стандартов<sup>37</sup>.

Существует ли какие то конкретные шаги для совершения успешной диджитализации предприятия? Профессора MIT в своем исследовании «Цифровая трансформация: дорожная карта для организации с миллиардными оборотами» уверенно отвечают на этот вопрос «Да». Согласно их исследованию, существует девять критериев успешной трансформации\*<sup>38</sup>, которые можно сгруппировать на три фундаментальных блока: бизнес-модели, операционные процессы и клиентский опыт, но я бы предпочла особенно выделить два из них, так в моем понимании понятия бизнес-моделей и операционных процессов неразрывно связаны друг с другом.

---

37 PricewaterhouseCoopers Всемирное исследование Digital IQ за 2017 год <https://www.pwc.ru/ru/publications/digital-iq.html>

38 George Westerman, Didier Bonnet and Andrew [https://sloanreview.mit.edu/article/the-nine-elements-of-digital-transformation/?social\\_token=d65abc6db70ba459408562abb8de32bc&utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=sm-direct](https://sloanreview.mit.edu/article/the-nine-elements-of-digital-transformation/?social_token=d65abc6db70ba459408562abb8de32bc&utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=sm-direct)

*Под пониманием клиентского опыта* попадают любые нововведения с использованием ИТ-технологий, направленные на то, чтобы как можно больше, и как можно точнее знать о своих клиентах. Что им нравится, а что нет. Когда они чувствуют себя счастливыми, а что их раздражает. Сюда же можно отнести, меры, направленные на продвижение бренда. В качестве примера, можно привести «Большие данные» возможности которых позволяет определить с высокой точностью вероятность покупки того или иного продукта, тем или иным клиентом, такой способ часто применяется в банковской сфере. Однако, в этой сфере скрывается дилемма морально-этического характера, которую ни государства, ни ученые пока не разрешили. Не ясно где проходит грань между желанием продать свой продукт (с большой степенью вероятности нужный данному человеку здесь и сейчас) и вмешательством в личную жизнь.

*Операционные процессы.* Это все, что за счет ИТ позволяет сократить стоимость операционных процессов, повысить производительность и получить некий новый уровень детализации первичных данных для более глубокого и вдумчивого анализа. Первое, что хочется привести в качестве примера - переход на безбумажные технологии. Здесь и мобильность сотрудников, включая топ-менеджеров, для которых разработана масса планшетных приложений, позволяющих прекратить печать отчетности в виде альбомов и томов. Здесь и облачные технология хранения документации с встроенными системами резервирования информации, позволяющие прекратить документирование на бумаге. Здесь и системы электронного документооборота, также позволяющие отказаться от печати и хранения бумаги. И наконец, возможности безбумажного заключения сделок и контрактов с использованием электронно-цифровой подписи или технологии

блокчейн или же автоматизация процессов (как на производстве, так и в других сферах) - с момента появления компьютеров стала существенным способом сокращения/оптимизации затрат и/или повышения качества продукции. Начиная еще с первых станков с программным управлением (ЧПУ). За последние 50-60 лет, человечество достигло в этом заметного прогресса.

Авторы исследования, с одной стороны сравнивают эти шаги с кирпичами, необходимыми для постройки дома, а с другой стороны, отмечаю, что ни одна компания в мире не прошла все девять шагов, это связано с тем, что руководители предприятий, выборочно относятся к данным шагам в зависимости от специфики своей организации и рода деятельности.

### **Библиографический список:**

1. Digital IQ research 2017 <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/digital-iq.html>
2. PricewaterhouseCoopers Всемирное исследование Digital IQ за 2017 год <https://www.pwc.ru/ru/publications/digital-iq.html>
3. George Westerman, Didier Bonnet and Andrew [https://sloanreview.mit.edu/article/the-nine-elements-of-digital-transformation/?social\\_token=d65abc6db70ba459408562abb8de32bc&utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=sm-direct](https://sloanreview.mit.edu/article/the-nine-elements-of-digital-transformation/?social_token=d65abc6db70ba459408562abb8de32bc&utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=sm-direct)