ВЕСТНИК

САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

 N^{o} 1 / 2022

УДК 338.2+330/336+316 ББК 72 В 38-7

ВЕСТНИК

Самарского муниципального института управления № 1 / 2022

Теоретический и научно-методический журнал Основан в 2002 г.
Выходит 4 раза в год
Учредитель журнала:

Автономная некоммерческая организация высшего образования Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка»

Главный редактор (председатель Редакционного совета журнала)

В. Г. Чумак, д-р социол. наук, профессор, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации (Самара, Россия)

Зам. главного редактора (*зам. председателя Редакционного совета журнала*) В. М. Рамзаев, д-р экон. наук, доцент (Самара, Россия)

Члены Редакционного совета журнала:

Ю. П. Анисимов, д-р экон. наук, профессор (Воронеж, Россия);

С. М. Ахметов, д-р техн. наук, профессор

(Атырау, Республика Казахстан);

Н. А. Боброва, д-р юрид. наук, профессор,

(Тольятти, Россия);

А. Л. Гапоненко, д-р экон. наук, профессор (Москва, Россия);

Б. Н. Герасимов, д-р экон. наук, профессор (Самара, Россия);

В. И. Дровянников, д-р экон. наук, доцент (Самара, Россия);

С. А. Дятлов, д-р экон. наук, профессор,

(Санкт-Петербург, Россия);

Е. В. Иода, д-р экон. наук, профессор

(Липецк, Россия);

Г. А. Лукс, д-р социол. наук, доцент

(Самара, Россия);

Е. Г. Попкова, д-р экон. наук, профессор

(Волгоград, Россия);

А. Г. Шеломенцев, д-р экон. наук, профессор

(Екатеринбург, Россия);

Н. П. Щукина, д-р социол. наук, профессор

(Самара, Россия)

Отв. секретарь И. Ю. Кузьмина

В 38-7 2022. — № 1. — 138 с.

УДК 338.2+330/336+316 ББК 72

Журнал включен ВАК при Минобрнауки России в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

Журнал индексируется РИНЦ (Россия) и Ulrich's Periodical Directory (USA), реферируется ВИНИТИ РАН (Россия).

Полнотекстовый доступ к статьям журнала осуществляется на сайте журнала и на сайте Научной электронной библиотеки (http://elibrary.ru/).

Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

Приглашаем на наш сайт www.imi-samara.ru, где вы найдете информацию о журнале Подписной индекс по каталогу «Роспечать» 42233

ISSN 2071-9558 (Print) © Все права принадлежат авторам публикуемых статей

ISSN 2411-8656 (Online) © АНО ВО Университет «МИР», 2022

ВЕСТНИК

САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

СОДЕРЖАНИЕ

JKU	ном	ика	иу	IIPA.	ВЛЕ	ниев	з соці	иАЛ	ьных	иэн	коно	МИЧ	ЕСКИ	х сис	TEM	IAX
N //	_								U							

Трансформация института банкротства в России Сыщикова Т. Л., Загзина Е. И.	62
Экономическая теория, финансы, бухучет	
Макаров А. А., Андреева В. В., Гревцев О. И	55
в условиях цифровизации	
студентов направления «Юриспруденция»	
Проблемы обучения информационным технологиям	
Карпова Т. П., Петрова А. В.	45
«Управление подбором персонала организации»	
Методология исследования подпроцесса	
Селезнев Е. А., Горбунова О. А.	36
безопасности предприятия	
и ее место в обеспечении экономической	
Сущность информационной безопасности	
Лужнова Н. В., Калиева О. М.	26
цифрового маркетинга	
как инструмент продвижения	
Процесс разработки контекстной рекламы	
Лукиянчук И. Н., Хуранов А. Б	18
управления комбинатом питания при вузе	
принимаемых решений на всех уровнях	
Контроллинг как инструмент повышения качества	
Устина Н. А., Карлина А. А.	7
предоставления социальных услуг	_
некоммерческих организаций в ходе	
местного самоуправления и общественных	
Моделирование процесса взаимодействия органов	

Моделирование среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников в России
Нестерова С. И., Балыкова Л. Н.
Covido nonva
Социология
Влияние института образования и образовательных практик на особенности развития женского
бизнеса Республики Казахстан
Орлова Л. В
Социальный капитал молодежи как ресурс
развития региона
Четверикова Н. А.
Влияние цифровизации на ценности молодежи:
теоретический анализ
Косицына С. В.
Формирование внутриорганизационного
и внеорганизационного социального капитала
образовательной организации: от теории к практике
Колмыкова М. А.
Применение адаптированной анкеты HADS
для оценки степени усвоения учебного материала
при дистанционном обучении
Измайлов Е. П., Голубева Н. Д., Климова Е. С. 116
Аннотации на английском языке124
Авторы статей

BULLETIN

OF SAMARA MUNICIPAL INSTITUTE OF MANAGEMENT

CONTENTS

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS
Interaction Process Simulation between Local Self-Government Bodies and Public Non-Profit Organizations during Social Service <i>N. A. Ustina, A. A. Karlina</i>
Controlling as a tool for Improving the Quality of Decision Made at All Levels of Management of the Food Production Facility at the Higher Education Institution <i>I. N. Lukiyanchuk, A. B. Khuranov</i>
The Process of Context Advertising Development as a Tool to Promote Digital Marketing <i>N. V. Luzhnova, O. M. Kalieva</i> 26
Information Security Essence and its Place in Ensuring the Economic Security of an Enterprise E. A. Seleznev, O. A. Gorbunova
Research Methodology of the Sub-process "Staff Recruitment and Selection Management in the Organization" T. P. Karpova, A. V. Petrova
Problems of IT Teaching to Students of Law Department in the Conditions of Digitalization A. A. Makarov, V. V. Andreyeva, O. I. Grevtsev
ECONOMICS, FINANCES, ACCOUNTING
Transformation of Institution of Bankruptcy in Russia T. L. Syschikova, E. I. Zaazina

Simulating the Average Monthly Nominal Accrued Wages of Employees in Russia S. I. Nesterova, L. N. Balykova	70
Sociology	
Influence of the Educational Institute and Educational Practices on the Features of Women's Business Development in the Republic of Kazakhstan <i>L. V. Orlova</i>	83
Youth Social Capital as a Resource for the Development of the Region	
N. A. Chetverikova	89
Impact of Digitalization on the Values of Youth: a Theoretical Analysis S. V. Kositsina	97
Formation of Intra-Organizational and Extra-Organizational Social Capital of Educational Organization: From Theory to Practice M. A. Kolmykova	108
Application of the Adapted HADS Questionnaire to Assess the Degree of Training Material Mastery in Distance Learning <i>E. P. Izmaylov, N. D. Golubeva, E. S. Klimova</i>	
Summaries	124
The authors of the articles	130

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

УДК 334.021:351

© Н. А. Устина¹, А. А. Карлина², 2022

^{1,2} Самарский университет государственного управления «Международный университет рынка» (Университет «МИР»), Россия

> E-mail¹: nina_ustina@mail.ru E-mail²: karlina_anna@mail.ru

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ И ОБЩЕСТВЕННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ХОДЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

В статье представлены результаты работы по проектированию технологии взаимодействия исполнительного органа местного самоуправления с некоммерческими социально ориентированными организациями с целью вовлечения последних в процесс предоставления социальных услуг населению. На основе методологии процессного подхода разработана процессная модель выявления и консолидации возможностей и ресурсов некоммерческих социально ориентированных организаций и направление данных ресурсов на проектирование новых социальных услуг населению.

Ключевые слова: некоммерческие социально ориентированные организации, социальные услуги, исполнительные органы местного самоуправления.

Введение

На данный момент уровень включенности некоммерческих общественных организаций в процесс разработки и реализации муниципальных программ остается низким. Актуальность данной проблемы определена стратегической линией государственной политики, направленной на достижение целей национальных проектов. Концептуальной установкой реализации национальных проектов является целевое распределение бюджетных ресурсов и активизация внебюджетных источников. Некоммерческие общественные организации в процессе реализации муниципальных программ, завязанных на достижение целей национальных проектов, могут стать источником человеческих, интеллектуальных и организационных

ресурсов, обеспечивающих количество и масштаб предоставляемых населению общественных благ и социальных услуг. Это подтверждается как лучшими муниципальными практиками, так и научными исследованиями [1, 2, 5, 6].

Другой стороной проблемы является необходимость поддержки некоммерческих общественных организаций со стороны органов власти как эффективного института развития гражданского общества и общественной активности. В то же время не все некоммерческие организации имеют доступ к получению субсидий на свою деятельность. Финансовые потоки, выделяемые из бюджета города на реализацию социальных услуг, не совершенны [2, 3]. Традиционная функциональная система построения деятельности муниципальных органов власти не способна задействовать, привести в активизированное состояние и эффективно использовать возможности некоммерческих общественных организаций. Чтобы работа с общественными организациями по предоставлению социальных услуг достигла поставленных целей, она должна иметь особую конструкцию. Это, в свою очередь, требует изменения стиля управления городом, формирования нового управленческого мышления, направленного не на выполнение должностных инструкций, а на результат, необходимый для местного сообщества. Данная проблема не является новой с точки зрения ее формулировки и осознания и представлена во многих исследованиях [3, 2, 7]. Тем не менее, остается открытым вопрос технологизации процесса взаимодействия органов местного самоуправления с некоммерческими организациями для придания ему устойчивости и эффективности.

В связи с вышесказанным целью данного исследования являлась разработка технологии взаимодействия исполнительных органов местного самоуправления и некоммерческих социально ориентированных организаций, направленной на вовлечение последних в процесс предоставления социальных услуг.

Методология исследования

Организация деятельности муниципальных органов по предоставлению социальных услуг населению через некоммерческие организации (НКО) требует особой технологии, которая обеспечивала бы механизмы использования ресурсов администрации и возможности некоммерческих организаций.

Стандартный процесс предоставления социальных услуг реализуется только в рамках бюджетных ресурсов администрации города и силами при участии структурных подразделений. Инновационный подход к проектированию процесса предоставления со-

циальных услуг населению с участием некоммерческих социально ориентированных организаций предполагает рассмотрение его вне границ исполнительного органа местного самоуправления как локальной организации. Представленный в данной работе подход предполагает создание системы управления процессом предоставления социальных услуг при участии некоммерческих организаций с использованием их ресурсов. Соответственно границы данного процесса расширяются и захватывают в сферу управленческого воздействия не только административные структуры, но и общественные организации.

В качестве методологической платформы построения технологии взаимодействия исполнительного органа местного самоуправления с некоммерческими социально ориентированными организациями был выбран процессный подход. Выбор технологии процессного подхода для построения модели управления социальными услугами определялся его свойствами в повышении уровня доверия населения к власти за счет настройки всего процесса на максимальное удовлетворение потребностей заинтересованных сторон [3]. Преимущества процессного подхода заключается также в способности усовершенствовать систему управления путем придания большей гибкости функциональным системам управления за счет конструирования горизонтальных связей между структурами администрации при взаимодействии с некоммерческими организациями. Методика предполагает оптимизацию системы управления потоком ресурсов, что позволяет рассмотреть ее как механизм выявления скрытых возможностей системы местного самоуправления в повышении качества услуг, предоставляемых населению.

Результаты исследования

Результатом исследования стала разработанная процессная модель взаимодействия исполнительных органов власти с некоммерческими организациями в сфере предоставления социальных услуг населению. Особенность предлагаемой системы процессов состоит в том, что деятельность органов местного самоуправления направлена не на работу с отдельными некоммерческими организациями, а на активизацию максимальных возможностей всего общественного некоммерческого пространства муниципального образования.

На рисунке 1 отображен процесс взаимодействия с общественными организациями в сфере реализации социальных услуг в соответствии с особым жизненным циклом: выявление общественных организаций (создание реестра организаций); консолидация

возможностей органов власти и общественных организаций; предоставление услуги (оказанная услуга).



Puc. 1. Процесс реализации социальных услуг населению с участием некоммерческих организаций

В традиционной бюрократической системе управления данным процессом муниципальными ресурсами может быть обеспечена только та его часть, которая проходит через администрацию города как локальную организацию. Для того чтобы обеспечить весь процесс предоставления социальных услуг населению ресурсами, необходимо задействовать возможности иных субъектов пространства муниципального образования: которые присутствуют на этом пространстве вместе со своими возможностями (рис. 2).



Puc. 2. Процесс предоставления социальных услуг в пространстве административных структур и общественного пространства

Возможности некоммерческих общественных организаций, которые при этом активизируются — это добровольцы с их интеллектуальным и физическим трудовым потенциалом, помещения для

организации мероприятий и предоставления индивидуальных услуг, транспорт, коммуникативные связи с другими некоммерческими организациями и организациями иных юридических форм.

Декомпозиция процесса участия некоммерческих организаций в предоставлении социальных услуг населению осуществлялась в соответствии с пошаговой методикой описания бизнес-процессов в организации.

I шаг. Определение потребителей процесса и их потребности. Основными и непосредственными потребителями процесса предоставления социальных услуг населению являются:

- органы власти местного самоуправления, потребности которых заключаются в расширении сферы предоставления услуг населению (их количество и качество);
- благоприобретатели продуктов процесса в виде новых услуг, оказываемых населению, потребности которых связаны с качеством услуг и их доступностью;
- общественные организации, которые получают дополнительные возможности на осуществление своей деятельности.

II шаг. Определение выходов или продуктов процесса в соответствии с выявленными потребностями.

Первая группа продуктов процесса связана с потребностями благоприобретателей и представляет собой конкретные социальные услуги, оказываемые некоммерческими организациями. Их количество и разнообразие зависят от степени вовлеченности в данный процесс некоммерческих организаций.

Вторая группа продуктов процесса — это ресурсы: во-первых, предоставляемые администрацией города некоммерческим организациям для оказания услуг, во-вторых, ресурсы как результат активизации возможностей НКО.

Отдельная группа продуктов процесса представлена коммуникативными каналами, связывающими всех участников процесса и потребителей его продуктов и необходимыми для получения откликов благоприобретателей, характеризующих степень удовлетворенности результатами процесса основных потребителей его результата.

III шаг. Соотнесение входов и выходов процесса и формирование отдельных подпроцессов, таких как:

- 1) преобразование возможностей общественных организаций в ресурсы для оказания услуг населению;
- 2) предоставление административных услуг по выделению ресурсов некоммерческим организациям;

- 3) реализация мероприятия, результатом которого становится социальная услуга с точки зрения удовлетворения актуальных потребностей населения;
 - 4) проектирование информационных каналов.

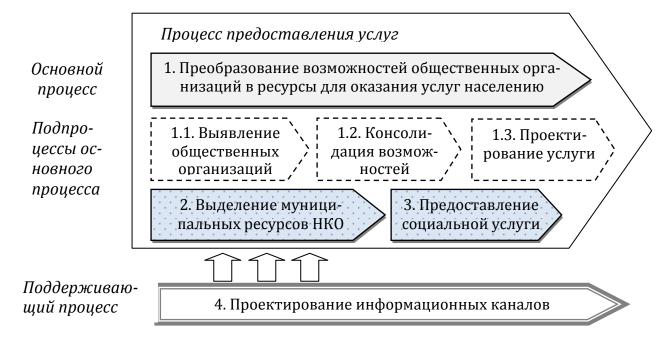


Рис. 3. Схема процессов в процессной модели управления инициативами

Основным в этой схеме процессов является процесс «1. Преобразование возможностей общественных организаций в ресурсы для оказания услуг населению». В этом прямое назначение и миссия проектируемого процесса взаимодействия администрации города и некоммерческих организаций.

Рассмотрим каждый подпроцесс процесса «1. Преобразование возможностей общественных организаций в ресурсы для оказания услуг населению» как последовательность функций с точки зрения ее роли и места в общей модели работы с общественными организациями.

Подпроцесс «1.1. Выявление общественных организаций» как функция рассматриваемого процесса направлен на решение задачи выявления возможностей общественных организаций. Только в этом случае ресурсы общественных организаций могут стать возможностями для органов власти. Результатом этого процесса является создание реестра общественных организаций. Входы процесса выявления общественных организаций — это информация о некоммерческой организации.

Подпроцесс «1.2. Консолидация возможностей» — это центральный подпроцесс с точки зрения жизненного цикла оказания услуг. Выделяя его в отдельную составляющую процесса, мы обозначаем

новый этап в работе с общественными организациями. Основным предназначением действий по консолидации возможностей является объединение возможностей администрации города и общественных организаций. Например, инициатива досуга пожилых людей на базе клуба или инициатива проведения праздников для пенсионеров — каждая из них может представляться к реализации отдельными общественными организациями. Но здесь можно достаточно четко объединить возможности первой инициативы в виде помещения для организации досуга, второй инициативы в виде уже имеющегося ресурса — коллектива художественной самодеятельности пенсионеров.

Подпроцесс «1.3. Проектирование услуги». Основное содержание данной функции — это превращение возможностей, выявленных на предыдущих этапах процесса (возможностей общественных организаций и возможностей администрации) в ресурсы, необходимые для реализации оказания социальных услуг. Основной продукт этого процесса — проект мероприятия на оказание социальных услуг, главным потребителем которого является население, благополучатели.

На этом этапе подключаются новые механизмы, которые переводят возможность в ресурс. Дело в том, что все заявления об имеющихся возможностях для реализации мероприятий по оказанию социальных услуг, полученные на предыдущих этапах процесса, могут стать ресурсами, если будут задействованы особые дополнительные мотивационные механизмы. Таким мотивационным механизмом является осознание собственного выигрыша от реализации мероприятия. Активизация этого механизма происходит во время процедуры разработки проекта мероприятия по оказанию социальной услуги.

Взаимодействие в результате проектирования мероприятия происходит в результате обмена привнесенными возможностями.

Участие административных структур обусловлено ресурсами, которые они вкладывают в проект мероприятия на оказание социальных услуг, а именно:

- собственно бюджетные ресурсы или полномочия в отношении муниципальной собственности;
- организационные и административные ресурсы, носителем которых является администрация города, представители которой представляют интересы всей системы местного самоуправления в использовании результатов инициативы как:
 - механизма повышения доверия населения к власти;
 - механизма капитализации территории и населения.

Выигрыш исполнительных органов власти от взаимодействия с общественными организациями по предоставлению социальных услуг населению выражается:

- во-первых, в потребности организовывать, контролировать ход разработки мероприятия по оказанию социальных услуг и его реализации, выявлять отклонения и дефекты и исправлять их в ходе самого процесса с целью повышения устойчивости проекта;
- во-вторых, в определении показателей результативности мероприятия с точки зрения наличия в нем механизмов, капитализирующих территорию и населения;
- в-третьих, в проектировании коммуникационных каналов реализации мероприятия, с целью получения откликов благоприобретателей.

Возможности общественных организаций для предоставления социальных услуг населению станут ресурсом только в том случае, если носитель ресурсов увидит свой выигрыш от результатов взаимодействия с исполнительными органами власти. Носитель возможностей должен четко видеть: на что он будет тратить свои ресурсы, кто будет благоприобретателями, какие будут результаты взаимодействия. Администрация города в ответ готова выделять субсидии на деятельность общественных организаций. Осознание выигрыша от результатов взаимодействия это путь превращение возможностей в ресурсы.

Таким образом, на данном этапе происходит объединение выигрышей. Осознание выигрыша обеспечивает переход возможностей в ресурсы. Формулирование общего выигрыша, таким образом, обеспечивает большую устойчивость проекту и результативность. Роли всех участников предоставления социальных услуг населению основываются на объединении возможностей и осознания выигрыша от консолидированных действий участников.

В результате этого взаимодействия благополучатели получают более широкий спектр услуг, которые отличаются дешевизной, качеством и адресностью.

Процесс «3. Предоставление социальной услуги» является отдельным самостоятельным процессом в рамках процессной модели взаимодействия исполнительных органов власти и некоммерческих организаций по предоставлению социальных услуг населению. Его самостоятельность связана со сменой владельца процесса. Владельцем процесса «1. Преобразование возможностей в ресурсы общественных организаций» является представитель администрации города, организующий работу с общественными организациями. Вла-

дельцем процесса «З. Предоставление социальной услуги» является общественная организация. Процесс «З. Предоставление социальных услуг» осуществляется полностью вне администрации как организационной структуры, силами общественных организаций, но в то же время является составной частью общего процесса предоставления социальных услуг. Деятельность общественных организаций в рамках процесса включает:

- непосредственно реализацию проекта инициативы;
- распространение информации о ходе реализации инициативы и ее результатах;
- организацию получения откликов благополучателей на результаты реализации инициативы.

Процесс предоставления социальных услуг должен запускать механизм откликов. Под откликами в данной модели понимается реакция местного сообщества на продукты и результаты. Носителями откликов являются: сами общественные организации, администрация города и благополучатели. Уровень откликов зависит от масштаба предоставленной услуги, и прежде всего от масштаба «вброшенных» в ее реализацию ресурсов исполнительных органов власти и общественных организаций.

В процессной модели взаимодействия администрации города с общественными организациями по предоставлению социальных услуг населению особое место занимает процесс «4. Проектирование информационных каналов». Информационные каналы становятся механизмом, запускающим отдельные функции и весь процесс в целом.

Данный процесс настраивается на решение трех взаимосвязанных задач.

- 1. Создание информационного пространства вокруг деятельности администрации города и общественных организаций по предоставлению социальных услуг населению, через информирование о ходе реализации инициатив.
- 2. Анализ степени удовлетворенности заинтересованных сторон результатами и ходом процесса предоставления социальных услуг. Задача ориентируется на получение откликов следующих субъектов:
 - участников предоставления социальных услуг;
- благоприобретателей жителей города, которые на себе непосредственно ощущают результат оказанной услуги.

Потребителем этой информации выступают исполнительные органы власти, которые контролируют весь процесс предоставле-

ния социальных услуг населению. Для общественных организаций отклики благоприобретателей — критерий их деятельности.

Процедурами проектирования каналов являются следующие.

- 1. Составление перечня участников коммуникации: поставщиков и потребителей информации, основных и фоновых. Основные поставщики — владельцы информации, непосредственно заинтересованные в ее распространении, фоновые поставщики - это владельцы, чью информацию необходимо дополнительно активизировать. Например, основными поставщиками информации о предоставленной социальной услуге будут ее общественные организации, фоновыми — благоприобретатели. Основными получателями информации являются группы или лица, которым непосредственно адресуется информация. Фоновые пользователи — это пользователи, которые составляют окружение для основных потребителей информации. Выделяют также свободных, имеющих прямой доступ к информации, и обусловленных пользователей, доступ к информации которых возможен при дополнительных условиях. Результатом данной процедуры являются прорисованные каналы коммуникаций между основными участниками коммуникаций.
- 2. Установление направления движения информации по каждому коммуникативному каналу. Результат процедуры прорисовка каналов коммуникации между поставщиков информации, потребителей информации, свободных пользователей информации, обусловленных пользователей информации. Обозначение условий доступа к каналам информации.
- 3. Установление содержания информации, подлежащей передаче по каждому из каналов. Результат процедуры прорисовка формата информации и установление периодичности ее поступления в канал.
- 4. Закрепление каждого из каналов за элементами существующей в городе информационной инфраструктуры.

Выводы

Таким образом, взаимодействие исполнительных органов власти с общественными организациями по предоставлению социальных услуг населению представляет собой систему основных и вспомогательных процессов, где бизнес-процессом является процесс преобразования возможностей в ресурсы для оказания социальных услуг населению.

Представленная модель позволяет охватить все общественные организации, полностью использовать их возможности, что позволит

повысить качество услуг, оказываемых населению, расширить спектр услуг, сделать их дешевле. Также эта модель позволяет охватить больше людей, которые будут получать услуги, увеличивает число благополучателей.

Снижаются затраты города на оказание муниципальных услуг, происходит экономия городского бюджета, что самое главное при увеличении оказываемых услуг. Снижается социальная напряженность, НКО получает возможность для реализации своих функций по оказанию социальных услуг, органы власти управляют механизмом распределения ресурсов.

В результате этого взаимодействия благополучатели получают более широкий спектр услуг, которые отличаются дешевизной, качеством и адресностью.

Литература

- 1. Банникова Н. В. Гражданские инициативы в современном российском городе // Другое поле. Социологические практики / Под ред. Е. Л. Омельченко, С. А. Перфильева. Ульяновск: Средневолжский научный центр, 2000. 320 с.
- 2. Богатырева И. В., Попиков А. А. Современное состояние, проблемы и перспективы развития территориального общественного самоуправления на муниципальном уровне // Вестник Самарского муниципального института управления. 2020. № 2. С. 37-45.
- 3. Ванеев О. Н. Проблемы взаимодействия органов местного (городского) самоуправления c некоммерческими организациями// Конституционное и муниципальное право. 2009. № 23. С. 28-35.
- 4. Карлина А. А., Устина Н. А., Чегуров В. В. Инструменты организации взаимодействия органов местного самоуправления с населением // Вестник Международного института рынка. 2020. № 1. С. 106-111.
- 5. Кинжигалеева А. Я., Сергеева С. Ю. Участие некоммерческих организаций в охране лесов от пожаров // Актуальные проблемы лесного комплекса. 2019. № 55. С. 26-30.
- 6. Модель И. М., Модель Б. С. Самоопределение некоммерческого сектора в гражданском обществе России // Научный ежегодник Института философии и права уральского отделения Российской академии наук. Екатеринбург: УрО РАН, 2001. Вып. 2. С. 192-210.
- 7. Пешкова О. Ю. Голубев С. В., Славгородская М. Ю. Инкубатор социально ориентированных НКО. М.: Грифон, 2016. 96 с.

Статья поступила в редакцию 31.01.22 г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. юрид. наук, доцентом Д.В.Березовским

УДК 658.5+334.02

© И. Н. ЛУКИЯНЧУК¹, А. Б. ХУРАНОВ², 2022

^{1,2} Московский государственный университет пищевых производств (МГУПП), Россия

E-mail ^{1,2}: huranovab@mgupp.ru

КОНТРОЛЛИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРИНИМАЕМЫХ РЕШЕНИЙ НА ВСЕХ УРОВНЯХ УПРАВЛЕНИЯ КОМБИНАТОМ ПИТАНИЯ ПРИ ВУЗЕ

В статье рассматривается новый подход к управлению эффективностью деятельности комбината питания как структурного подразделения вуза: предлагается использование контроллинга в управлении эффективностью деятельности комбината питания на основе изложенной модели управления. Раскрываются причины применения системы контроллинга в управлении комбинатом питания, целевая задача, принципы и преимущества контроллинга. Обоснована возможность использования контроллинга как инструмента повышения качества принимаемых решений на всех уровнях управления эффективностью деятельности комбината питания при вузе. Авторы учитывают интегрированный характер контроллинга и для его построения предлагают использовать инструменты, охватывающие все его подсистемы, что позволяет комплексно и эффективно использовать имеющиеся ресурсы.

Ключевые слова: вуз, комбинат питания, бизнес-единицы, эффективность, управление, качество, система внутреннего контроля, контроллинг.

В состав комбината питания как базового предприятия могут входить следующие бизнес-единицы: ресторан, кафе, столовая и др. Также могут входить цеха по изготовлению полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий для снабжения других предприятий, расположенных в пределах зоны обслуживания. Основная цель комбината питания — накормить потребителей. Однако не всегда выпускаемая продукция является качественной. Основными причинами возникновения некачественной продукции является некачественное сырье, отклонение от технологического процесса, неисправность технологического оборудования и др. Так как в процессе производства образуется определенный процент некачественной продукции, то встает вопрос о необходимости внедрения внутреннего контроля качества продукции на комбинате. Только с помощью контроля можно

выявить проблемы в сфере производства продукции, финансах и т.д. Причем внутренний контроль качества должен осуществляться на всех этапах производства, начиная с момента поступления сырья, из которого состоит продукт, комплектующих материалов и до готовой продукции. Таким образом, необходимо обратить внимание на то, что сегодня эффективное построение и внедрение системы внутреннего контроля качества является актуальным для всех предприятий, стремящихся профессионально построить свой бизнес.

В то же время недостаточная изученность этой проблемы и отсутствие регламента управления комбинатом питания и его структурных бизнес-единиц в вузе приводят к неоправданно высоким затратам на их содержание, использованию устаревшей и неэффективной организации производства и реализации продукции и услуг.

В связи с этим *цель работы* — определить перспективы внедрения контроллинга в управление эффективностью деятельности комбината питания при вузе (*объекте исследования*).

Предмет исследования — контроллинг как инструмент повышения качества принимаемых решений на всех уровнях управления эффективностью деятельности комбината питания.

Организация питания студентов, преподавателей, сотрудников, осуществляемая комбинатом питания, является одним из важнейших условий при осуществлении образовательной деятельности высшего учебного заведения. И как уже говорилось выше — построение и внедрение системы внутреннего контроля качества является актуальным для всех предприятий, в том числе и для комбинатов питания при вузах.

В системе организации внутреннего контроля имеется множество объектов, которые формируют ее целостность. Каждый из этих объектов имеет свою ценность для комбината питания. Перед предприятием встает выбор объекта, который в большей степени влияет на эффективность его деятельности и конкурентоспособность продукции. Таким объектом внутреннего контроля для комбината питания при вузе и является качество продукции, а также затраты на ее обеспечение.

Считаем, что контроль качества продукции на комбинате питания тесно связан с контроллингом, который является неотъемлемой частью системы организации внутреннего контроля и управления предприятием. Контроль — это процесс обеспечения достижения предприятием своих целей, который призван обеспечить правильную оценку реальной ситуации и тем самым создать предпосылки для внесения корректив в запланированные показатели развития

как его отдельных подразделений, так и всего предприятия в целом. Основную задачу контроллинга можно сформулировать как повышение качества принимаемых решений на всех уровнях управления производством, что в свою очередь влияет на качество производимой продукции. Контроллинг является системой управления, направленной на координацию и интеграцию всех функций и объектов управления для формирования, развития и поддержания конкурентных преимуществ предприятия, одним из которых является более высокое качество продукта.

Контроллинг должен уделять особое внимание вопросам обоснования рациональной стратегии взаимоотношений с поставщиками и мониторингу этих взаимоотношений с целью максимально возможного обеспечения требуемого качества поставляемых материалов и полуфабрикатов, что необходимо для поддержания высокого уровня конкурентоспособности продукции предприятия и недопущения случаев брака.

Использование системы контроллинга в управлении комбинатом питания при вузе считаем необходимым, если выявлено следующее:

- 1) неудовлетворительное значение основных экономических показателей финансово-хозяйственной деятельности комбината;
- 2) неопределенность форм хозяйственно-экономических отношений между комбинатом питания и университетом, между бизнес-единицами комбината питания;
- 3) низкий уровень экономической квалификации руководителей бизнес-единиц комбината питания;
- 4) недостаточная прозрачность информации и своевременность ее поступления руководству комбината питания;
- 5) отсутствие системы планирования, бюджетирования и мотивации персонала комбината питания;
 - 6) низкое качество продукции и услуг.

С учетом того, что контроллинг — это система управления, ориентированная на эффективное использование ресурсной базы за счет интегрированной информационно-аналитической, инструментальной и методической поддержки принятия управленческих решений, достижение цели по повышению эффективности деятельности комбината питания можно увязать с применением этой технологии управления.

Целевая задача контроллинга — создание эффективной системы принятия, организации, реализации и контроля управленческих действий [1]. Эта цель достигается путем применения системы планиро-

вания контрольных показателей, контроля их выполнения и мотивации персонала на их достижение. При формировании системы контроллинга следует учитывать следующие основные принципы:

- целенаправленность предполагает ориентацию системы управления и оценки деятельности на социально-экономический результат (эффективность);
- принцип единства (контрольные показатели представляют единую систему, обеспечивающую достижение цели);
- экономичность (достижение цели с оптимальными затратами);
- точность (контрольные показатели должны быть конкретны и обоснованы);
- принцип участия (заинтересованность всех работников комбината питания в выполнении контрольных показателей через систему их мотивации);
- информативность (управленческий учет), система доведения плановых и фактических показателей деятельности комбината питания и его бизнес-единиц должна быть доступна внутренним пользователям в полном объеме и своевременно. Информационное обеспечение системы управления необходимо обеспечить сигнальной системой индикаторов, реагирующих на проблемные ситуации по достижению контрольных показателей.

Использование инструментов контроллинга в управлении эффективностью деятельности комбината питания при вузе может быть наглядно представлено на основе нижеизложенной модели (рис. 1).



Puc. 1. Модель управления эффективностью деятельности комбината питания при вузе

Под моделью управления предлагается логически выстроенная система управления, включающая:

- 1. Учетно-аналитическую систему, в которой формируется учетная политика предприятий питания, регистр счетов (бухгалтерского управленческого учета), система формирования и отображения в учете доходов и расходов, методы анализа и оценки результатов хозяйственно-финансовой деятельности предприятий питания как бизнес-единиц, реализующих определенные бизнес-процессы. Основным вопросом, который встает перед разработчиком модели, является принцип выделения бизнес-процессов. Исходя из определения, принцип выделения процессов один это результат. При выделении бизнес-процессов необходимо следить, чтобы на одном уровне модели присутствовали одноуровневые результаты деятельности, следовательно, и процессы.
- 2. Организационно-распорядительную систему, предусматривающую создание адекватной решаемым задачам организационной структуры управления предприятиями питания в вузах, наделение ее определенными полномочиями, функциями и ответственностью за результаты деятельности предприятий, в том числе по обеспечению студентов, сотрудников и преподавателей полноценным, доступным по цене, рациональным питанием.
- 3. Систему мотивации, стимулирования и оценки труда работников предприятий питания, нацеленных на получение высоких экономических результатов и выполнение социальной миссии по обеспечению питанием студентов, сотрудников и преподавателей.
- 4. Бизнес-планирование по оптимальному развитию предприятий питания в университете с учетом использования в производстве, обслуживании, логистике, управлении современных технологий и техники.
- 5. Информационную составляющую, формирующую структурированное информационное пространство, обеспечивающее своевременно и достоверно сбор, обработку, передачу плановых и фактических данных; подготовку и издание распорядительной и нормативной информации и доведение ее до исполнителей.

В исследованиях Института специалистов по управленческому учету (IMA) выделены следующие составляющие контроллинга, применимые к деятельности предприятий питания в образовательных учреждениях [2]:

— бюджетирование (разработка бюджета доходов и расходов, выделение Центров финансовой ответственности, обеспечивающих безубыточную работу предприятий питания; в нашем случае бюд-

жетирование охватывает обоснование плана выручки, долю затрат на сырье и долю затрат на оплату труда);

- калькуляция себестоимости продукции и услуг (можно выделить, планировать и контролировать затраты как сырье и на оплату труда работников, включая отчисления на социальное страхование; другие затраты по мере внедрения контроллинга также могут быть включены в систему их оценки и планирования);
- управление затратами (планирование, контроль затрат на сырье и оплату труда);
 - контроль и оценка выполнения контрольных показателей.

Учитывая интегрированный характер контроллинга, для его построения необходимо использовать инструменты, которые охватывают все его подсистемы и позволяют комплексно использовать имеющиеся ресурсы.

Преимущество контроллинга обусловлено тем, что он наиболее полно соответствует процессу управления как совокупности следующих взаимосвязанных функций.

Функция планирования — определение результирующих показателей, таких как выручка от продаж, уровень фонда заработной платы в процентах к выручке, уровень расходов на сырье в процентах к выручке, в разрезе структурных подразделений комбината питания.

Функция учета — обеспечение учета операций комбината питания и достоверное определение выручки и контролируемых затрат.

Функция контроля — контроль процесса выполнения контрольных показателей; анализ результатов и принятие корректирующих управленческих решений в целом по комбинату питания и его бизнес-единицам).

Содержание деятельности службы контроллинга определяется возлагаемыми на нее функциями. Функции службы контроллинга определяются стратегией контроллинга, реализуемой в комбинате питания. В соответствии с целевой установкой системы управления комбинатом питания стратегия службы контроллинга может заключаться в координации основных функций или видов деятельности по достижению показателей, обеспечивающих эффективность комбината питания через механизм мотивации труда работников данного предприятия [3].

Практическая работа и внедрение в процесс управления эффективностью деятельности комбинатом питания при вузе контро-

лируемых плановых показателей связана с выполнением службой контроллинга следующих функций:

- планирование контрольных показателей (выручки, уровня затрат на сырье в процентах к выручке, уровня фонда заработной платы в процентах к выручке);
- мониторинг хода производственно-торгового процесса по реализации продукции и услуг;
- анализ отклонений от выполнения заданных плановых показателей;
- корректировка хода производственно-торгового процесса и координация деятельности бизнес-единиц комбината питания на достижение установленных заданий.

Логика включения контроллинга с использованием бюджетирования в систему управления предприятиями питания при вузе базируется на создании единого информационного пространства для принятия управленческих решений на основе одновременного структурирования подсистем планирования, учета, контроля и анализа деятельности по центру финансовой ответственности — комбинату питания, который включает бизнес-единицы. При этом комбинату питания как центру ответственности доводятся контрольные показатели, а его руководство самостоятельно определяет задания и условия оплаты труда (другие стимулы) для всех бизнесединиц, включенных в комбинат. Это позволяет сформировать систему эффективного взаимодействия между функциональными составляющими менеджмента комбината питания, поддерживать замкнутость управленческого цикла.

Для наилучшего достижения установленных целей основными направлениями оперативного контроллинга должны быть:

- оптимизация затрат, в том числе и не включенных в систему контролируемых затрат;
 - увеличение выручки каждой бизнес-единицей;
- оперативное управление материальными и трудовыми ресурсами бизнес-единиц комбината питания и повышение эффективности их использования;
 - оперативное управление денежными потоками;
 - укрепление финансовой дисциплины;

24

- интеграция усилий всех структур, в том числе и не в составе комбината питания, на достижение поставленных краткосрочных целей;
- обеспечение информационно-аналитической поддержки системы управления комбинатом питания, включая и внешний контроль;

– повышение прозрачности внутренних процессов и результатов.

Применение контроллинга на всех уровнях управления комбинатом питания при вузе позволит повысить обоснованность принимаемых управленческих решений и оптимально обеспечить выполнение следующих приоритетных задач:

- 1) организацию согласованной работы всех предприятий питания и увязки вклада каждой бизнес-единицы с конечным финансовым результатом для оценки результативности и эффективности их работы;
- 2) способность повысить материальную заинтересованность работников бизнес-единиц комбината питания в выполнении установленных целевых показателей;
- 3) постоянный мониторинг за контролируемыми показателями центра финансовой ответственности (комбината питания) и бизнес-единиц.

Таким образом, можно отметить, что контроллинг позволяет в полной мере реализовать сервисную функцию по обеспечению планово-информационной и аналитической поддержки менеджмента за счет конкретизации решаемых задач, направленных на достижение установленных целей комбинатом питания.

Литература

- 1. Кульнева И. И., Гусева Л. П., Кульнева З. В. Система управления деятельностью организации контроллинг // Молодой ученый. 2015. № 7 (87). С. 36-40.
- 2. IMA Institute of Management Accountants. URL: https://www.imanet.org/.
- 3. Контроллинг на предприятии: инструменты, цели и задачи // Консалтинговая компания I-Team. URL: https://blog.iteam.ru/kontrolling-na-predpriyatii-instrumenty-tseli-i-zadachi/.

Статья поступила в редакцию 16.03.22 г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. экон. наук М. М. Васильевым УДК 659.1+339.138

© Н. В. Лужнова¹, О. М. Калиева², 2022

1,2 Оренбургский государственный университет (ОГУ), Россия

E-mail 1: nat_val@inbox.ru E-mail 2: kom34@rambler.ru

ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

В статье представлена характеристика современного инструмента продвижения цифрового маркетинга — контекстной рекламы. Обосновано значение научного подхода к исследованию особенностей процесса создания контекстной рекламы. Проведен сравнительный анализ месячного и среднедневного охвата населения России наиболее крупными интернет-ресурсами, разрешенными в стране. Изучены виды контекстной рекламы, даны рекомендации по составлению семантического ядра сайта. Представлен процесс разработки контекстной рекламы с использованием электронного сервиса «Яндекс.Директ». Описаны основные операции для создания контекстной рекламы.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, контекстная реклама, семантическое ядро сайта, электронный сервис «Яндекс.Директ».

Введение

Термин «контекстная реклама» впервые появился в 2001 году с открытием электронного сервиса «Яндекс.Директ», позволявшего рекламодателю разрабатывать и размещать рекламные объявления в информационно-телекоммуникационной сети Интернет самостоятельно, без участия специализированных рекламных агентств [2]. Из-за небольшого срока использования данного рекламного инструмента интернет-маркетинга научных исследований, посвященных особенностям создания и размещения контекстной рекламы, крайне мало.

Актуальность исследования особенностей процесса разработки контекстной рекламы в сети Интернет определяется важностью эффективного использования всех возможностей платных средств интернет-рекламы, в том числе и контекстной рекламы, для оптимизации затрат в период нестабильной экономической ситуации в стране. Считаем, что вложения в интернет-рекламу необходимо рассматривать не как затраты, а как инвестиции, позволяющие реали-

зовывать релевантные маркетинговым задачам организации и особенностям внешней среды и наиболее эффективные форматы рекламных обращений и виды рекламных площадок в электронном пространстве.

Цель настоящей работы заключается в изучении процесса разработки контекстной рекламы как инструмента продвижения цифрового маркетинга с использованием специализированного интернет-сервиса «Яндекс.Директ».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- обосновать выбор специализированного интернет-сервиса «Яндекс.Директ» для изучения процесса разработки контекстной рекламы;
 - изучить виды контекстной рекламы;
- выявить факторы, формирующие контекст выбора цифровых ресурсов для показа контекстной рекламы;
- описать основные этапы создания и размещения контекстной рекламы в интернет-сервисе «Яндекс.Директ».

Предмет исследования — особенности процесса разработки контекстной рекламы (объекта исследования).

Методология данного исследования базируется на анализе и синтезе вторичных данных исследовательских компаний, результаты которых определяют важность изучения процесса разработки контекстной рекламы с помощью специализированного сервиса «Яндекс.Директ».

Результаты исследования

Международная сеть компаний РwC, предлагающая услуги в области консалтинга и аудита, отмечает, что в РФ сегмент контекстной рекламы остается крупнейшим на рынке российской интернет-рекламы. В 2019 г. прирост объемов контекстной рекламы по сравнению с 2018 г. достиг 11,8%, что в абсолютном измерении составляет 1,9 млрд долл. США. По прогнозам компании к 2024 году объем продаж контекстной рекламы достигнет 2,5 млрд долл. США со среднегодовым темпом прироста 6% [8]. Снижение темпов прироста объясняется сокращением объемов продаж товаров предварительного выбора и некоторых услуг в сети из-за пандемии COVID-19, а также вхождением многих секторов российской экономики в стадию зрелости [4].

Исходя из оценок, полученных в результате исследования рынка интернет-рекламы 2017-2020 гг. IAB Russia и PwC, 75-80% контекстной рекламы в российском сегменте информационно-телеком-муникационной сети Интернет приходится на долю интернет-сервиса «Яндекс.Директ» [6]. Именно цифровая экосистема Яндекс является интернет-ресурсом, обеспечивающим максимальный охват российского населения в сети Интернет. Примером этому может служить тот факт, что в январе 2022 г. около 77% населения России старше 12 лет использовали ресурсы Яндекса для решения своих задач хотя бы один раз в месяц [7].

В таблице 1 представлено сравнение месячного и среднедневного охвата населения России различными разрешенными в стране интернет-ресурсами.

Таблица 1 Сравнительный анализ месячного и среднедневного охвата населения России наиболее крупными интернет-ресурсами, разрешенными в стране

	Месячнь	ıŭ ovoam	<u>-</u> Среднедневной				
Интопнот	МЕСЯЧНЫ	ни охвині	охват за месяц				
Интернет-	численность	% от чис-	численность	% от чис-			
ресурс	населения,	ленности	населения,	ленности			
	тыс. чел.	населения	тыс. чел.	населения			
Яндекс	93993,2	77	61195,6	50,1			
ВКонтакте	79164,7	64,8	46102,2	37,8			
Сбер	75077,9	61,5	34879,8	28,6			
Mail.ru	70540,1	57,8	22286,4	18,3			
Госуслуги	57268	46,9	8474,9	6,9			

Примечание. Составлено авторами работы [3] по данным исследования Cross Web исследовательской компании Медиаскоп.

Среди маркетологов-практиков отсутствуют разночтения к содержанию дефиниции «контекстная реклама». Четкое определение понятия «контекстная реклама» закреплено законодательно постановлением Арбитражного апелляционного суда в 2012 году [9]. Контекстная реклама — это «вид размещения рекламы в сети Интернет, в основе которой лежит принцип соответствия появления рекламного материала в зависимости от контекста (содержания) просматриваемой пользователем интернет-страницы» [10]. Но некоторые авторы (например, М. А. Николаева [2]) в определении данного понятия отождествляют контекстную рекламу с текстовой. Считаем, что это некорректное сравнение. Контекстная реклама может быть текстовой, текстово-графической, баннерной или медийной, видеоили мультимедийной, но сущностная характеристика контекстной рекламы проявляется в том, что она размещается на определенных цифровых рекламных площадках (поисковых системах, информационных порталах, сайтах с форумами по интересам, социальных сетях) в зависимости от степени совпадения характеристик данных площадок с заранее определенными параметрами — поисковыми запросами пользователей. Поисковая система подбирает наиболее релевантные и адекватные цифровые ресурсы под введенный пользователем поисковый запрос. На выбор подходящих ресурсов и порядок показа гиперссылок на них в результатах выдачи поисковой системы влияет множество факторов: тематика электронных площадок, поведение других посетителей на выбранных площадках, время нахождения посетителей на ресурсе, содержание текста на сайтах, наличие внешних ссылок на данный ресурс. Именно эти факторы и формируют контекст выбора цифровых ресурсов для показа.

Считаем, что «контекстная реклама является очень эффективным способом привлечения целевых посетителей на сайт, которые четко знают свои запросы и определились с брендом товара» [5]. Определено, что специфическими характеристиками контекстной рекламы являются: высокая интерактивность, возможность оперативной корректировки, оплата за действие, сложности с оценкой эффекта из-за отсутствия гарантированного достижения цели [7]. По месту появления контекстную рекламу разделяют на поисковую и тематическую.

Поисковая контекстная реклама появляется на первых позициях в результатах выдачи поисковых систем в ответ на определенный поисковый запрос — слова и словосочетания, введенные пользователем в поисковой строке. При этом пользователю может показываться текстовая реклама, медийно-контекстный баннер, видеореклама или короткие (длительностью до 15 секунд) In-Stemролики, все эти виды поисковой контекстной рекламы представляют собой гиперссылку для перехода пользователей на рекламируемый сайт компании или коммерческое сообщество в социальных сетях. Чем релевантнее, известнее и важнее будет электронный ресурс для потребителей с точки зрения алгоритма выдачи поисковой системы, тем более высокую позицию будет занимать контекстная реклама в результатах выдачи. Также на позицию влияет цена за клик, назначенная рекламодателем, - чем больше готов заплатить рекламодатель, тем выше будет позиция размещения контекстной рекламы.

Тематическая контекстная реклама размещается на различных электронных ресурсах — сайтах, почтовых сервисах, информа-

ционных порталах, сообществах в социальных сетях в зависимости от характеристик и поведения в интернет-среде посетителей данных ресурсов, причем последние не вводили никаких поисковых запросов и не формулировали свой запрос на поиск информации. Тематическая контекстная реклама часто бывает баннерной, нося название «медийно-контекстный баннер». Нужно сказать и о том, что тематическая контекстная реклама активно использует технологии таргетинга и ретаргетинга, например:

- контекстный таргетинг, предполагающий анализ интересов пользователей на всех возможных цифровых ресурсах (чаще всего личных аккаунтов в социальных сетях), изучение открытой социально-демографической информации о пользователях, выявление содержания постов на личных страницах участников социальных сетей, отслеживание сообществ и пабликов, на которые подписан пользователь в конкретной социальной сети, оценка эмоционального поведения (лайки, комментарии, репосты), по результатам которого пользователю показываются медийно-контекстные баннеры в соответствии с выявленным личностным портретом и увлечениями;
- поведенческий таргетинг, при котором система автоматически собирает при помощи изучения соокіе-файлов, находящихся на компьютерах пользователей, заходящих в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет, историю действий потребителя в сети посещенные сайты, время нахождения на конкретном электронном ресурсе, а также введенные запросы в поисковых системах;
- ретаргетинг показ рекламных баннеров пользователям, уже совершившим определенное бизнес-действие в сети, с целью подтолкнуть их к последующим покупкам смежной или обновленной продукции.

Электронные ресурсы для размещения тематической контекстной рекламы подбираются владельцем сервиса по разработке контекстной рекламы, например, цифровой экосистемой Яндекс — среди партнеров, входящих в рекламную сеть Яндекса (РСЯ). Сайты-партнеры РСЯ постоянно меняются, поэтому и размещение контекстной рекламы не имеет четкого плана по выбранным электронным площадкам.

Создание рекламных объявлений, рекламный таргетинг на основе известных характеристик целевой аудитории, выбор параметров размещения контекстной рекламы происходит в специально разработанных цифровыми экосистемами сервисах, в Яндексе для этого используют электронный сервис «Яндекс.Директ». С на-

учной точки зрения слабо изучен механизм наиболее эффективного размещения контекстной рекламы в связи с высокой динамичностью и практикоориентированностью данного процесса. Изучением особенности настройки контекстной рекламы с точки зрения достижения запланированных показателей эффективности занимается эксперт в интернет-рекламе М. Акулич. Исследованию подвергаются показатели: рентабельности как соотношение прибыли и затрат на контекстную рекламу (ROI); конверсии как соотношение количества посетителей сайта, выполнивших полезное действие, и общего количества посетителей сайта (CR); кликабельности как соотношение числа кликов (переходов) и числа показов контекстной рекламы (CTR) [1].

Рассмотрим подробнее процесс создания и размещения контекстной рекламы в интернет-сервисе «Яндекс.Директ».

Подготовительный этап. Работы на данном этапе могут проводиться без использования ресурса «Яндекс.Директ». Сначала выявляются существующие проблемы в бизнесе рекламодателя и формулируется цель разработки контекстной рекламы: увеличение трафика посетителей на сайте, увеличение количества покупателей интернет-магазина, информирование о разовом промо-мероприятии или стимулирование продаж сезонного товара или услуги. Перед запуском рекламной кампании необходимо проанализировать контент и юзабилити (удобство) сайта рекламодателя. Основная задача контекстной рекламы - перевести трафик пользователей поисковых сетей или посетителей других сайтов на сайт рекламодателя. Но контекстная реклама не может гарантировать продажи, большое значение в этом процессе имеет полная и полезная информация о продукции на сайте, удобный для совершения покупок личный кабинет, возможность сравнения разных моделей товаров на сайте, отлаженная процедура оплаты и доставки товара.

Для дальнейшей разработки рекламной кампании в Яндекс. Директе необходимо разработать семантическое ядро сайта — это слова и словосочетания, отражающие специфику деятельности рекламодателя и используемые посетителями поисковых систем для поиска информации о товарах и услугах, схожих с рекламируемыми. Семантическое ядро сайта должно быть органично включено в контент сайта, при этом необходимо использовать поисковые запросы с разным уровнем частотности. Для подбора таких ключевых фраз используется сервис «Яндекс.Вордстат», позволяющий оценить статистику по поисковым запросам пользователей за определенное время и на определенной территории нахождения по-

тенциального покупателя. Также до запуска рекламной кампании необходимо подобрать фото, изображения товаров, составить заголовки и тексты будущих рекламных объявлений с учетом особенностей восприятия информации целевой аудиторией.

Настройка рекламной кампании. На этапе настройки необходимо выбрать тип планируемой рекламной кампании: мастер кампаний, текстово-графические объявления, медийная кампания, реклама мобильных приложений, смарт-баннеры, динамические объявления, баннер на поиске, медийная кампания на главной странице Яндекса или кампания с фиксированным СРМ (Cost per Mille, стоимость за тысячу показов). Рассмотрим подробнее особенности предлагаемых видов рекламных кампаний в системе Яндекс.

Мастер кампаний — это автоматизированный подбор рекламных площадок, разработка рекламных объявлений и таргетинг на основе предоставленных рекламодателем данных об организации (адрес сайта, название организации, сформулированная цель рекламной кампании), при этом алгоритмы искусственного интеллекта подберут наиболее релевантные предложенной рекламодателем цели рекламной кампании площадки для размещения, предложат текст и изображения для рекламных объявлений, дадут рекомендации по максимальной ставке цены за клик. Данным сервисом рекомендуется пользоваться начинающим интернет-маркетологам, без опыта работы и настройки рекламных кампаний в сети. Но для опытных маркетологов автоматизированная настройка накладывает ограничения на выбор стратегии размещения рекламы и корректировку элементов рекламной кампании, поэтому необходимо переходить в режим эксперта.

Текстово-графические объявления представляют собой наиболее стандартный вид контекстной рекламы в поисковой системе, позволяющий настраивать таргетинг по широкому кругу параметров. Медийная кампания предполагает использование видео- и баннерной рекламы, с изображениями, мультимедийным эффектом, интерактивным форматом для формирования или укрепления имиджа рекламодателя как современной и инновационной компании. Реклама мобильных приложений предназначена для ограниченного круга потребителей, ищущих информацию для скачивания и использования полезных приложений для мобильных телефонов и смартфонов, в основном данные рекламные объявления показываются в интернет-магазине мобильных приложений и поисковой системе при соответствующем поиске. Смарт-баннеры предполагают использование готовой информации о продукции или услугах рекламодателей с каталога на сайте, при этом данный вид рекламы используется при ретаргетинге, когда покупатели интернетмагазина ищут информацию в сети, РСЯ показывает им смартбаннеры с аналогичным товаром с сайта рекламодателя. Но для использования такого вида рекламной кампании необходимо иметь полноценные и оперативно обновляющиеся карточки товаров и услуг на сайте. Динамические объявления формируются автоматически на основе информации о компании или продукции на сайте рекламодателя, также требуют постоянного обновления. Баннер на поиске — это медийно-контекстная реклама, размещающаяся в результатах выдачи поисковой системы по конкретному запросу, но в поле справа от основного текста, в виде графического баннера. Медийная кампания на главной станице Яндекса предполагает широкий охват потенциальных потребителей за счет показов большому количеству посетителей поисковой системы, но имеет и большую стоимость по сравнению с другими видами рекламных кампаний. Кампания с фиксированным СРМ предполагает покупку рекламодателем пакета размещения рекламы с неизменяемой стоимостью за тысячу показов, данный вид рекламной кампании похож на классическое размещение видео- и печатной рекламы в традиционных СМИ.

Также на данном этапе определяется стратегия рекламной кампании: оптимизация конверсии, оптимизация кликов, удержание целевой доли рекламных расходов или ручное управление ставками с оптимизацией показов. В зависимости от выбранной стратегии происходит выбор максимальной цены за клик, формирование расписания показов контекстной рекламы и настройка дополнительных параметров (выбор минус-фраз для корректировки показов, указание электронных площадок, на которых запрещены показы, добавление промоакций и т.д.). Особое внимание для последующего отслеживания статистики по реализуемой рекламной кампании необходимо обратить на наличие счетчика аудитории на сайте рекламодателя. Счетчик аудитории вставляется в код главной страницы сайта и собирает информацию об общем количестве посетителей сайта рекламодателя, о количестве посетителей с уникальными ІР-адресами, о времени, проведенном посетителями на сайте, о переходе пользователей на конкретные разделы или страницы сайта. Установить счетчик аудитории можно, воспользовавшись ресурсом «Яндекс.Метрика».

Выбор аудитории. На данном этапе происходит выбор параметров таргетинга для показа рекламных объявлений целевым ау-

диториям рекламного воздействия. При этом выбирается регион показа контекстной рекламы, указываются или подбираются ключевые фразы из семантического ядра сайта, отмечаются интересы и привычки аудитории, происходит ретаргетинг целевого воздействия, указывается максимальная ставка за клик при новых или измененных показах для ограничения расходов на контекстную рекламу в день.

Добавление объявлений. На данном этапе происходит создание рекламных объявлений. Контекстная реклама состоит из заголовка (не более 56 символов), дополнительного заголовка (не более 30 символов), текста объявления (не более 81 символа), изображений (не более 10 картинок в карусели), видео (не более 100Мб, длительностью до 60 секунд) и быстрых ссылок, позволяющих пользователю перейти на конкретную страницу сайта рекламодателя. При создании рекламного обращения справа от основных полей загрузки представлено визуальное отображение разных форматов будущей контекстной рекламы, что очень удобно для разработки качественных и полезных объявлений контекстной рекламы.

Оплата. Итоговым этапом процесса разработки контекстной рекламы является пополнение счета рекламного кошелька на данном ресурсе. Пока депозит не будет пополнен, рекламная кампания не будет запущена. Рекламодатель платит за количество кликов (переходов пользователей по данной контекстной рекламе), не за количество показов. При этом необходимо знать, что расчет стоимости клика в контекстной рекламе идет по принципу аукциона в реальном времени, поэтому цена клика может моментально меняться, если конкурент предложил большую цену за размещение своей рекламы по точно таким же ключевым фразам. Если такое произошло, то настроенная рекламодателем рекламная кампания останавливается, показы не идут, рекламодателю отправляется уведомление о приостановке размещения контекстной рекламы.

Выводы

Таким образом, контекстная реклама является действенным, динамичным и современным инструментом продвижения в интернет-маркетинге. Процесс разработки контекстной рекламы включает пять основных этапов, реализующих взаимосвязанные операции, доступные моментальной корректировке, что позволяет рекламодателю оперативно реагировать на тенденции потребительского спроса, стратегии деятельности конкурентов и изменения покупательского поведения целевой аудитории.

Заметными трендами в контекстной рекламе становятся: повышение качества персонализации рекламных объявлений, проведение таргетинга на основе поведенческих и личностных данных целевой аудитории, автоматизация создания рекламных кампаний и последующая автоматическая генерация аналитических отчетов, позволяющих в режиме реального времени отслеживать статистику проведения рекламной кампании и корректировать содержание операций по настройке контекстной рекламы.

Литература

- 1. Бабаев А., Евдокимов Н., Иванов А. Контекстная реклама. СПб.: Питер, 2011. 304 с.
- 2. Николаева М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2017. 166 с.
- 3. Лужнова Н. В., Казиев О. А. Применение интернет-технологий поискового маркетинга в деятельности организаций // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т. 10. № 2. С. 1049-1058.
- 4. Акулич М. О контекстной рекламе и ее эффективности // Маркетинг: идеи и технологии. 2016. Октябрь. С. 10-19.
- 5. Медиаиндустрия в 2020-2024 гг.: интернет-реклама. URL: https://www.pwc.ru/ru/publications/mediaindustriya-v-2020-2024/internet-reklama.html.
- 6. Исследование рынка интернет-рекламы 2017-2020 от IAB Russia и PwC: рост в среднем на 15% в год, mobile и слабые измерения. URL: https://www.sostav.ru/publication/issledovanie-rynka-internet-reklamy-rossii-2017-2020-ot-iab-russia-i-pwc-rost-na-15-v-god-mobile-i-slabye-izmereniya-34426.html.
- 7. Контекстная реклама в России: информационный бюллетень. URL: https://galinatrening.ru/wp-content/uploads/2012/07/yandex_on_context_advertising_autumn_2010.pdf.
- 8. Данные по аудитории СМИ: Интернет. URL: https://mediascope.net/data/.
- 9. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 13.06.2012 г. № 09АП-14264/2012-АК по делу № A40-112441/11-90-469 // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/.
- 10. Калиева О. М., Лужнова Н. В. Характеристика действенных маркетинговых мероприятий в сети Интернет в условиях пандемии // Вестник Самарского муниципального института управления. 2020. № 4. С. 40-48.

Статья поступила в редакцию 17.03.22г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. экон. наук, доцентом О. А. Горбуновой

УДК 338.2:004

© Е. А. СЕЛЕЗНЕВ¹, О. А. ГОРБУНОВА², 2022

^{1,2} Самарский государственный технический университет (СамГТУ); ² Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»), Россия

E-mail ^{1,2}: genuka 76@mail.ru

СУЩНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И ЕЕ МЕСТО В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Информационные системы играют ключевую роль в обеспечении эффективной работы коммерческих и государственных предприятий, министерств, ведомств, некоммерческих организаций. В статье раскрывается сущность информационной безопасности. Делается акцент на том, что важнейшей составляющей информационной безопасности становится защита от информации, заключающаяся в предупреждении разрушающего воздействия информации на электронные средства, на системы и на людей. В ходе исследования определено место информационной безопасности в системе экономической безопасности предприятия, выявлены внутренние и внешние угрозы, влияющие на данную систему, рассмотрены наиболее популярные в настоящее время методики управления рисками информационной безопасности.

Ключевые слова: информационная безопасность, цифровизация, экономическая безопасность предприятия, антивирусы, защита данных.

Проблемы информационной безопасности в современном мире напрямую связаны с прогрессом в сфере информационных технологий [1]. Наиболее совершенные информационные технологии и технические средства информации связаны со сферой противостояния или же с подготовкой к нему. Информационная безопасность присутствует практически во всех сферах человеческой жизни. Она оказывает определенное влияние на состояние экономической, социальной, политической и других компонентов гражданской безопасности [6].

Цель данного исследования — выявить сущность информационной безопасности и определить ее место в обеспечении экономической безопасности предприятия.

Объектом исследования является экономическая безопасность предприятия, предметом исследования — информационная безопасность как основная составляющая экономической безопасности.

Общее понятие информационной безопасности (англ. information security, а также InfoSec) можно трактовать как практику предотвращения несанкционированного доступа, использования, раскрытия, искажения, изменения, исследования, записи или уничтожения информации [8]. Таким образом, информационная безопасность — это в первую очередь защита и сохранение информации.

Так как на работу и деятельность предприятия могут влиять различные внешние и внутренние факторы, для стабильной работы, а также эффективного выполнения своего основное назначения — получения максимальной прибыли и удовлетворения запросов потребителей — должна быть обеспечена экономическая безопасность предприятия. Сущностью экономической безопасности предприятия является обеспечение состояния стабильности, устойчивости и защищенности экономической системы от негативного влияния внешних и внутренних факторов [5]. Экономическая безопасность предприятия — это комплексное понятие, под которым также понимается способность объекта противостоять внешним угрозам, воздействиям окружающей среды, а также внутренним опасностям, связанным со структурой организации. При правильном обеспечении экономической безопасности предприятие прогрессирует и обеспечено стабильной работой в настоящем и будущем [3].

Основной функцией экономической безопасности предприятия является обнаружение угроз различной природы [4], то есть факторов, которые прямо или опосредованно дестабилизируют эффективное функционирование организации. Экономическую безопасность можно также рассматривать как систему знаний о методах и приемах действий по обнаружению факторов-угроз, имеющих негативные последствия для работы [9].

В настоящее время с учетом глобальной цифровизации процессов, связанных с ведением бизнеса и применением во многих компаниях организации работы персонала в удаленном режиме, сохранение конфиденциальной информации предприятия стало занимать приоритетное место в области прогнозирования и предотвращения потенциальных угроз и рисков. Такая тенденция приводит к увеличенной нагрузке на службы информационной безопасности на предприятии, что, в свою очередь, вынуждает руководителей модифицировать мощности по мониторингу, контролю, хранению стратегически важной конфиденциальной информации путем приобретения

более нового программного обеспечения, поиска компетентных специалистов в области информационной безопасности, не заинтересованных в создании каналов утечек данных, что обеспечивается на уровне кадровой безопасности организации [10].

Информационная безопасность как один из неотъемлемых системных компонентов экономической безопасности предприятия включает в себя следующие мероприятия:

- составление руководством локальной документации в области информационной безопасности для обозначения границ секретности данных, подлежащих охране от злоумышленников;
- создание уровней доступа к информационной базе, сортировка видов защищаемой документации по данным уровням, определение круга лиц, входящих в тот или иной уровень доступа к базам данных;
- оснащение организации экономически обоснованной системой программного обеспечения, физическими мерами предотвращения создания каналов утечек данных;
- проведение работы с составом сотрудников по поводу вопросов обеспечения защиты конфиденциальных ресурсов;
- контроль документооборота при заключении договоров сотрудничества с контрагентами (поставщики, подрядчики, кредитные организации);
- изменение уровня секретности данных на более высокий или более низкий.

Таким образом, любая внешняя угроза влияет на информационную безопасность организации, снижая ее устойчивость и возможность дальнейшего функционирования в цифровой среде. Однако отдельную группу угроз, сказывающихся на информационной безопасности предприятия, представляют внутренние вызовы, которые влияют на общую систему экономической безопасности организации (табл. 1).

В целом информационная безопасность организации формируется посредством обеспечения кадровой, финансовой, ресурсной и информационной составляющих.

Информационная угроза имеет место тогда, когда величина и вероятность возможного информационного ущерба больше определенного порогового значения, требующего принятия мер по его предотвращению, защите объекта безопасности. Угрозы сохранности, целостности и конфиденциальности информационных ресурсов ограниченного доступа практически реализуются через риск обра-

зования канала несанкционированного получения (добывания) кемто ценной информации и документов. Этот канал представляет собой совокупность незащищенных или слабо защищенных направлений возможной утраты информационных ресурсов ограниченного доступа, которые злоумышленник использует для получения необходимых сведений. Функционирование канала несанкционированного доступа к информации обязательно влечет за собой утрату информации, исчезновение носителя информации.

Таблица 1 Внутренние угрозы, влияющие на информационную безопасность предприятия

Описание угроз информационной безопасности	Влияние на общую систему экономической безопасности
Кадровая угроза, утечка инфор-	Снижение финансовых результатов,
мации в результате действий со-	появление убытков, уход с рынка
трудников	
Потеря информации в результате	Доступность инновационных раз-
недобросовестной работы персо-	работок конкурентам, потеря но-
нала по организации защиты	вых рынков сбыта
информации	
Снижение защитного потенциала	Увеличение расходов организации,
программного обеспечения и	нехватка ресурсов
серверов в организации	
Недостаточное финансирование	Недостаток капитала, как следствие
информационной безопасности	отсутствия средств для развития
	организации, угроза банкротства
Низкие темпы обновления за-	Потеря ресурсов, утечка информа-
щитных систем, несвоевремен-	ции
ность пополнения банков данных	
новыми угрозами	
Утечка данных клиентов	Потеря клиентов, расходы на вос-
	становление защитных данных

Обеспечение информационной безопасности должно начинаться с выявления субъектов отношений, связанных с использованием информационных систем. Спектр их интересов может быть разделен на следующие основные категории: доступность (возможность за приемлемое время получить требуемую информационную услугу), целостность (актуальность и непротиворечивость информации, ее защищенность от разрушения и несанкционированного изменения), конфиденциальность (защита от несанкционированного ознакомления). Исходя из вышеизложенного, в наиболее общем

виде информационная безопасность может быть определена как невозможность нанесения вреда свойствам объекта безопасности, обуславливаемым информацией и информационной инфраструктурой.

К объектам информационной безопасности в организации относят:

- информационные ресурсы, содержащие сведения, отнесенные к коммерческой тайне, и конфиденциальную информацию, представленную в виде информационных массивов и баз данных;
- средства и системы информатизации средства вычислительной и организационной техники, сети и системы, общесистемное и прикладное программное обеспечение, автоматизированные системы управления в организациях, системы связи и передачи данных, технические средства сбора, регистрации, передачи, обработки и отображения информации.

Выявление, анализ и оценка рисков информационной безопасности является ключевым этапом проектирования систем информационной безопасности предприятия. От того, насколько правильно будут оценены риски, зависит и эффективность системы информационной безопасности предприятия в целом.

Рассмотрим наиболее популярные в настоящее время методики управления рисками информационной безопасности [2].

Метод CRAMM (CCTA Risk Analysis and Managment Method) и реализующий его одноименный программный продукт от компании Insight Consulting Limited является мощным и универсальным инструментом проведения обследования информационных систем и анализа рисков информационной безопасности. Данный метод используется уже более 30 лет и за это время приобрел популярность во всем мире. Основным недостатком метода является то, что он не учитывает сопроводительной документации, и идентификация защищаемых ресурсов производится без привязки к бизнеспроцессам предприятия.

Указанного недостатка не лишена и методика FRAP (Facilitated Risk Analysis Process), предлагаемая компанией Peltier and Associates. В данной методике определение защищаемых ресурсов производится с использованием опросных листов, изучения документации на систему, использования инструментов автоматизированного анализа (сканирования) сетей. Идентификация защищаемых ресурсов производится также без привязки к бизнес-процессам предприятия.

Meтод CORAS представляет собой методику и программный инструмент моделирования риска. Программный продукт, реализующий методологию CORAS, распространяется бесплатно. В методике CORAS не предусмотрена периодичность проведения оценки рисков и актуализация их значений. CORAS не позволяет оценить эффективность инвестиций, вложенных во внедрение мер безопасности. Так же, как и в вышерассмотренных методиках, CORAS не дает возможности анализа бизнес-процессов предприятия с целью выявления защищаемых ресурсов.

Разработанная компанией RiskWatch одноименная методика ориентирована на количественные способы оценки рисков. Величина риска определяется как математическое ожидание потерь за год. Эффект от внедрения средств защиты количественно рассчитывается с помощью показателя ROI (Return on Investment – возврат инвестиций). Данный метод целесообразно использовать для проведения анализа рисков на программно-техническом уровне защиты без учета организационных и административных факторов.

Методика MSAT (Microsoft Security Assessment Tool), реализованная в соответствующем программном продукте от компании Microsoft, использует качественные оценки рисков информационной безопасности. Методика позволяет оценить эффективность инвестиций от внедрения средств защиты информационных активов, но не дает возможности принимать во внимание протекающие в компании бизнес-процессы с целью идентификации объектов защиты.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что на сегодняшний день не существует общепринятой научно обоснованной методики выявления рисков информационной безопасности. Используемые при проектировании системы информационной безопасности предприятий и организаций частные методики в большинстве своем опираются на эмпирические подходы в оценке рисков информационной безопасности, основанные на накопленном компаниями-разработчиками опыте разработки систем управления рисками информационной безопасности [7].

Считаем, что основным недостатком большинства работ, в которых изложены вышеописанные методики, является их ориентация на эмпирический подход, недостаточное внимание к возможностям, возникающим при использовании методов и средств проектирования информационных систем. К числу таких методов относится и методика структурно-функционального анализа, опирающаяся на применении CASE1-технологий.

В таблице 2 представлены средства защиты информационной безопасности.

Таблица 2 Классификация средств защиты информационной безопасности

Тип средств	Характеристика
Организационные	Законодательные и локальные нормативные акты, регламентирующие сферу информационной безопасности, а также действия по обслуживанию информационной инфраструктуры
Программные	Специализированное программное обеспечение для хранения, обработки и безопасной передачи информации
Аппаратные	Электронные, механические устройства, интегрированные в оборудование автоматизированной информационной системы, либо работающие в качестве автономной аппаратуры, защищающие от проникновения в информационную инфраструктуру
Аппаратно- программные	Совокупность специального оборудования и программного обеспечения, используемых для защиты данных

Отдельно стоит рассмотреть программные средства защиты информационной безопасности. В эту группу входят в первую очередь антивирусы, которые обезвреживают вирусы и восстанавливают зараженные файлы и программное оборудование. Также существуют облачные антивирусы. Решения DLP (Data Leak Prevention) позволяют предотвратить утечку информации, нарушения ее конфиденциальности. Криптография часто используется для шифрования данных, для предотвращения воровства и утечки информации. Прокси-серверы выступают посредником между пользователями или же системами. Безусловно, надежным и эффективным средством защиты является также VPN, что в переводе означает «виртуальная частная сеть», это средство позволяет использовать частную сеть для передачи или получения информации.

В заключение необходимо сказать о том, что информация является важнейшим ресурсом общественной жизни и становится ключевым элементом практически всех систем социальной жизни. В любой области, будь то политическая безопасность, экономическая безопасность, экологическая безопасность, общественная безопасность, существует связующий элемент, в роли которого выступает информационная безопасность. В своей финансово-хозяйственной деятельности предприятие непрерывно сталкивается с различными видами поступающей информации — с открытой официальной, вероятной (неофициальной) и с тайной, полученной через неформальные контакты [6].

Для обеспечения защиты внутренней информации руководством предпринимаются различные меры:

- по пресечению возможности производственного шпионажа и утечке информации;
 - по сбору информации о возможных инициаторах шпионажа;
 - по технической защите документов, помещений, транспорта;
 - по другой внешней информационной деятельности.

Именно поэтому для предприятия одним из приоритетных направлений экономической безопасности становится создание надежной системы, эффективно работающей с информацией и обеспечивающей нейтрализацию внутренних и внешних угроз.

Литература

- 1. Асанов Р. К. Формирование концепции «цифровой экономики» в современной науке // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2016. № 15. С. 143-148.
- 2. Бабаш А. В., Баранова Е. К. Актуальные вопросы защиты информации: монография. М.: РИОР, ИНФРА-М, 2017. 111 с.
- 3. Безуглая Н. С. Совершенствование системы обеспечения экономической безопасности предприятия на основе управления рисками (по материалам Краснодарского края): дис. ... канд. экон. наук / Н. С. Безуглая. 2012. 173 с.
- 4. Богомолов В. А. Экономическая безопасность: 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. 188 с.
- 5. Гомалеев А. О. Информационная безопасность как составляющая экономической безопасности организации // Аллея науки. 2018. Т. 1. № 10 (26). С. 993-998.
- 6. Мамаева Л. Н. Характерные проблемы информационной безопасности в современной экономике // Информационная безопасность регионов. 2016. № 1 (22). С. 21-24.
- 7. Панин Д. Н., Козлов З. С. Информационная безопасность в сфере корпоративных сетей // Дневник науки: электронный журнал. 2020. № 12 (48). С. 23. URL: http://dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/ technics/Panin_Kozlov.pdf
- 8. Преображенский Ю. П. Информационная безопасность вызовы современного мира // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2017. № 2 (21). С. 60-63.
- 9. Сергеев А. А. Экономическая безопасность предприятия. М.: Юрайт, 2019. 273 с.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

10. Стародубцева Е. Б., Маркова О. М. Цифровая трансформация мировой экономики // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2018. № 2. С. 7-15.

Статья поступила в редакцию 28.02.22г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. экон. наук, д-ром полит. наук, доцентом В. А. Зиминым

УДК 331

© Т. П. КАРПОВА¹, А. В. ПЕТРОВА², 2022

¹ Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»), Россия ² АО «ССК», г. Самара, Россия

E-mail 1,2: tpkarpova@mail.ru

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОДПРОЦЕССА «УПРАВЛЕНИЕ ПОДБОРОМ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ»

В статье рассматриваются теоретико-методологические подходы к исследованию процесса «Управление персоналом организации». Особое внимание акцентируется на подпроцессе «Управление подбором персонала организации» (анализируется эффективность подпроцесса на примере организации дополнительного профессионального образования). Выявлены проблемы реализации использования подпроцесса «Управление подбором персонала организации» и определены технологии исследования и развития атрибутов использования данного подпроцесса.

Ключевые слова: организация, человеческие ресурсы, подпроцесс, персонал, подбор персонала, профессиональный уровень, знания, умения, навыки, оценка персонала.

Анализируя процесс «Управление персоналом организации», можно проследить прямую зависимость эффективной деятельности организации и наличия в ней квалифицированного персонала, способного решать поставленные задачи.

Для того чтобы отбор квалифицированного персонала был эффективным, он должен обеспечиваться участием в нем руководителей всех подразделений, для которых набираются сотрудники. В механизме управления персоналом подбор квалифицированного персонала занимает особое место, что объясняет предпочтения современных организаций сосредоточивать средства и усилия на отборе, а не на изобретении сложных систем мотивации и воспитании неопытных работников. От того, насколько эффективно поставлена работа по отбору персонала, в значительной степени зависит качество человеческих ресурсов, их вклад в достижение целей организации, ее конкурентоспособность.

Следует различать «подбор» и «отбор» персонала. Процесс подбора персонала — это установление идентичности характеристик

работника и требований организации, должности. Подбор персонала может осуществляться в виде набора, выдвижения или ротации. Отбор персонала заключается в оценке кандидатов на вакантные должности. Следовательно, подбор и расстановка персонала — это рациональное распределение работников организации по структурным подразделениям, участкам, рабочим местам.

Главным отличием подпроцесса «Управление подбором персосонала организации» от подпроцесса «Управление отбором персонала организации» является то, что при осуществлении подбора персонала знания, умения, навыки, способности и личностные качества кандидатов сопоставляются с требованиями должности, в то время как при проведении отбора характеристики кандидатов сопоставляют друг с другом с целью выбора наиболее высоких.

В связи с вышеизложенным, *цель данной работы* заключается в исследовании методологии и в анализе эффективности применения организациями существующего подпроцесса «Управление подбором персонала организации» процесса «Управление персоналом организации».

Для достижения поставленной цели необходимо в рамках исследования решить следующие *задачи*:

- провести анализ эффективности существующего в организации подпроцесса управления подбором персонала;
- выявить проблемы реализации использования подпроцесса управления подбором персонала организации;
- определить технологии исследования и развития атрибутов использования подпроцесса управления персоналом организации.

Объектом для исследования выступит организация дополнительного профессионального образования Самарской области «Новокуйбышевский ресурсный центр». Предмет исследования — подпроцесс «Управление подбором персонала организации».

Целью любой организации дополнительного профессионального образования является профессиональное развитие человека, обеспечение соответствия его квалификации меняющимся условиям профессиональной деятельности и социальной среды.

Деятельность Новокуйбышевского ресурсного центра [1] строится в соответствии с принципами автономии образовательных организаций, соблюдения академических прав и свобод педагогических работников и обучающихся (слушателей), информационной открытости и публичной отчетности, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

Исследуемая организация осуществляет различные виды дея-

тельности. Согласно Уставу ГБУ ДПО СО «Новокуйбышевский ресурсный центр» [2] к ее основным видам деятельности относятся повышение квалификации и профессиональная переподготовка, а к дополнительным видам деятельности относятся:

- мониторинг потребностей специалистов системы образования в образовательных услугах на территории Самарской области;
- издание и тиражирование учебно-методических пособий, рекомендаций и разработок;
- организация, проведение, обслуживание ярмарок, выставок, конференций, семинаров, мастер-классов, конкурсов профессионального мастерства, совещаний, круглых столов и других мероприятий для работников образовательных организаций;
 - другие.

Содержание параметров деятельности Новокуйбышевского ресурсного центра представлено в таблице 1.

Параметры деятельности ГБУ ДПО СО «Новокуйбышевский ресурсный центр»

Таблица 1

Основной «вход»	Ресурсы	Основная преобразую- щая функция	Типичный ожидаемый «выход»
Воспитатели	—учебный	Курсы повы-	Воспитатели, педагоги-
детских садов,	материал;	шения ква-	ческие работники и ди-
педагогиче-	–организа-	лификации	ректора школ и учреж-
ские работни-	торы курсов		дений СПО, которые
ки, директора			стали более квалифи-
школ и учреж-			цированными специа-
дений СПО			листами
Воспитанники	– конкурс-	Проведение:	Воспитанники детских
детских садов,	ные задания;	– конкурсов;	садов, обучающиеся
обучающиеся	— испыта-	— олимпиад;	школ и учреждений СПО,
школ и учреж-	ния;	— выставок;	участвующие в различ-
дений СПО	– организа-	– ярмарок;	ных мероприятиях и по-
	торы меро-	– другое	лучившие призовые или
	приятий		поощрительные места

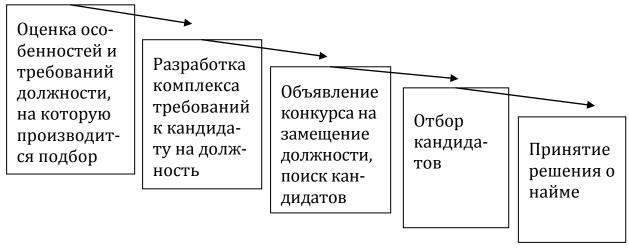
Итак, подпроцесс «Управление подбором персонала организации» принято рассматривать как деятельность, связанную с привлечением на работу кандидатов (отвечающих необходимым требованиям для занятия вакантных должностей в организации) и для определения их соответствия виду деятельности, а также разработки и принятия решения о соответствии того или иного кандидата на должность [3].

Необходимо отметить, что планирование потребности в персонале позволяет проанализировать статистику по персоналу, включая информацию о его деловой оценке и продвижении, определить фактическое состояние по количеству и качеству персонала на планируемый период, рассчитать качественную и количественную потребность в персонале на тот же плановый период [4].

Так, М. И. Магура отмечает, что технология подбора персонала призвана «увязать цели отбора и важнейшие характеристики наличной ситуации». В работе [5] им выделены задачи, которые необходимо решать при создании структуры подбора персонала.

- 1. Определение потребности в персонале с учетом реализуемой руководством стратегии и основных целей организации.
- 2. Анализ работы по имеющимся вакансиям, получение точной информации о том, какие требования к работникам предъявляет вакантная должность.
- 3. Установление квалификационных требований, необходимых для успешного выполнения работы.
- 4. Определение необходимого уровня развития способностей, личностных и деловых качеств, которые могут быть использованы в качестве критериев отбора на конкретные должностные позиции.
- 5. Поиск возможных источников кадрового пополнения и выбор адекватных методов привлечения подходящих кандидатов.
- 6. Определение того, какие методы отбора кадров позволят лучше всего оценить пригодность кандидатов к успешной работе в данной должности.
- 7. Обеспечение наилучших условий для адаптации новых работников к работе в организации и для максимально быстрого их выхода на требуемый уровень рабочих показателей.

Схематично это будет выглядеть следующим образом (рис. 1).



Puc. 1. Этапы подбора персонала

Каждый этап подбора персонала, представленный на рисунке 1, предполагает использование своего набора методов [4].

В процессе найма персонала решается основная задача — удовлетворение спроса на работников в качественном и количественном отношении.

До принятия организацией решения о приеме на работу кандидат проходит несколько ступеней отбора: анализ анкетных данных, предварительная отборочная беседа, заполнение бланка заявления, беседа по найму (интервью), тестирование, профессиональное испытание, психологическое тестирование, проверка рекомендаций и послужного списка, медицинский осмотр, представление результатов на рассмотрение руководству.

Официальное введение в должность принято рассматривать как процесс приема работника в первый день на новом месте, его ознакомление с правилами и порядком работы, с сотрудниками и его непосредственными обязанностями, а также с традициями и культурой компании-работодателя. Это может рассматриваться как начало периода внутрифирменного обучения или как заключительный этап процесса отбора персонала [6].

Анализ подпроцесса «Управление подбором персонала организации» в ГБУ ДПО СО «Новокуйбышевский ресурсный центр» позволил выявить следующие проблемы (табл. 2). Так, целью организации является привлечение как можно больше кандидатов на открытые вакансии. Но в связи с тем, что штатным расписанием организации установлены низкие оклады, соискатели неохотно направляют свои резюме. Из-за отсутствия у исследуемой организации «под рукой» банка данных приходится каждый раз искать и пересматривать новые резюме. Кроме этого, размещение объявлений о поиске кандидатов происходит на одном, максимум двух бесплатных интернетресурсах (платными сайтами Новокуйбышевский ресурсный центр не пользуется), что также приводит к малому потоку соискателей.

В результате анализа были выявлены и другие проблемы.

- 1. Отсутствие проведения тестирования кандидатов (результат: велика вероятность принять на работу неквалифицированного специалиста).
- 2. Специалист по подбору персонала часто находится на больничном из-за проблем со здоровьем (результат: работа не всегда выполняется в заявленный срок).
- 3. Отсутствует документ (инструкция), определяющий четкий принцип работы (результат: работа не всегда выполняется качественно).

4. Отсутствие современных и специальных программ, методики работы (не разработана процедура отбора кандидатов по критериям), что, в свою очередь, может привести к приему на работу неподходящего сотрудника.

Таблица 2 Проблемы, выявленные в подпроцессе «Управление подбором персонала организации» Новокуйбышевского ресурсного центра

Атрибут	Наименование	Причина	Ожидаемые
подпроцесса	проблем	возникновения	последствия
1. Цель	Мало кандидатов на должности	Маленький оклад	Отсутствие канди- датов
2. Задача	Отсутствие банка данных по канди- датам	Данные по канди- датам, которые на- правляют свои ре- зюме, не собира- ются	При открытой ва- кансии нужно бу- дет заново искать подходящих людей
3. Pecypc	Размещение информации о поиске кандидата только на одномдвух ресурсах	Ограниченный выбор бесплатных ресурсов	Низкий поток кан- дидатов
4. Результат	Отсутствие тестирования и системы оценки для кандидатов	Нет соответст- вующих тестов для проверки уровня знаний, необходи- мых для работы	Принятие неква- лифицированного сотрудника
5. Специа- лист	Частое отсутствие по болезни	Проблемы со здоровьем	Работа иногда вы- полнена не в срок
6. Документ	Отсутствует чет- кий принцип ра- боты	Не разработаны положения и инструкции, регламентирующие работу в области поиска и отбора кадров	Нет четкого пони- мания работы в области подбора персонала
7. Методика	Практически вся работа ведется вручную	Отсутствие специальных программ	Медленное вы- полнение работы
8. Качество	Не разработаны процедуры отбора новых работников	Отсутствие критериев, по которым подбираются люди	Принятие на рабо- ту «не того чело- века»

Выявленные проблемы, причины их возникновения и ожидаемые последствия позволили спрогнозировать пути их решения, которые позволят обеспечить контроль за выполнением работы и

сделают подпроцесс «Управление подбором персонала организации» более оптимизированным (табл. 3).

Таблица 3 Предложения для ГБУ ДПО СО «Новокуйбышевский ресурсный центр» по развитию подпроцесса «Управление подбором персонала организации»

Атрибут	т Методы и средства		0 3
подпроцесса	исследования	развития	Ожидаемые результаты
1. Цель	Поиск кан-	Пересмотр и по-	Приток новых кандидатов
	дидатов	вышение суммы	
		оклада	
2. Задача	Банк данных	Сбор резюме,	При срочной надобности
		которые на-	кандидата можно восполь-
		правляют кан-	зоваться банком данных
		дидаты	
3. Pecypc	Просмотр	Выбрать 1-2	Большой поток кандида-
	новых ресур-	платных ин-	тов
	СОВ	тернет-ресурса	
4. Результат	Тестирова-	Введение тес-	Принятие на работу под-
	ния и систе-	тирования для	ходящего по необходимым
	ма оценки	оценки канди-	параметрам сотрудника
	кандидатов	датов	
5. Специа-	Принять по-	Обучение по-	При отсутствии основного
лист	мощника для	мощника	работника помощник мо-
	специалиста		жет выполнять его работу,
			и необходимые задания
			будут выполнены в срок
6. Документ	Принцип ра-	Разработать	Работа в области поиска и
	боты	положения и	отбора кадров будет вес-
		инструкции	тись согласно инструкции,
			что приведет к хорошим
			результатам
7. Методика	Ведение ра-	Приобретение	Большой объем работы
	боты	и установка	можно выполнить в более
		специальных	короткие сроки
		программ	
8. Качество	Процедуры	Разработка	Прием на работу специа-
	отбора но-	критериев для	листа, соответствующего
	вых сотруд-	подбора кан-	предлагаемым критериям
	ников	дидатов	обора

Таким образом, при пересмотре и повышении оклада появится больше шансов найти кандидатов, а ведение банка данных поданных резюме поможет при необходимости в срочном порядке подобрать

кандидата на должность, тем самым сэкономить время на поиск при выборе и размещении информации о поиске кандидатов на платных ресурсах. При разработке соответствующей инструкции для выполнения необходимых задач по подбору персонала работа будет выполняться без ошибок, строго по инструкции. Приобретение и установка новых программ позволит быстрее выполнять рутинную работу, а разработанные организацией критерии для подбора кандидатов исключат ошибки при принятии их на работу (будет принят специалист, соответствующий предлагаемым критериям).

На основе исследований, проведенных одним из соавторов статьи [7, 8, 9], предлагается тихнология подпроцесса «Управление подбором персонала организации» для ГБУ ДПО СО «Новокуйбышевский ресурсный центр», которая будет иметь следующий вид (рис. 2).

1. Подготовка

- 1.1. Анализ стратегического плана организации.
- 1.2. Прогнозирование потребности организации в персонале.
- 1.3. Кадровое планирование и оценка состояния внутренних трудовых ресурсов.
 - 1.4. Подготовка планов.
- 1.5. Определение временных рамок решения задач по обеспечению организации необходимыми кадрами.
 - 1.6. Размещение объявлений в средствах массовой информации.
 - 1.7. Обращение к агентствам по подбору персонала.
 - 1.8. Поиск кандидатов с помощью Интернет-ресурсов.
- 1.9. Использование рекомендаций сотрудников компании, партнёров и знакомых.
 - 1.10. Участие в ярмарках вакансий, днях карьеры.

2. Проведение

- 2.1. Первичный отбор.
- 2.2. Первичное собеседование с сотрудниками отдела кадров.
- 2.3. Собеседование с руководителем.
- 2.4. Отборочное интервью.
- 2.5. Анализ профиля соискателя в социальных сетях.
- 2.6. Вступительные тесты.
- 2.7. Психологическое тестирование.
- 2.8. Прохождение испытания.
- 2.9. Проверка рекомендаций и сведений.
- 2.10. Решение о принятие на работу.

3. Заключение

- 3.1. Оформление кандидата на вакантную должность.
- 3.2. Получение от кандидата заявления о приеме на работу.
- 3.3. Ознакомление с документами.

Окончание рис. 2

- 3.4. Заключение трудового договора и вручение работнику его экземпляра.
 - 3.5. Издание приказа о приеме на работу.
 - 3.6. Регистрация приказа в соответствующем журнале регистраций.
 - 3.7. Ознакомление работника с приказом.
 - 3.8. Внесение записи о приеме на работу в трудовую книжку.
 - 3.9. Оформление личной карточки на работника.
 - 3.10. Оформление личного дела работника.

4. Мониторинг

- 4.1. Закрепление наставника за работником.
- 4.2. Обучение первоначальным навыкам работы.
- 4.3. Поручение заданий.
- 4.4. Создание рабочей группы по оцениванию выполняемой работы.
- 4.5. Предоставление отчета по поручаемой работе.
- 4.6. Проведение анализа выполненной работы.
- 4.7. Вынесение результатов по проверенной работе.
- 4.8. Разработка мероприятий по исправлению ошибок и недочетов.
- 4.9. Проведение повторных мероприятий по обучению.
- 4.10. Принятие о продолжении работы или увольнении.

Puc. 2. Технология подпроцесса «Управление подбором персонала организации»

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить проблемы в реализации подпроцесса «Управление подбором персонала организации», причины их возникновения и ожидаемые последствия, разработать предложения по развитию подпроцесса управления подбором персонала организации, способствующие устранению выявленных проблем, сформулировать технологию исследования и развития атрибутов данного подпроцесса, тем самым представив методологию исследования подпроцесса управления подбором персонала организации на конкретном примере.

Литература

- 1. Официальный сайт государственного бюджетного учреждения дополнительного профессионального образования Самарской области «Новокуйбышевский ресурсный центр». URL: https://www.rc-nsk.ru/.
- 2. Устав государственного бюджетного учреждения дополнительного профессионального образования «Новокуйбышевский ресурсный центр» (новая редакция), утвержден приказом министерства образования и науки Самарской области от 20.10.2016 г. № 327-од. URL: https://www.rc-nsk.ru/.
- 3. Герасимов Б. Н. Методика исследования подпроцесса управления персоналом // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 4. С. 46-54.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

- 4. Бизюкова И. В. Кадры управления: подбор и оценка: учеб. пособие. М.: Экономика, 2006. 112 с.
- 5. Магура М. И. Управление персоналом в обучающейся организации // Управление персоналом. 2009. № 9 (18). С. 17-21.
- 6. Управление человеческими ресурсами: дистанционный курс // MOODLE Виртуальная среда обучения Казанского национальный исследовательского технологического университета (КХТИ). URL: https://moodle.kstu.ru/?.
- 7. Карпова Т. П. Развитие процесса управления персоналом организациями // Управление, экономика и право: проблемы, исследования, результаты: Международная научно-практическая конференция (г. Пенза, 26-27 сентября 2021 г.). Пенза: РИО ПГАУ, 2021. С. 121-128.
- 8. Карпова Т. П., Стуколова Л. З., Логазина Е. И., Зимин А. А. Влияние системы отбора кадров на эффективность деятельности организации // Вестник Самарского муниципального института управления. 2019. № 3. С. 87-96.
- 9. Карпова Т. П. Механизм совершенствования подпроцесса управления человеческим капиталом в интересах инновационного развития предприятия // Вестник Самарского муниципального института управления. 2021. № 1. С. 53-59.

Статья поступила в редакцию 09.02.22 г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. экон. наук М. М. Васильевым УДК 378.147+316.4

© А. А. МАКАРОВ¹, В. В. АНДРЕЕВА², О. И. ГРЕВЦЕВ³, 2022

¹ Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»);
² Самарский государственный экономический университет (СГЭУ);
³ Самарский государственный социально-педагогический университет (СГСПУ), Россия

Email 1,2,3: AndreevaVV-IT@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ЮРИСПРУДЕНЦИЯ» В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

В статье представлены результаты исследования, посвященные технологиям обучения студентов — будущих юристов информатике в условиях цифровизации. Выявлены проблемы формирования компетенций в области информационных технологий будущих юристов, связанные с организацией и управлением дидактическими процессами обучения. Даны рекомендации по их устранению. Отмечается, что задача формирования компетенций у обучающихся по направлению подготовки 40.03.01 «Юриспруденция» в области информационных технологий так же важна, как и формирование их профессиональных качеств.

Ключевые слова: цифровизация, информационные технологии, компетенции, студенты – будущие юристы, ИТ-дисциплины, обучение на протяжении всей жизни.

Одно из направлений государственной программы «Цифровая экономика России» — кадры и образование — требует подготовки специалистов разных областей, профессионально владеющих информационными технологиями (далее — ИТ), в связи с чем существует необходимость в перестроении управления учебным процессом, реализации стратегии обучения в течение всей трудовой деятельности, а также в разработке новых и совершенствовании существующих моделей обучения ИТ в высшей школе [1, 2, 3]. Не являются исключением и специалисты в области юриспруденции.

Освоение студентами направления подготовки 40.03.01 «Юриспруденция» ИТ-дисциплин направлено на формирование и развитие

у будущих юристов навыков работы с новейшими информационными технологиями, которые в настоящее время активно применяются во всех видах юридической деятельности.

Целью настоящей работы является исследование дидактического процесса обучения информационным технологиям студентов направления подготовки 40.03.01 «Юриспруденция» (объекта исследования) для выявления проблем в организации и управлении данным процессом (предмет исследования) и разработки рекомендаций по его совершенствованию с учетом современных требований.

Многолетние исследования (2010-2020 гг.) авторов, посвященные технологиям обучения юристов информатике в нескольких самарских вузах, показали, что имеются серьезные проблемы в организации и управлении дидактическими процессами, связанными, с одной стороны, с недостатками государственных стандартов высшего образования, а с другой стороны, с методическими просчетами на местных вузовских уровнях.

Во-первых, в соответствии с основной образовательной программой ФГОС ВО по направлению подготовки 40.03.01 «Юриспруденция» одной из целей учебного процесса является формирование общекультурных компетенций:

- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-3);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-4).

Отсюда следует, что процесс управления формированием общекультурных компетенций по ИТ-дисциплинам является важной задачей наряду с формированием профессиональных компетенций студентов — будущих юристов, так как именно они развивают мировоззрение и мировосприятие в условиях цифровизации, позволяют понять основные законы и методы ИТ, а также вырабатывать личностное отношение к различным проявлениям информатизации в профессии и жизни [2].

Анализ нескольких поколений образовательных программ (ГОС ВПО, ФГОС ВО) различных направлений профессиональной деятельности, в том числе и юридического направления, показал, что в них отсутствуют детальные требования к ИТ-компетенциям выпускников вузов [2, 3]. Указывается только их общая характеристика, которая в разных вузах страны может быть наполнена различным содержанием.

Во-вторых, дисциплины «Информатика» и «Информационные технологии в правовой деятельности» относятся к прикладным дисциплинам, изучение которых позволяет создать у студентов систему знаний, навыков и умений работать с информацией [2]. Тем не менее, часто дисциплина «Информатика» исключается из учебных планов, продолжается необоснованное сокращение часов, отводимых на контактную работу преподавателей и студентов.

Кроме того, в последнее время некоторые вузы для экономии средств не используют деление групп на подгруппы при изучении ИТ-дисциплин, что увеличивает в несколько раз нагрузку на преподавателей и снижает качество обучения студентов, так как управление обучением ИТ является персонализированным и требует от преподавателя индивидуальной работы с каждым студентом.

В-третьих, в последние годы наблюдается тенденция преподавания ИТ-дисциплин преподавателями, не являющимися ИТ-специалистами (юристами, правоведами, экономистами и т.п.), что также негативно отражается на качестве подготовки студентов. ИТ-компетенции таких преподавателей оставляют желать лучшего, часто они не владеют профессиональными знаниями в области информатики [2].

В-четвертых, помимо указанных проблем, у студентов (особенно на первом этапе обучения) могут возникать проблемы с мотивацией к изучению ИТ-дисциплин [3].Так, в настоящее время еще встречаются студенты, которые уверены в том, что освоить ИТ они не смогут в силу их огромной сложности. И только планомерная индивидуальная работа преподавателя с такими студентами позволяет последним преодолеть страх перед сложнейшей техникой и поверить в свои силы.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что для успешного освоения учебной программы необходимо так организовать дидактический процесс обучения студентов ИТ и управлять им, чтобы были решены следующие задачи:

- 1) формирование у обучаемого внутренней потребности в освоении ИТ, четкого представления целей изучения дисциплин, путей их достижения и использования знаний, навыков и умений ИТобласти в своей профессиональной деятельности;
- 2) выстраивание логической последовательности изучаемых дисциплин по ИТ при составлении учебных планов, исключающей большой временной разрыв между родственными дисциплинами и обеспечивающей их межпредметные связи;

- 3) в блок естественно-научных и технических дисциплин были введены специальные дисциплины, использующие ИТ и ориентированные на специфику деятельности будущих специалистов юристов, адвокатов, юрисконсультов и др.;
- 4) дисциплина «Информатика» была разделена на две основные взаимосвязанные части:
- в первой части дисциплины «Информатика» студенты должны научиться работать с операционными системами Microsoft Windows разных версий, знать особенности различных файловых систем NTFS. FAT32 и наиболее часто используемых других файловых систем, создавать архивы данных, производить тестирование компьютера на наличие вредоносных программ, использовать MS Office разных версий для организации электронного документооборота. Для подготовки различного рода документов и отчетов студенты должны получить необходимые знания при изучении приложений Microsoft Office многооконного текстового процессора Microsoft Word и табличного процессора Microsoft Excel;
- вторая часть данной дисциплины должна быть посвящена изучению основ статистической обработки данных с использованием программы Microsoft Excel, позволяющей выполнять анализ различных ситуаций. Также обучающиеся должны получить первичные знания для создания своих собственных баз данных с использованием системы управления базами данных Microsoft Access.

Логическим продолжением дисциплины «Информатика» является дисциплина «Информационные технологии правовой деятельности». Актуальность изучения данной дисциплины связана с тем, что в настоящее время в процессе решения профессиональных задач специалистами правовой сферы используется большое количество разнообразных информационных ресурсов.

Своевременное, оперативное получение качественной и полной информации, в том числе с использованием средств цифровизации, напрямую ставит в зависимость эффективность достижения поставленных задач. Для студентов необходимо приобретение практических навыков работы с большой тройкой справочноправовых систем страны — «Гарант», «КонсультантПлюс» и «Кодекс», которые широко используются юристами, специалистами правоохранительных органов, руководителями организаций, учеными, студентами, преподавателями вузов. В них очень полно представлены следующие разделы, умение использовать которые является обязательным для профессионала:

– законодательство;

- судебная практика;
- формы документов;
- проекты нормативных правовых актов;
- технические нормы и многое другое.

В основных образовательных программах юридического направления обычно отсутствует дисциплина «Информационная безопасность», но как один из важнейших разделов информационная безопасность должна входить в дисциплину «Информационные технологии правовой деятельности».

Основной целью изучения раздела «Информационная безопасность» является приобретение студентами знаний и навыков в области противодействия различным способам несанкционированного доступа к информации. Обучаемые должны знать нормативную базу обеспечения деятельности правоохранительных органов в области информационной безопасности, возможные технические каналы утечки информации, владеть навыками работы со средствами обнаружения и противодействия несанкционированному получению информации, осуществлять организационные и технические мероприятия по ее защите.

Таким образом, в результате изучения дисциплин «Информатика» и «Информационные технологии правовой деятельности» у студентов — будущих юристов должны быть сформированы основные общекультурные компетенции по ИТ, получены навыки применения новейших цифровых технологий в служебной деятельности, постановки информационных задач, моделирования ситуаций и анализа статистических данных в целях борьбы с преступностью и профилактики правонарушений, умения практически использовать полученные знания в решении оперативно-служебных задач.

Результаты данного исследования, полученные на основе анализа основной образовательной программы ФГОС ВО по направлению подготовки 40.03.01 «Юриспруденция» и научно-исследовательского и преподавательского опыта авторов, позволяют предложить следующие рекомендации по преобразованию управления дидактическим процессом обучения будущих юристов.

1. Совершенствование современных ФГОС ВО с точки зрения стандартизации требований к ИТ-компетенциям для выпускников вузов (использование в рабочих программах дисциплин (РПД) конкретных дидактических единиц (тем), обязательных для изучения в каждом образовательном учреждении страны, основываясь на ГОС ВПО первых поколений). Это связано с тем обстоятельством, что в последних поколениях ФГОС ВО нет указаний на конкретные

дидактические единицы, поэтому в РПД возможно, с одной стороны, их дублирование, с другой стороны — пропуск важнейших тем, и в результате РПД в каждом отдельно взятом вузе зависят от квалификации преподавателей и могут в значительной степени отличаться друг от друга, что, в свою очередь, может негативно влиять на качество полученного образования, а следовательно, на формирование ключевых ИТ-компетенций у выпускников разных вузов страны.

- 2. Использование комплексного подхода для успешного освоения студентами учебного материала по дисциплинам «Информатика» и «Информационные технологии правовой деятельности», а также внесение в учебные планы изучения таких прикладных программ, как «Фоторобот», «Розыск» и других, связанных с будущей профессиональной деятельностью, включая проведение выездных занятий и оперативно-тактических учений. Такой подход позволит сформировать у будущих юристов, адвокатов, юрисконсультов, правоведов, сотрудников правоохранительных органов информационные и технические компетенции для их применения в условиях цифровизации.
- 3. Систематизация имеющихся знаний, умений и навыков студентов, передача и формирование у них новых знаний и закладка основ для дальнейшего самостоятельного освоения и исследования развивающихся ИТ, подготовка выпускников вузов к профессиональной работе после окончания вуза и обучению на протяжении всей жизни.

В заключение хотелось бы сконцентрировать внимание на том, что применение предложенных рекомендаций позволит в условиях цифровизации выйти на новый уровень организации процесса обучения ИТ, модифицировать управление социальной системой «студент-преподаватель» для повышения качества обучения информационным технологиям будущих юристов, сформировать у них интегрированный набор компетенций в области использования ИТ и коммуникационных сред при решении задач правовой сферы, а также подготовить к самостоятельному изучению и применению новейших ИТ в профессиональной деятельности.

Литература

- 1. В Совфеде решили подготовить россиян к «реальности» цифровой экономики // Новости дня в России и мире РБК. URL: https://www.rbc.ru/.
- 2. Андреева В. В. Формирование информационной культуры бакалавров юридического направления // Естественные и технические науки. 2018. № 7. С. 154-158.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

3. Дисциплины в юриспруденции // MOEOBRAZOVANIE.RU: справочный портал. URL: https://moeobrazovanie.ru/.

Статья поступила в редакцию 11.03.22 г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета д-ром техн. наук, профессором И. Н. Хаймович

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, ФИНАНСЫ, БУХУЧЕТ

УДК 338.1

©Т. Л. Сыщикова¹, Е. И. Загзина², 2022

¹ Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»), Россия ² Администрация Железнодорожного внутригородского района г.о. Самара, Россия

> Email ¹: siesta53@mail.ru Email ²: glizonka@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНСТИТУТА БАНКРОТСТВА В РОССИИ

В статье рассматривается изменение вектора института банкротства в России за прошедшие 30 лет. Обозначены проблемы, приводящие к банкротству предприятий в настоящее время. Проанализирована статистика дел о банкротстве юридических лиц в 2019-2021 гг., а также вызвавших его причин. Делается вывод о сокращении числа процессов, приводящих к процедуре оздоровления, об использовании института банкротства в основном для вывода из экономики проблемных предприятий через конкурсное производство. Предложено обратить внимание на профессиональные навыки и управленческие возможности руководителей кризисных предприятий и организаций.

Ключевые слова: институт банкротства, несостоятельность, оздоровление, неплатежеспособность, кредиторы, обязательства.

Институт банкротства в России, преодолев свой 30-летний рубеж, претерпел значительные и порой концептуальные изменения, став привычным механизмом в современной среде хозяйствования. Начавшаяся в 1992 г. массовая приватизация государственной собственности вызвала системные кризисные явления. Чтобы воздвигнуть хотя бы какие-то легитимные преграды развалу хозяйства, Президент РФ Б. Н. Ельцин 14 июня 1992 г. издал Указ «О мерах по поддержке и оздоровлению несостоятельных государственных предприятий (банкротов) и применении к ним специальных процедур». В его преамбуле говорилось, что он направлен на поддержку государственных предприятий, оказавшихся несостоятельными, а также на обеспечение эффективного использования государст-

венного имущества, закрепленного за государственными предприятиями, защиту прав и интересов государства, кредиторов и трудовых коллективов обанкротившихся предприятий [1]. Указ задумывался как промежуточный акт до принятия государственного закона о банкротстве, но в этом качестве не успел сыграть сколько-нибудь значимой роли, так как уже 19 ноября 1992 г. Верховным Советом РФ был принят Закон РФ «О несостоятельности (банкротстве) предприятий», введенный в действие с 1 марта 1993 года. Следующий законодательный акт (Федеральный закон Российской Федерации «О несостоятельности (банкротстве)» 1998 года) более квалифицированно, подробно и понятно, по сравнению с предыдущим, излагал правовые положения и помог вхождению российской экономики в парадигме несостоятельности в цивилизованное правовое поле.

26 октября 2002 года в России был принят новый федеральный закон о несостоятельности (банкротстве), в котором при сохранении юридических приоритетов в защите имущественных прав кредиторов была существенно расширена и углублена экономическая составляющая, трактующая механизм реабилитации и финансового оздоровления действующего предприятия-должника [2]. Данный правовой акт с изменениями и дополнениями действует и в настоящее время (редакция от 30.12.2021 г.).

Можно согласиться с О. М. Свириденко, что законодательство о банкротстве — одна из самых активно развивающихся и подвергающихся изменениям отраслей законодательства [3].

Цель данной работы — изучить направления развития института банкротства юридических лиц в России. Для этого необходимо решить следующие *задачи*:

- 1) изучить статистику результатов дел о банкротстве в 2019-2021 гг.;
- 2) проанализировать причины банкротства, их удельный вес в общем объеме предприятий-банкротов;
- 3) рассмотреть проблемы института банкротства и выявить направления их решения.

Объект исследования — формирование правоприменительной практики в сфере несостоятельности (банкротства) юридических лиц.

Предмет исследования — проблемы и особенности трансформации института банкротства в России.

По статистике Федресурса [7] 2021 г. показал большее количество банкротств юридических лиц, чем показатели 2020 г. Были признаны банкротами на 10319 организаций больше, что показыва-

ет рост на 3,9%. Конечно, уровень банкротств и в 2020 г., и в 2021 г. был ниже, чем в период 2016-2018 гг. [3]. Однако во многом это вызвано действием введенного правительством моратория на банкротство юридических лиц во время пандемии коронавируса, который на 20% уменьшил число банкротств.

Более мягкая ситуация с точки зрения эпидемиологической обстановки позволила вновь запустить в 2021 г. работу кафе, ресторанов, фитнес-клубов, концертных и театральных площадок, и сразу наметился рост количества кризисных организаций и числа дел к рассмотрению арбитражными судами (рис. 1).

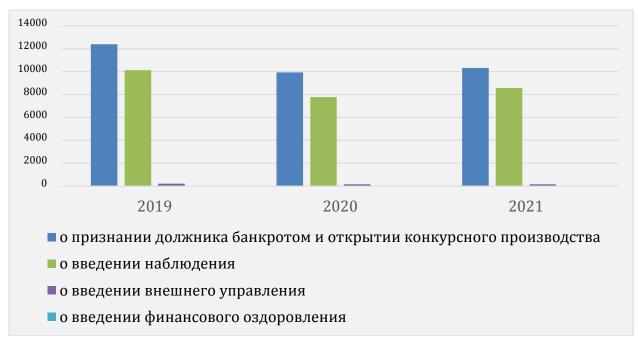


Рис. 1. Количество введенных судами процедур банкротства юридических лиц за 2019-2021 гг. [7]

К числу причин, вызвавших рост числа обанкротившихся и закрывшихся предприятий питания, нужно отнести еще и следующие:

- за время пандемии достаточно большая часть россиян столкнулась с потерей работы или снижением заработной платы, что привело к снижению покупательской способности населения;
- поскольку поставщики продуктов также пострадали и потеряли доходы, они повысили цены на свои продукты, что привело к повышению себестоимости готовых блюд, а следовательно, к росту среднего чека;
- пандемия и вводимые против России санкции привели к исчезновению ряда продуктов, пользовавшихся спросом, что заставило вносить изменения в технологию приготовления блюд и искать заменители.

Все это существенным образом изменило структуру ресторанного бизнеса: меньше всего пострадали крупные игроки, востребованные наиболее обеспеченной публикой, заведения среднего уровня не смогли противостоять навалившимся проблемам, не смогли содержать сотрудников, оплачивать аренду и гасить взятые ранее кредиты.

Необходимо отметить, что в 2021 г. несколько изменилось соотношение между количеством дел о банкротстве, завершившихся конкурсным производством и ликвидацией юридического лица, и количеством дел, вступивших в процедуру внешнего управления и финансового оздоровления. Число последних увеличилось на 3,5%, но их доля в общем числе дел о банкротстве составила всего 1,7% (179 дел из 10320) [4].

Если рассматривать состав инициаторов банкротства юридических лиц, то их в основном, так же как и раньше, банкротят кредиторы (72,4%), в 18,8% случаев — выступают инициаторами налоговые органы; доля самоликвидирующихся предприятий составляет всего 9,3%, а такого редкого банкротства работодателей работниками — только 0,6%.

Самарская область находится на 9-м месте в рейтинге по числу организаций, в которых было открыто конкурсное производство (175 дел в 2020 г. и 219 дел в 2021 г., рост составил 25,1%). Первые места на постоянной основе занимают г. Москва и г. Санкт-Петербург, однако там рост числа дел о конкурсном производстве намного меньше: соответственно 5,9% и 9,9% [7].

Если говорить об отраслевой принадлежности предприятийбанкротов, то в первой тройке по-прежнему торговля, строительство и услуги в сфере недвижимости. Однако лидерами по темпу роста дел о банкротстве стали совсем другие отрасли: на 50% выросло число банкротств в сфере образования, на 40% — среди организаций культуры и спорта, на 27,5% — в сфере гостеприимства и общественного питания.

Считается, что именно пандемия стала причиной банкротств организаций образования, культуры и спорта, так как после их закрытия во время карантина, а впоследствии — за счет снижения доходов населения спрос не смог достичь прежнего уровня.

В конце 2021 г. новая волна COVID-19 под названием «омикрон» активно вывела из бизнеса еще большее количество юридических лиц. Согласно данным Федресурса [7], в 2021 г. количество процедур наблюдения, введенных судами, на 8580 ед. (на 10,3%) больше, чем в 2020 г. Возместить ущерб, причиненный должником, кредиторы пы-

таются различными способами, в том числе обращаясь в арбитражный суд с заявлением о признании должника банкротом со всеми вытекающими из этого последствиями. За рассматриваемый промежуток времени 31670 кредиторов официально заявили о намерениях довести своих контрагентов до банкротства. Становится очевидным, что рост числа несостоятельных организаций, которым грозит банкротство, продолжится в 2022 г. и перейдет на 2023 г.

Однако считать пандемию основной причиной банкротства предприятий было бы неправильно. Если 30 лет назад, когда вышла первая редакция закона о банкротстве, основной причиной банкротств был передел собственности, то в момент выхода второй редакции в 1998 г. стал кризис неплатежей, накрывший всю экономику страны. Современное же банкротство юридических лиц вызвано в основном неэффективным менеджментом.

Рыночные реалии ставят перед руководителем предприятия массу проблем, таких как:

- поиск недорогого качественного сырья и надежных поставщиков;
- сокращение длительности производственно-коммерческого цикла;
 - поиск рынков сбыта и платежеспособных покупателей;
 - логистическая интеграция всех процессов.

Менеджмент предприятий зачастую не готов к решению этих проблем в силу отсутствия знаний, опыта, профессиональных навыков, а иногда и желания.

Ежегодно в России регистрируют более 800 новых арбитражных управляющих [7]. Приходящие на смену неэффективным управленцам арбитражные управляющие еще более далеки от производственной деятельности, так как это в основном юристы, а не хозяйственники. Именно поэтому большая доля дел о банкротстве заканчивается конкурсным производством, ликвидацией предприятия и бизнеса, что приводит к негативным и социальным последствиям: люди теряют работу и доход, в бюджет поступает меньше налогов, кредиторы не получают долги в полном объеме.

Все это говорит о том, что институт банкротства в современной экономике «в недостаточной мере реализует одну из своих основных функций: восстановления финансового состояния должника» [6].

В настоящее время практически все организации постоянно проводят анализ динамики показателей платежеспособности и да-

ют оценку вероятности банкротства с целью предупреждения кризисных явлений и их перерастание в необратимое состояние. Такой анализ проводится и во всех процедурах банкротства.

Главным квалифицирующим признаком несостоятельности является неплатежеспособность. Абсолютная платежеспособность предприятия возможна лишь в идеале, когда оно не имеет обязательств и заемных капиталов, если при этом обладает значительным собственным капиталом или же большой ежедневной выручкой, производя все расчеты авансом. В реальной хозяйственной действительности все предприятия вступают в отношения с другими: поставщиками и подрядчиками, покупателями и заказчиками, а также с обслуживающими банками, налоговыми органами, внебюджетными фондами и т.д., в результате которых у предприятия возникают обязательства по оплате товаров и услуг, поставке продукции, перечислению платежей в бюджет и другие фонды.

Эпизодическая неплатежеспособность предприятия может трансформироваться в хроническую и в устойчивую. В случае устойчивой неплатежеспособности предприятие потребляет средства кредиторов, сокращает поступление в бюджет налогов и платежей, которые идут на выплаты населению и другим предприятиям и учреждениям. Можно сказать, что предприятие-должник живет за счет чужих средств, оказывая тормозящее действие не только на микро-, но и на макроэкономическую обстановку.

Необходимо также отметить, что изначально институт банкротства был методом возмещения ущерба, причиненного кредиторам действиями должника, но в новых экономических условиях он все больше превращается в способ возвращения имущества безнадежных предприятий должников в сферу бизнеса. Минэкономразвития РФ отмечает, что только 2% кризисных организаций восстанавливаются после процедуры оздоровления, в то время как в других странах их количество достигает 30%. Поэтому внесенный министерством проект кардинального изменения института банкротства призван трансформировать весь процесс признания юридического лица банкротом, сделать его «цивилизованным способом возврата долгов кредиторам и спасения честного бизнеса» [8].

Существующая ныне последовательность вводимых процедур банкротства затянута по времени, многие действия арбитражных управляющих дублируются, повторяются, хотя исход дела предусматривает только два варианта: либо спасение организации-должника и его возвращение в бизнес, либо ликвидация должника

как юридического лица. Проект, внесенный Минэкономразвития РФ, также предусматривает только две процедуры: реабилитация и ликвидация. Однако неясно, кто и каким образом будет решать — спасать или закрывать юридическое лицо. Сейчас в процедуре наблюдения арбитражный управляющий на основе анализа бухгалтерской отчетности должника делает вывод о реальном существовании угрозы банкротства, о перспективах дальнейшего развития событий и предлагает перейти к финансовому оздоровлению или конкурсному производству.

Еще одно новшество, предусмотренное в проекте, это реструктуризация долгов с согласия кредиторов. Но даже реструктуризированные долги нужно возвращать, а это возможно только в том случае, если у руководства организации-должника или у арбитражного управляющего есть конкретный план санации предприятия или хотя бы его сохранения на период погашения долгов.

Особое внимание в проекте уделяется роли арбитражных управляющих и саморегулируемых организаций (СРО) арбитражных управляющих. Кроме недостаточной квалификации управляющих, к сожалению, существует такая проблема, как их аффилированность, поскольку назначение инициирует либо должник, либо кредитор, что нарушает принцип нейтральности. Поэтому предлагается «случайный выбор» на основе рейтинга как управляющего, так и СРО, к которой он относится, что призвано повысить ответственность и конкретного члена, и самой организации.

В заключении необходимо сказать о том, что сама по себе потребность в институте банкротства вызывается не политикой, а свойствами рыночной экономики, ее предпринимательским характером, который определяется свободой конкуренции. Важное место занимает рисковая сущность предпринимательской деятельности, где одним из постоянных рисков в данном контексте выступает банкротство.

Главным экономическим фактором, вызывающим несостоятельность предпринимателей, является развитие отношений заимствования, которые еще К. Маркс рассматривал как движущую силу в концентрации капиталов [6].

Таким образом, пока в экономике будут существовать отношения заимствования, всегда будет существовать более или менее реальная опасность для предприятия оказаться в состоянии неплатежеспособности, которое вполне может обернуться возбуждением дела в арбитражном суде о несостоятельности.

Литература

- 1. Указ Президента РФ от 14 июня 1992 г. № 623 «О мерах по поддержке и оздоровлению несостоятельных государственных предприятий (банкротов) и применении к ним специальных процедур» // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/.
- 2. Федеральный закон Российской Федерации от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (ред. от 30.12.2021 г. с изм. и доп.) // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/.
- 3. Свириденко О. М. Механизм защиты кредиторов от установления необоснованных требований в реестре // Актуальные проблемы российского права. 2018. № 11 (96). С. 186-191.
- 4. Банкротный мораторий: итоги в цифрах / Е. Волкова, А. Занина // Газета «Коммерсантъ» от 14 января 2022 г. Вып. 5. С. 7.
- 5. Сыщикова Т. Л., Загзина Е. И. Оценка имущественного положения организации // Экономика и управление: современные достижения и перспективы развития: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Омск, 3 сентября 2021 г.). Омск: СИБИТ, 2021. С. 606-612.
- 6. Трушина Н. Н. Банкротство юридических лиц: актуальные причины и динамики // Экономика и управление. 2020. № 5 (155). С. 129-133.
- 7. Банкротства в России. Статистический релиз Федресурса. URL: https://rosreestr.gov/ru.
- 8. Минэкономразвития предложило реформировать процедуру банкротства в России. URL: https://ipp.spb.ru/news/market.

Статья поступила в редакцию 27.01.22г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. экон. наук, доцентом С. И. Нестеровой

УДК 331.28

© С. И. НЕСТЕРОВА¹, Л. Н. БАЛЫКОВА², 2022

^{1,,2} Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»), Россия

> E-mail 1: nesvig@mail.ru E-mail 2: vasln@mail.ru

МОДЕЛИРОВАНИЕ СРЕДНЕМЕСЯЧНОЙ НОМИНАЛЬНОЙ НАЧИСЛЕННОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ РАБОТНИКОВ В РОССИИ

В статье представлены результаты исследования среднемесячной номинальной начисленной зарплаты по полному кругу организаций в целом по экономике Российской Федерации. Выполнена оценка динамики изменения рассматриваемого показателя за 2018-2021гг., рассчитана автокорреляция уровней временного ряда, выявлена его структура. Выполнено аддитивное и мультипликативное моделирование временного ряда с оценкой параметров. Построена модель регрессии с включением фактора времени и фиктивных переменных. При оценке качества моделей были рассчитаны ошибки прогнозов, показатели тесноты силы связи, уровня значимости уравнения регрессии в целом и отдельных его параметров. По результатам исследования получен надежный инструмент прогнозирования номинальной зарплаты, позволяющий определить ее конкретные прогнозные поквартальные значения на 2022 год.

Ключевые слова: заработная плата, прогнозирование, временной ряд, модель, аддитивная модель, мультипликативная модель, скользящая средняя, регрессия, фиктивная переменная.

В соответствии с Указом Президента от 07.05.2018 г. № 204 «О Национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации до 2024 года» для повышения уровня жизни граждан в качестве национальных целей развития Российской Федерации названы в том числе обеспечение устойчивого роста реальных доходов граждан и уровня пенсионного обеспечения выше уровня инфляции, а также снижение в 2 раза уровня бедности в стране [6]. При определении уровня жизни обычно исходят из синонимичности понятий «уровень жизни» и «уровень благосостояния», которые определяют степень удовлетворения человеческих потребностей массой всевозможных товаров и услуг. Оценка потока доходов населения является

лучшим вариантом формирования представления об уровне жизни людей в стране. При этом реальная заработная плата дает представление о покупательной способности зарплаты с учетом уровня цен и инфляции, а номинальная заработная плата показывает, какую денежную сумму получают люди за использование их труда. Росстат регулярно публикует информацию о среднемесячной номинальной заработной плате работников в Российской Федерации [7]. Понимание того, каким был за рассматриваемый отрезок времени уровень благосостояния граждан, достигнуты ли целевые показатели по преодолению бедности в стране, чрезвычайно важно и актуально [1, 2, 5].

Между тем предоставляемые Росстатом данные не дают представления о перспективном уровне жизни в стране, хотя данная информация необходима, например, для разработки механизмов социальной поддержки людей и формирования источников их финансирования. Кроме того, оценка будущих значений номинальной зарплаты по полному кругу организаций в целом по экономике Российской Федерации позволит сформировать некий бенчмарк (ориентир, норматив, эталон) этого показателя, на основе которого можно в том числе оценивать соответствующие региональные уровни, что может стать полезным при определении направлений федеральной поддержки регионов и оценке их конкурентоспособности [4]. То есть практическая значимость такого прогноза и его востребованность представителями госслужбы неоспорима. При этом необходимо подобрать такую методику прогнозирования, которая легка в использовании, учитывает композиционность исходного временного ряда (присутствие тренда, сезонности, случайности и прочих компонентов) и дает минимальные искажения (ошибки) [3].

Все сказанное позволяет сделать вывод о том, что моделирование среднемесячной номинальной заработной платы работников в России — необходимая, востребованная и актуальная тема исследования.

В связи с этим *цель работы* — построение экономико-математических моделей временного ряда для прогнозирования среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников по полному кругу организаций в целом по экономике Российской Федерации.

Для реализации указанной цели поставлены следующие задачи:

1) изучить динамику изменения среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников по полному кругу организаций в целом по экономике Российской Федерации по дан-

ным Росстата;

- 2) оценить автокорреляцию уровней временного ряда и выявить его структуру;
 - 3) построить аддитивную модель временного ряда;
- 4) выполнить оценку параметров мультипликативной модели временного ряда;
- 5) построить модель регрессии с включением фактора времени и фиктивных переменных;
 - 6) оценить качество полученных моделей;
- 7) найти поквартальные прогнозные значения среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников по полному кругу организаций в целом по экономике Российской Федерации на 2022 г.

Объектом данного исследования выступают методы моделирования одномерных временных рядов социально-экономических показателей, предметом исследования является динамика изменения среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников по полному кругу организаций в целом по экономике Российской Федерации.

В целях моделирования тенденции временного ряда построим аналитическую функцию, характеризующую зависимость уровней ряда среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников по полному кругу организаций в целом по экономике Российской Федерации от времени, иными словами, проведем аналитическое выравнивание временного ряда.

В эконометрических исследованиях используется несколько методов определения тенденции. К наиболее применяемым способам относятся качественный анализ исследуемого процесса, построение и визуальный анализ графика зависимости уровней ряда от времени, оценка нескольких показателей динамики или коэффициентов автокорреляции уровней ряда.

Для дальнейшего анализа были рассчитаны коэффициенты автокорреляции по уровням ряда и их логарифмам (табл. 1).

Таблица 1 Автокорреляционная функция временного ряда среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в России

Лас	Автокорреляционная функция	
Лаг	по уровням ряда	по логарифмам уровней ряда
1	0,650	0,657
2	0,957	0,961

		Окончание табл. 1
3	0,559	0,565
4	0,985	0,984
5	0,430	0,437
6	0,912	0,922
7	0,326	0,328
8	0,982	0,982

Полученные значения позволяют сделать несколько выводов.

Во-первых, в изучаемом временном ряде имеется тенденция. Примерно равные значения коэффициентов автокорреляции по уровням ряда и по их логарифмам говорят о том, что, если ряд содержит нелинейную тенденцию, она выражена в неявной форме. Соответственно, для моделирования тенденции в изменении размеров среднемесячной номинальной начисленной заработной платы можно использовать как линейную, так и нелинейную функцию.

Во-вторых, в исследуемом временном ряде имеются сезонные колебания. Аналогичный вывод можно сделать, выполнив графический анализ структуры ряда (рис. 1).

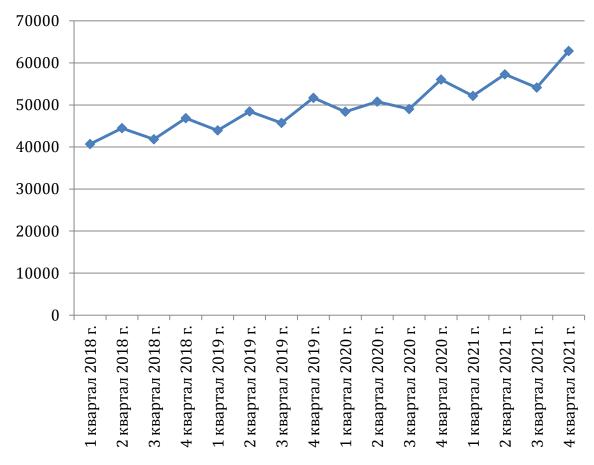


Рис. 1. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций в целом по экономике Российской Федерации, руб.

Построим аддитивную модель временного ряда, в которой значения сезонной компоненты предположим постоянными для различных циклов.

На первом этапе проведем выравнивание исходных уровней ряда методом скользящей средней, для этого:

- 1) выполним суммирование уровней ряда последовательно за каждые четыре квартала со смещением на 1 период и определим условные значения среднемесячной заработной платы;
- 2) рассчитаем скользящие средние, разделив полученные значения на количество кварталов в году;
- 3) определим центрированные скользящие средние, для чего найдем средние арифметические значения по каждой паре из двух соседних скользящих средних.

Таблица 2 Оценка сезонной компоненты в аддитивной модели среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в России, руб.

				, 1 3	
Номер квартала, t	Заработ- ная плата. Уt	Итого за 4 квар- тала	Скользя- щая сред- няя за 4 квартала	Центриро- ванная скользя- щая сред- няя	Оценка сезонной компонен- ты
1	40691	-	-	-	-
2	44477	173848	43462	-	1
3	41830	177101	44275	43869	-2039
4	46850	181077	45269	44772	2078
5	43944	184973	46243	45756	-1812
6	48453	189807	47452	46848	1606
7	45726	194253	48563	48008	-2282
8	51684	196584	49146	48855	2829
9	48390	199879	49970	49558	-1168
10	50784	204239	51060	50515	269
11	49021	207992	51998	51529	-2508
12	56044	214483	53621	52809	3235
13	52143	219595	54899	54260	-2117
14	57275	226379	56595	55747	1528
15	54133	-	-	-	-
16	62828	-	-	-	-

На втором этапе получим оценки сезонной компоненты, вычитая из фактических значений среднемесячной номинальной заработной платы центрированные скользящие средние. Данные ре-

зультаты используются для расчета значений сезонной компоненты в таблице 3.

Таблица 3 Расчет значений сезонной компоненты в аддитивной модели среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в России, руб.

Помасатол	Г., Э	Год Номер квартала					
Показатель	100	1	2	3	4		
	1	_	1	-2039	2078		
	2	-1812	1606	-2282	2829		
	3	-1168	269	-2508	3235		
	4	-2117	1528	ı	-		
Итого за <i>i</i> -й квартал	X	-5097	3403	-6828	8142		
Средняя оценка сезон-							
ной компоненты для <i>i-</i>							
ого квартала \overline{S}_{i}	X	-1699	1134	-2276	2714		
Скорректированная се-							
зонная компонента, S_i	X	-1667	1166	-2244	2746		

Корректирующий коэффициент k определяем как частное от деления суммы средних оценок сезонной компоненты $\overline{S_i}$ на 4. Скорректированная сезонная компонента вычисляется как разница между $\overline{S_i}$ и k. Если значения S_i найдены верно, то их сумма должна быть равна 0. Осуществляем проверку:

$$-1699 + 1134 + (-2276) + 2714 = 0.$$

На третьем этапе избавим уровни ряда от влияния сезонности, для чего из y_t вычтем S_i . Результат запишем в столбец 4 таблицы 4.

Таблица 4 Расчет выравненных значений Т и ошибок Е в аддитивной модели среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в России

t	\mathcal{Y}_t	S_i	$T+E=y_t-S_i$	T	T+ S	$E = y_t - (T + S)$	<i>E</i> 2	$(y_t - \bar{y})^2$
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	40691	-1667	42358	41533	39866	825	681092	80121520
2	44477	1166	43311	42614	43780	697	485506	26677871
3	41830	-2244	44074	43695	41451	379	143571	61028321
4	46850	2746	44104	44777	47522	-672	451877	7795613

	Окончание табл.							
5	43944	-1667	45611	45858	44191	-247	60788	32467916
6	48453	1166	47287	46939	48105	348	121068	1413870
7	45726	-2244	47970	48020	45776	-50	2493	15335546
8	51684	2746	48938	49101	51847	-163	26586	4169509
9	48390	-1667	50057	50183	48515	-125	15722	1567661
10	50784	1166	49618	51264	52430	-1646	2708940	1304021
11	49021	-2244	51265	52345	50101	-1080	1165884	385719
12	56044	2746	53298	53426	56172	-128	16355	40984804
13	52143	-1667	53810	54508	52840	-697	486116	6254688
14	57275	1166	56109	55589	56755	520	270691	58261735
15	54133	-2244	56377	56670	54426	-293	85612	20168520
16	62828	2746	60082	57751	60497	2331	5434864	173868948
Итого						12157163	531806259	

На четвертом этапе определим компоненту T аддитивной модели временного ряда среднемесячной заработной платы. Для этого построим линейное уравнение регрессии ряда (T+E) от периода времени t. Используя пакет анализа MS Excel, находим следующий тренд:

$$T = 40451,79 + 1081,21t.$$

Подставив в данное уравнение вместо t номера кварталов (1, ..., 16), рассчитываем все уровни T для колонки 5 таблицы 4.

Заметим, что полученный тренд имеет отличные статистические характеристики: коэффициент детерминации составляет 0,9703; *F*-критерий – 457,71; *t*-критерий Стьюдента для константы — 82,78, для коэффициента регрессии — 21,39.

На пятом этапе находим модельные значения уровней ряда с учетом сезонных колебаний, для чего к каждому значению из колонки 5 добавляем соответствующие значения колонки 3.

Шестой этап. Проводим оценку ошибки модели, для чего находим разницу между фактическими и модельными данными. Определив суммы значений по последним двум колонкам, рассчитываем коэффициент детерминации:

$$R^2 = 1 - \frac{E^2}{(y_t - \bar{y})^2} = 1 - 12157163 / 531806259 = 0,9771.$$

Величина коэффициента детерминации позволяет заключить, что полученная аддитивная модель объясняет 97,71% общей вариации уровней временного ряда среднемесячной заработной платы за последние 4 года (16 кварталов). Средняя ошибка аппрокси-

мации составляет 1,35%, что также говорит о хорошем качестве модели.

Попробуем улучшить качество прогноза, воспользовавшись мультипликативной моделью. Выравнивание исходных уровней ряда также проведем с помощью метода скользящей средней. Поскольку расчет центрированной скользящей средней производится в данном случае аналогично аддитивной модели, данный этап опустим.

Оценка сезонной компоненты в таблице 5 представляет собой результат деления фактических значений заработной платы на центрированные скользящие средние. Взаимопогашаемость сезонных влияний в мультипликативной модели проявляется в том, что сумма значений сезонной компоненты по всем кварталам должна равняться количеству моментов времени в цикле, т.е. в нашем случае 4. Отсюда корректирующий коэффициент равен:

$$k = 4 / (0.966 + 1.022 + 0.952 + 1.055) = 1.001.$$

Скорректированная сезонная компонента определяется как результат умножения средней оценки сезонной компоненты на корректирующий коэффициент. Проверяем условие равенства суммы всех скорректированных компонент четырем:

$$0.967 + 1.023 + 0.953 + 1.056 = 4.$$

Таблица 5 Расчет значений сезонной компоненты в мультипликативной модели среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в России

Показатол	Год	Год Номер квартала				
Показатель	100	1	2	3	4	
	1	-	-	0,954	1,046	
	2	0,960	1,034	0,952	1,058	
	3	0,976	1,005	0,951	1,061	
	4	0,961	1,027	-	_	
Итого за <i>i</i> -й квартал	X	2,898	3,067	2,857	3,166	
Средняя оценка сезон-						
ной компоненты для <i>i-</i>						
ого квартала $\overline{\mathcal{S}}_{\iota}$	X	0,966	1,022	0,952	1,055	
Скорректированная се-						
зонная компонента, S_i	X	0,967	1,023	0,953	1,056	

Каждый уровень исходного ряда разделим на соответствующие значения скорректированной сезонной компоненты и результаты запишем в колонку 4 таблицы 6.

Расчет выравненных значений *T* и ошибок *E* в мультипликативной модели среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в России

					_		I	1
t	\mathcal{Y}_t	S_i	$T*E=y_t/S_i$	T	Z * T	$E = y_t / (T^*$ S)	E^2	$(y_t - \overline{y})^2$
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	40691	0,967	42083	41525	40151	1,013	291120	80121520
2	44477	1,023	43461	42603	43599	1,020	770935	26677871
3	41830	0,953	43874	43681	41646	1,004	33850	61028321
4	46850	1,056	44354	44759	47277	0,991	182496	7795613
5	43944	0,967	45447	45837	44321	0,992	141827	32467916
6	48453	1,023	47346	46915	48012	1,009	194872	1413870
7	45726	0,953	47960	47992	45757	0,999	957	15335546
8	51684	1,056	48931	49070	51832	0,997	21779	4169509
9	48390	0,967	50045	50148	48490	0,998	9951	1567661
10	50784	1,023	49624	51226	52424	0,969	2690069	1304021
11	49021	0,953	51416	52304	49868	0,983	717149	385719
12	56044	1,056	53058	53382	56386	0,994	116937	40984804
13	52143	0,967	53927	54460	52659	0,990	266164	6254688
14	57275	1,023	55966	55538	56837	1,008	192082	58261735
15	54133	0,953	56778	56616	53979	1,003	23789	20168520
16	62828	1,056	59481	57694	60940	1,031	3563248	173868948
	Итого							531806259

Определим трендовую компоненту, для чего рассчитаем параметры уравнения, используя уровни (T * E). Полученное уравнение имеет вид:

$$T = 40446,87 + 1077,94t$$
.

Рассчитанный тренд имеет следующие статистические характеристики: коэффициент детерминации составляет 0,9783; *F*-критерий — 630,84; *t*-критерий Стьюдента для константы — 97,46, для коэффициента регрессии — 25,12.

Подставляя в полученное уравнение регрессии номера кварталов, заполняем колонку 5 таблицы 6. Умножив уровни *T* на соответствующие значения сезонной компоненты, определяем уровни ряда по мультипликативной модели, результаты записываем в колонку 6 таблицы 6. Рассчитав ошибки модели, определяем коэффициент детерминации:

$$R^2 = 1 - 9217226 / 531806259 = 0,9827.$$

Средняя ошибка аппроксимации составляет 1,10%, что позволяет заключить, что мультипликативная модель для описания исходных уровней ряда подходит лучше, чем аддитивная.

Воспользуемся еще одним методом моделирования одномерных временных рядов и построим модель регрессии с включением фактора времени и фиктивных переменных. Правилами построения таких моделей предусматривается, что количество фиктивных переменных должно быть на единицу меньше, чем число моментов внутри одного цикла колебаний. Иными словами, в нашем случае необходимо ввести три фиктивные переменные. Каждая фиктивная переменная будет отражать сезонную компоненту временного ряда для какого-то одного периода. В этом периоде она будет равна единице, для всех остальных периодов — нулю. Матрица исходных данных для построения уравнения регрессии представлена в таблице 7.

Таблица 7 Исходные данные для расчета параметров уравнения регрессии с фиктивными переменными по временному ряду среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в России

t	<i>X</i> ₁	<i>X</i> 2	<i>X</i> 3	у
1	1	0	0	40691
2	0	1	0	44477
3	0	0	1	41830
4	0	0	0	46850
5	1	0	0	43944
6	0	1	0	48453
7	0	0	1	45726
8	0	0	0	51684
9	1	0	0	48390
10	0	1	0	50784
11	0	0	1	49021
12	0	0	0	56044
13	1	0	0	52143
14	0	1	0	57275
15	0	0	1	54133
16	0	0	0	62828

Оценку параметров модели произведем обычным методом наименьших квадратов с помощью пакета анализа в MS Excel. В результате моделирования получаем следующее уравнение регрес-

сии (табл. 8):

80

$$\widetilde{y_t}$$
 = 43599,94 + 1075,16 t - 4834,03 x_1 - 1953,94 x_2 - 5598,84 x_3 .

Влияние сезонной компоненты в каждом квартале статистически значимо, о чем свидетельствуют фактические значения tкритерия Стьюдента, превышающие критические, для константы, переменных x_1 , x_2 и x_3 . Константа 43599,94 — это сумма начального уровня ряда и сезонной компоненты 4 квартала. Сезонные колебания в 1-3 кварталах приводят к падению данного значения, поскольку параметры при переменных x_1 , x_2 и x_3 отрицательные. Важно отметить, что данные параметры не равны значениям сезонной компоненты, так как они описывают не сезонные изменения уровней ряда, а их отклонения от уровней, учитывающих сезонные воздействия в 4 квартале. Положительный коэффициент при переменной времени свидетельствует о возрастающей тенденции в уровнях ряда. Его абсолютное значение позволяет заключить, что в среднем за квартал абсолютный прирост в среднемесячной номинальной заработной плате составляет 1075,16 руб. Фактическое значение критерия Стьюдента более табличного говорит о том, что существование в уровнях ряда тенденции установлено достаточно надежно. Коэффициент детерминации по данной модели составляет 0,9892, средняя ошибка аппроксимации — 1,09%, что позволяет утверждать, что данная модель лучше, чем полученные ранее.

Таблица 8 Характеристика уравнения регрессии с фиктивными переменными для временного ряда среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в России

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	<i>Lower 95%</i>	Upper 95%
Константа	43599,94	763,14	57,13	0,00	41920,28	45279,60
t	1075,16	56,88	18,90	0,00	949,96	1200,35
X_1	-4834,03	739,45	-6,54	0,00	-6461,56	-3206,50
<i>X</i> ₂	-1953,94	728,43	-2,68	0,02	-3557,21	-350,66
<i>X</i> ₃	-5598,84	721,74	-7,76	0,00	-7187,38	-4010,30

Прогнозные значения среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в Российской Федерации, полученные на основе аддитивной, мультипликативной моделей и уравнения регрессии с фиктивными переменными, представим в таблице 9.

Таблица 9 Прогнозные значения среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в России в 2022 г.

					Mod	дель (
	Аддитивная		Мульт	иплика-	регрессии		
	мо	дель	тивная	модель	с фикт	ивными	
					переме	нными	
Период	Размер зара- ботной платы, руб.	Темп прироста от соответст- вующего значе- ния 2018 г., %	Размер зара- ботной платы, руб.	Темп прироста от соответст- вующего значе- ния 2018 г., %	Размер зара- ботной платы, руб.	Темп прироста от соответст- вующего значе- ния 2018 г., %	
1 квартал		10.10	= 6000	20.66		10.10	
2022 г.	57165	40,49	56828	39,66	57044	40,19	
2 квартал							
2022 г.	61080	37,33	61249	37,71	60999	37,15	
3 квартал 2022 г.	58750	40,45	58090	38,87	58429	39,68	
4 квартал 2022 г.	64822	38,36	65495	39,80	65103	38,96	

Как видно из таблицы, при построении прогноза по всем трем моделям удалось сохранить тренд и сезонность. Отклонения в результатах незначительны. Полученные прогнозные значения позволяют утверждать, что работа в стране по достижению национальной цели по повышению уровня жизни населения выполняется. Рост номинальной зарплаты в 2022 г. по сравнению с 2018 г. составит около 39%.

При постановке стратегических приоритетов развития страны указывается на необходимость обеспечения устойчивого роста реальных доходов граждан выше уровня инфляции. Согласно представленной в официальных источниках информации [8], инфляционные ожидания с 2018 г. по 2022 г. включительно составляют около 34%, что позволяет сделать заключение не только о росте номинальных, но и реальных доходов населения.

Литература

- 1. Азиева Р. Х., Таймасханов Х. Э. Уровень доходов населения как важнейший индикатор благосостояния общества // Финансовая экономика. 2019. № 9. С. 323-326.
 - 2. Гордиевич Т. И., Рузанов П. В. Уровень жизни и динамика дохо-

дов населения // Омский научный вестник. Серия Общество. История. Современность. 2020. Т. 5. № 1. С. 127-135.

- 3. Колесникова С. В., Ковалерова Н. В. Применение специальных эконометрических моделей для анализа оплаты труда // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 15 (390). С. 48-55.
- 4. Нестерова С. И. Инструмент управления конкурентоспособностью региона // Экономика и управление собственностью. 2015. № 1. С. 15-20.
- 5. Нестерова С. И. Исследование регионального уровня бедности в Российской Федерации // Вестник НГИЭИ. 2018. № 11 (90). С. 33-46.
- 6. Официальный сайт Президента России. http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027.
 - 7. Официальный сайт Росстата. https://rosstat.gov.ru.
- 8. Сайт «Инфляция в России». https://уровень-инфляции.pф/ таблицы-инфляции.

Статья поступила в редакцию 15.02.22 г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. экон. наук, доцентом Е. С. Поротькиным

УДК 316.4

© Л. В. Орлова, 2022

Московский государственный университет технологий и управления им. К. Г. Разумовского (ПКУ) (МГУТУ им. К. Г. Разумовского (ПКУ)), Россия

E-mail: orlovalv313@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУТА ОБРАЗОВАНИЯ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРАКТИК НА ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЖЕНСКОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

В статье анализируется влияние института образования и образовательных практик на особенности развития женского бизнеса. Представлены результаты исследования, проведенного автором среди женщинпредпринимательниц, проживающих на территории Западно-Казахстанской области (ЗКО) Республики Казахстан. Выделены проблемы функционирования женского бизнеса с учетом региональных особенностей. В рамках исследования аргументируется положение о том, что именно такие факторы, как уровень образования и образовательные практики могут повысить предпринимательскую активность в среде женского предпринимательства.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, предпринимательская деятельность, бизнес-образование, женский бизнес.

В различных исследованиях, проведенных как российскими, так и казахскими специалистами, неоднократно говорилось о том, что в настоящее время сферу малого и среднего бизнеса (МСБ) все больше заполняют женщины-предприниматели. В Республике Казахстан женское предпринимательство, имеющее возрастающую динамику, соответствует общей гендерной статистике населения [1, 2, 3, 6, 7 и др.]. Так, в структуре МСБ Казахстана — 651784 субъекта, возглавляемых женщинами, их общий вклад в ВВП страны составляет 40% [5]. Но в обществе продолжают существовать и гендерные барьеры, что затрудняет развитие женского предпринимательства и приводит к неэффективному использованию женского трудового потенциала в экономике страны.

Среди исследователей, работы которых посвящены женскому предпринимательству в Республике Казахстан, необходимо выделить Ж. А. Нурбекову [4] (исследует теоретические предпосылки социологического изучения женского предпринимательства), Р. Б. Сарсенбаеву [7] (рассматривает рыночную трансформацию казахстанского общества в гендерном аспекте), С. М. Шакирову [9] (анализирует экономические аспекты женского предпринимательства), З. М. Мусину (изучает особенности развития женщин-предпринимателей как социально-профессиональной группы) [5].

Рассматривая развитие женского предпринимательства в Казахстане, необходимо затронуть и тему влияния на него института образования как социального института, играющего решающую роль как в социальной мобильности членов социума, так и в развитии общества в целом, что и будет являться целью данной работы. Предметом настоящего исследования выступит роль института образования через образовательные практики в развитии женского МСБ в Западно-Казахстанской области (ЗКО) Республики Казахстан, объектом исследования — женщины-предприниматели данного региона. Для этого обратимся к результатам социологического опроса, который был проведен автором статьи в 2020 году.

При проведении исследования было опрошено 468 человек. Отбор респондентов осуществлялся на основе неслучайной выборки, то есть путем отбора типичных представителей исследуемой категории.

По данным социологического опроса, оконченное высшее образование имеют 72% женщин, ведущих предпринимательскую деятельность в ЗКО, среднее образование имеют 12% предпринимательниц, неполное высшее — также 12% (см. табл. 1). То есть можно говорить о том, что жительницы ЗКО Республики Казахстан, занимающиеся предпринимательской деятельностью, в значительной мере имеют высокую квалификацию для того, чтобы воплощать свои цели в реальность.

Таблица 1 **Распределение респондентов по уровню образования**

Образование	Количество человек в выборке	Доля от выборки (%)
Ученая степень	21	4
Полное высшее	336	72
Неполное высшее	56	12
Среднее	54	12
Неоконченное высшее	1	0

Совпадение или несовпадение направления осуществляемой деятельности с образованием соотносится с параметрами идентификации респондентов. Поскольку большинство женщин-предпринимателей Казахстана получали образование в советский период, когда были востребованы специалисты узкого профиля на крупных производствах, направление их настоящей предпринимательской деятельности преимущественно не совпадает с полученным образованием (40%) либо совпадает лишь частично (31%), и только у 29% респондентов совпадает полностью.

Причиной для открытия бизнеса наибольшее количество опрошенных женщин назвали проблемы с трудоустройством и неудовлетворительный уровень оплаты труда. Только треть респондентов считают основной причиной создания собственного дела — потребность в самореализации (36%).

Большинство женщин, получивших поддержку и одобрение социума, начали предпринимательскую деятельность в сфере мелкорозничной торговли - сфере, традиционно закрепленной за женщинами. В то время как женщины, выбирающие иные виды деятельности, гораздо чаще сталкивались с той или иной формой неодобрения со стороны общества. В ЗКО существует достаточно организаций, поддерживающих малое и среднее предпринимательство (и, в частности, женское предпринимательство, как самостоятельное экономическое явление). Тем не менее, женщины-предприниматели Казахстана недостаточно активно пользуются предлагаемыми возможностями по причине слабой информированности, неудовлетворенности предлагаемыми услугами либо отсутствия четкого представления о перспективах подобного содействия. Представляется возможным также связать этот фактор с недостатком компетенций и уровнем образования в целом в сферах экономики и финансов, а также в сфере юриспруденции.

Опрос также показал, что для женского бизнеса в ЗКО малоактуальны инвестиции и содействие властей на этапе развития и расширения бизнеса (32% опрошенных). Предполагаем, что эти данные говорят об ориентированности женского бизнеса в ЗКО на выживание, а не на развитие. Характерной чертой женского предпринимательства в регионе является создание небольшого предприятия с нуля, на собственные средства и без перспектив его дальнейшего развития. Примером подобного предприятия является бизнес, связанный с мелкорозничной торговлей, и иные микрофирмы с низкой рентабельностью, которой хватает для выживания предприятия и обеспечения семьи женщины-предпринимателя. Действительно,

распределение ответов на вопрос о главной цели бизнеса в социальном аспекте подтверждает сделанный вывод: 47% опрошенных считают социальной целью своего бизнеса обеспечение дохода своей семьи. Еще для 34% респондентов социальная цель — обеспечение дохода себе и своему коллективу. Только 18% стремится прежде всего производить качественную продукцию для рынка.

Такое отношение к собственному предприятию не только демонстрирует отказ от развития, но и косвенно указывает на нехватку специальных знаний, без которых такое развитие невозможно. То есть в социальном плане женщины-предприниматели оказались достаточно активны и целеустремленны, чтобы начать собственное дело. Однако на дальнейшее его продвижение у них не хватает ресурсов, как материальных, так и интеллектуальных. Данная особенность женского бизнеса в ЗКО (ориентация на выживание, а не на развитие) негативно отражается на конкурентоспособности женского предпринимательства среди других регионов страны. Если же учитывать пограничное расположение региона, то проблему следует рассматривать уже в рамках Таможенного Союза [8].

Исследование показало, что 46% респондентов, получивших дополнительное образование, — это владелицы бизнеса, для которых его открытие было «мечтой», т.е. сознательно ориентированных на бизнес, 27% — женщины, для которых занятие бизнесом оказалось вынужденным в силу отсутствия другой работы, и 18% — это женщины-предприниматели, для которых бизнес оказался «случайным делом» [2]. Большая часть респондентов в той или иной форме проводит обучение и своего персонала. Не занимается обучением персонала только 31% респондентов. С учетом преобладания сферы торговли в распределении женского предпринимательства по сферам деятельности данный показатель является несущественной величиной. Но в целом можно утверждать, что сами женщиныпредпринимательницы понимают важность дополнительного образования. То есть при наличии соответствующих условий можно рассчитывать, что они заинтересуются не только повышением уровня своих сотрудников, но и собственным профессиональным уровнем. Распределение ответов на вопрос «Проводите ли вы обучение своих сотрудников?» представлено в таблице 2.

Опрос показал, что женская предпринимательская деятельность в ЗКО начинается преимущественно с нуля и с малых форм бизнеса. Для женщин, организующих бизнес, не характерно получение дополнительного бизнес-образования на специализированных курсах. Иногда они проходят стажировку или заканчивают узкоспе-

циализированные курсы по своей профессиональной деятельности. В целом в сегменте МСБ женский бизнес представлен незначительно, в сегменте крупного бизнеса женщин-предпринимателей нет. Это подтверждается существенным влиянием патриархальных образцов поведения в социуме Республики Казахстан.

Таблица 2 Распределение ответов на вопрос об осуществлении практики обучения персонала

	Количество	Доля
Ответы	человек	от выбор-
	в выборке	ки (%)
Да, провожу внутри компании	184	39
Да, провожу внутри компании и отправ-	90	19
ляю персонал на курсы, стажировки	90	19
Да, отправляю персонал на курсы, ста-	47	10
жировки	4/	10
Нет, не провожу	147	31

Согласно результатам проведенного опроса казахстанские женщины стремятся открыть свое дело в поисках независимости и свободы. Так, 41,1% опрошенных женщин-предпринимателей объяснили создание собственного бизнеса желанием работать по свободному графику и быть независимыми от посторонней воли. Еще одна причина ухода женщин в бизнес — стремление к финансовой независимости: 40,9% опрошенных женщин-предпринимателей заявили, что их привлекает реальная возможность прибыльности бизнеса.

Из всего вышеизложенного важно отметить, что женский бизнес в ЗКО РК на данный момент не занимает существенного места в социальной структуре и не демонстрирует высокой экономической эффективности. Это связано с проблемами на рынке труда, дефицитом опыта работы женщин-предпринимательниц в конкурентных условиях, нестабильностью бизнес-среды и отсутствием платежеспособного спроса. Образование является важным фактором, влияющим на становление и развитие женского бизнеса. Но профиль ориентированности бизнеса не всегда связан с профилем образования у предпринимательниц. В ЗКО женщины предпринимательницы как городских, так и сельских поселений активно включены в программы поддержки женского предпринимательства и используют образовательные стратегии реквалификации при вхождении в сферу предпринимательства и повышения квалификации для развития уже имеющегося бизнеса.

При этом все вышеперечисленные проблемы детерминированы социальными факторами в большей степени, чем экономическими. То есть на данный момент женское предпринимательство в ЗКО находится в процессе своего становления и в большей степени нацелено на укрепление и стабилизацию позиций, чем на развитие бизнеса.

Литература

- 1. Башлакова О. С., Джаникешева Б. Т., Орлова Л. В. Женское предпринимательство в странах таможенного союза через призму гендерного равенства // Социально-экономические явления и процессы. 2018. Т. 13. № 104. С. 50-57.
- 2. Джаникешева Б. Т. Образовательные стратегии женщин-предпринимателей в Республике Казахстан // Вестник Самарского муниципального института управления. 2019. № 4. С. 74-81.
- 3. Orlova L. V., Sakhabieva G. A., Vasyaycheva V. A., Pronina N. N. Impact of Educational Attainment on the Development of Female Entrepreneurship in Kazakhstan // Indian Journal of Science and Technology. 2016. T. 9. № 11. C. 197-204. DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i11/89426.
- 4. Нурбекова Ж. А. Теоретические предпосылки социологического анализа женского предпринимательства // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Философия, социология, культурология, социальная работа. 2013. Вып. 4 (51). С.1 01-107.
- 5. Orlova L.V., Musina Z. M., Dzhanikesheva B. T. Dialogue as a Problem Area of Communication between the Authorities and the Public // Media Watch. 2020. Vol. 11 (1). Pp. 177-190. DOI: 10.15655/mw/2020/v11i1/49755.
- 6. Orlova L. V. To the Problem of Entrepreneurs Training in the Kazakhstan Republic: Sociological Analysis of Women Business // Bulletin of Samara Municipal Institute of management. 2014. № 4 (31). Pp.120-129.
- 7. Сарсембаева Р. Б. Рыночная трансформация Казахстанского общества. Опыт гендерного анализа: монография. Алматы: LEM, 2004. 252 с.
- 8. Семенычев В. К., Морозов В. В., Орлова Л. В., Башлакова О. С. Таможенный союз стратегии развития малого предпринимательства: монография. Самара: САГМУ, 2012. 256 с.
- 9. Шакирова С. М. Женское предпринимательство в Казахстане. Очерк развития и текущего состояния. URL: http://wlf.kz/statystyka/47-zhenskoe-predprinimatelstvo-v-kazahstane-ocherk-razvitiya-i-tekuschego-sostoyaniya.html.

Статья поступила в редакцию 03.02.22г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой УДК 316.75

© Н. А. ЧЕТВЕРИКОВА, 2022

Оренбургский государственный университет (ОГУ), Россия E-mail: nadinka.81@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ МОЛОДЕЖИ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

В предлагаемой статье автор рассматривает молодежь как особую социальную группу, обладающую неосязаемым ресурсом — социальным капиталом для регионального развития. Уделено внимание образованию как среде, в которой происходит формирование навыков социального взаимодействия. В статье определены условия, способствующие формированию и развитию социального капитала молодежи как ресурса развития региона.

Ключевые понятия: социальный капитал, социальные ресурсы, социальные сети, региональное развитие, молодежь, образование.

Концепция социального капитала — быстро развивающееся направление. О предпосылках, истоках формирования и сущностных характеристиках социального капитала, о факторах влияния на его развитие имеется достаточный ряд исследований и публикаций ученых. В ходе формирования и развития концепции перед исследователями вставали вопросы о влиянии социального капитала на модернизацию региона и экономический рост территории. Как показывают результаты исследований, именно концепция социального капитала позволяет выявить ресурсы, способствующие развитию с использованием неэкономических факторов [3].

Социальный капитал как фундаментальный элемент современного социума и объект исследования актуален как никогда в современном трансформирующемся, но уже новом обществе. Рост социального капитала стал необходимым ресурсом и условием в ситуации оценки потенциала для достижения целей: именно социальный капитал определяет, как отдельные группы и сообщества самоорганизуются для взаимодействия и достижения целей на микро-, мезо- и макроуровнях [3]. Одной из перспективных групп является молодежь, так как она «важная часть скрытых резервов, присутствующих в каждом обществе» [10]. В прогнозах развития любого региона, страны, как правило, молодежь занимает особое место. В этой связи, актуальность исследования социального капитала молодежи вызвана прежде всего поиском способов, методов, технологий формирова-

ния и развития социального капитала как социального ресурса развития и управления.

Цель данной работы — определить условия, способствующие формированию и развитию социального капитала молодежи, являющегося *объектом исследования*.

Предмет исследования — социальный капитал молодежи как ресурс развития региона.

По мнению П. Бурдье, социальный капитал представляет собой ресурс, где ключевая роль принадлежит социальным нормам, сетям, связям, основанным на доверии или принадлежности к конкретной группе, сообществу [1]. Своеобразный капитал формируется социальными отношениями, возникающими между людьми, и является неотъемлемым элементом в структуре социальных отношений [7].

В таблице 1 представлены подходы к определению категории «молодежь».

Таблица 1 **Подходы к определению категории «молодежь»**

Подход	Краткая характеристика
Молодежь как возрастная группа	Возраст социально-демографичес-
- consequence and cooperations appears	кой группы нивелирует все осталь-
	ные различия
Молодежь как определенный этап	Хронологические границы моло-
жизненного цикла	дежи зависят от общественно-
	исторического развития, культуры,
	способов социализации
Молодежь как социальный статус,	Социальный статус определяется
определяемый возрастом	видами деятельности молодых лю-
	дей (учеба, работа)
Молодежь как субкультура	Форма организации молодых лю-
	дей, которая определяет их стиль
	жизни и мышления, специфиче-
	ские нормы и ценности, образцы
	поведения
Молодежь как субъект обществен-	Роль и место молодых людей в раз-
ного воспроизводства	личных сферах общественной жиз-
	ни и общественном производстве
Молодежь как социальная группа,	Риск как доминанта в моделях по-
реализующая инновационную дея-	ведения молодых людей
тельность в условиях неопреде-	
ленности	

Итак, молодежь — в широком смысле представляет собой обширную совокупность групповых общностей, образующихся на основе возрастных признаков и связанных с ними основных видов деятельности, в социологическом смысле — это социально-демографическая группа, выделяемая на основе обусловленных возрастом особенностей социального положения молодых людей, их места и функций в социальной структуре общества, специфических интересов и ценностей [13]. При таком подходе студенческую молодежь можно представить как молодых людей, имеющих социальный статус обучающихся и получающих профессиональное образование.

Несмотря на многообразие трактовок и подходов к определению социального капитала различных групп, наиболее содержательным, по мнению автора, определением социального капитала молодежи является следующее: «Социальный капитал молодежи — это совокупность ресурсов молодых людей, которые развиваются благодаря наличию устойчивой сети связей различных категорий молодежи с другими людьми, основанных на взаимно разделяемых и подкрепляемых нормах, ценностях и доверии, развивающихся в семье, в кругу друзей, в общественных организациях и объединениях, во время учебы и работы, и предоставляют определенные выгоды в виде эмоциональной, материальной и информационной поддержки, а также способствуют самореализации и самоопределению молодого поколения на микро-, мезо- и макроуровнях» [12].

Таким образом, социальный капитал, которым обладает молодежь, определяет их возможности и выгоды, является их социальным ресурсом. Т. В. Макеева считает, что для молодежи социальный капитал может выступать ресурсом, обеспечивающим ее вертикальную мобильность. Бесспорно, утверждение о том, что первоначально молодые люди обладают социальным капиталом их семей, но по мере взросления и включения в различные общественные отношения и процессы, становясь участником различных групп, сообществ и выстраивания собственных коммуникаций (дружеских, деловых) формируется индивидуальный социальный капитал [9].

В современном обществе повышение индивидуального социального капитала стало возможным благодаря развитию глобальной сети Интернет. Популярность интернет-пространства для выстраивания социальных отношений и общения неслучайна. В этом кроется относительная простота и легкость коммуницирования – знакомства с новыми людьми, ведения беседы, формулирования вопросов и ответов, выражения собственного мнения и заявления позиции. Режимы онлайн и офлайн дают возможность стать «своим» в

различных сообществах и группах, активно проявлять себя в общественной деятельности, быть включенным в различные процессы и отношения, тем самым повышая индивидуальный социальный капитал и создавая и наращивая совокупный капитал посредством современной формы взаимодействия в социальном мире. Теперь такое социальное явление, как социальная сеть, рассматривается не только как сеть отношений и связей, регулируемых ценностно-нормативной системой, но и как способ функционирования в контексте интерактивного многоразового веб-сайта, содержание которого наполняется участниками и тем самым формируются новые индивидуальные и коллективные интересы [14].

Молодежь как особая социальная группа достаточно быстро освоилась в интернет-пространстве и стала выстраивать свои социальные взаимоотношения через социальные сети, блогосферу, стала активно включаться в образовательные проекты, в том числе в онлайн-форматах. Использование интернет-технологий дало возможность повышать свой образовательный уровень [6].

В своей работе «Капитал социальный и человеческий» Дж. Коулмен пишет об образовании и его значимой роли в формировании и развитии социального капитала [7]. «Степень развитости» социального капитала конкретного индивида зависит от уровня образования — уровень образования влияет на «степень развитости» социального капитала [9]. В этой связи представляют интерес исследования авторов, посвященные формированию социального капитала молодежи в образовательных организациях.

- Так, В. А. Бурко в своей работе «Взаимосвязь социального капитала и модернизационных ценностей в студенческом коллективе» отмечает, что «особость» категории молодежи характеризуется тремя факторами [2]:
- 1) потенциально или реально проявляемой активной работоспособностью;
 - 2) открытостью к инновациям;
- 3) постоянным поиском идеологических и нравственных основ для своего личностного развития.

Студенческая молодежь интересна и тем, что она является социальной группой, в которой представлены различные социальные слои со своими нормами, ценностями, установками. Результатом проведенного исследования [2] стали выводы автора о том, что для студенческой молодежи характерна критическая оценка норм и ценностей, способствующих (препятствующих) взаимодействию между людьми, которые она наблюдает в своем окружении, но при этом

зафиксированы высокие показатели собственной готовности молодых людей к установлению эффективного взаимодействия с окружающими (особенно близкий круг), которое сочетается с невысоким уровнем доверия к окружению «дальнего радиуса» и критической оценкой к социальным и политическим институтам, кроме института некоммерческих организаций и волонтерства.

Таким образом, было зафиксировано, что ценности и нормы молодых людей влияют на формирование социального капитала.

Исследование прикладного характера Е. В. Креховец и О. В. Польдина, посвященное анализу структуры социальных сетей первокурсников одного из государственных вузов Нижнего Новгорода, помогло выявить наиболее значимых участников социальных сетей. По их мнению, в процессе обучения в университете студенты не только получают новые знания, но и формируют социальные связи, которые представляют собой социальный капитал. Эти социальные связи-взаимодействия проявляются во взаимопомощи и дружбе, при этом структура этих взаимодействий различна. Одним из аргументированных выводов по результатам эмпирической работы стало предположение о том, что с точки зрения формирования социального капитала дружеские сети учащихся важнее, чем сети взаимопомощи [8].

Е. А. Карпова и И. Б. Зайчикова отмечают, что именно в студенческих аудиториях происходит формирование навыков взаимодействия, конструктивной помощи, которые в дальнейшем интегрируются в другие формы деятельности человека [5]. Исследователями замечено, что использование в образовательном процессе интерактивного формата обучения (в данном случае проектных методов) с концентрацией на коммуникативно-познавательный аспект относительно профессиональной самореализации может способствовать развитию интереса к самостоятельному поиску профессиональных сообществ.

О наращивании индивидуального социального капитала посредством академической мобильности («включенного обучения») в период обучения в университете пишут Л. Г. Почебут и Е. Д. Степаняк. Они акцентируют внимание на толерантности, этической идентичности, доверии как обязательных элементах эффективного национального и межкультурного диалога. По мнению исследователей, академическая мобильность в период обучения способствует формированию самостоятельности выбора профессионального пути через опыт и возникающие проблемы, особенно в ситуации международного обучения [11]. Итак, активное коммуникативное взаимодействие студенческой молодежи в поисках возможностей для профессиональной самореализации и приводит к внутренней (национальной) или внешней (международной) академической мобильности.

Благодаря наличию и относительной доступности образовательных проектов и программ по обмену, профессиональным стажировкам, летним школам (в том числе и в дистанционном формате), реализуемых учебными заведениями, которые направлены на подготовку к успешной карьере, позволяют нам сделать вывод о возможностях самостоятельного выбора молодыми людьми — где и как продолжать применять свои профессиональные знания и навыки с учетом сформированных ценностей и ценностных ориентаций в профессиональной карьере.

Таким образом, социальный капитал, который формировался в одной региональной территориальной общности, вполне может продолжить свое развитие в другом регионе. Казалось бы, территориальная общность как сеть социальных взаимодействий определяет региональную идентичность (желание и готовность жить и развивать территорию), но в условиях ухудшения качества жизни, замедления социально-экономического развития региона возможна активная внешняя миграция молодых людей. Для современной молодежи важна динамичность в развитии региона, устремленность в будущее [4]. В этой связи возникает острая необходимость в создании условий, способствующих формированию социального капитала молодежи и возможности его развития в регионе (табл. 2).

Таблица 2 Условия формирования социального капитала молодежи как ресурса развития региона

Условия формирования	Возможность реализации
социального капитала	на региональном уровне
Доверие как основа социальных	Повышение уровня доверия к ре-
отношений	гиональным властям, их проектам
	и программам в контексте моло-
	дежной политики
Актуализация ценностей, норм,	Развитие институтов культуры и
установок	образования
Интернет как коммуникативное	Развитие интернет-коммуника-
пространство для взаимодействия	ционных технологий
и формирования сети единомыш-	
ленников	

	Окончание таол. 2
Удовлетворение интересов в со-	Формирование дружеских нефор-
ответствии с социальным стату-	мальных сетей взаимодействия
сом молодых людей	
Удовлетворение различных по-	Совершенствование деятельности
требностей молодежи	социальных институтов в соответ-
	ствии с потребностями молодежи
	(культуры, образования, экономи-
	ки, семьи и брака и др.)

На основании вышеизложенного представляется возможным сделать следующие выводы.

- 1. Молодежь влияет на качественные и количественные социально-экономические характеристики региона. Социальный капитал молодежи в совокупности с другими социальными ресурсами влияет на определение социально-экономической и технологической траектории развития региона.
- 2. Социальный капитал молодежи должен быть признан как ценность и опора регионального развития, так как именно молодежь со своей «особенностью» является носителем потенциала региона.
- 3. Понимание условий формирования социального капитала молодежи как ресурса развития территории и положения молодежи в регионе важно для поддержки молодых людей. Очевидно, что условия формирования социального капитала могут и будут меняться согласно изменяющейся социальной реальности.

Таким образом, социальные взаимодействия в молодежной среде в контексте формирования социального капитала как социального ресурса для развития региона представляют интерес и требуют дальнейшего исследования. Интересным и актуальным остается вопрос инвестирования в социальный капитал молодежи с целью его устойчивого развития как в личных, так и в региональных целях.

Литература

- 1. Бурдье П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. № 3. С. 60-74.
- 2. Бурко В. А. Взаимосвязь социального капитала и модернизационных ценностей в студенческом коллективе // Logos et Praxis. 2019. № 3. С. 131-139.
- 3. Гужавина Т. А. Социальный капитал молодежи: опыт социологического анализа // Социальное пространство. 2017. № 1 (8). URL: http://socialarea-journal.ru/article/2187.

- 4. Дроздова Е. А. Ресурсный подход в исследовании территориальных общностей // Вестник Института социологии. 2019. № 1. С. 82-103.
- 5. Карпова Е. А., Зайчикова И. Б. Социальный капитал личности: перспективы развития и возможные проблемы // Социология и право. 2018. № 1 (39). С. 50-56.
- 6. Колмыкова М. А., Четверикова Н. А. Роль информационной культуры в формировании социального капитала в современном обществе // Вестник Самарского муниципального института управления. 2020. № 2. С. 83-91.
- 7. Коулмен Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 122-139.
- 8. Креховец Е. В., Польдин О. В. Социальный капитал студентов сквозь призму социальных сетей: анализ структуры и ключевых акторов // Вопросы образования. 2016. № 3. С. 59-79.
- 9. Макеева Т. В. Роль и значение профессионального образования в процессе формирования социального капитала у молодежи // Профессиональная ориентация. 2017. № 2. С. 66-68.
- 10. Манхейм К. Избранное: Диагноз нашего времени. М.: Говорящая книга, 2010. 744 с.
- 11. Почебут Л. Г., Степаняк Е. Д. Академическая мобильность как средство повышения межкультурной коммуникативной компетентности и социального капитала личности студента // Психология человека в образовании. 2019. № 2. С. 126-136.
- 12. Резанова Е. В. Социальный капитал молодежи как интеграционный потенциал общества // Корпоративные стратегические коммуникации: сб. науч. ст. / БГУ, Институт журналистики, каф. технологий коммуникации; редкол.: С. В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. Минск: БГУ, 2016. С. 62-87. URL: https://elib.bsu.by/ bitstream/123456789/147771/1/Peзанова_62-87.pdf.
- 13. Социология молодежи. Энциклопедический словарь / Отв. ред. Ю. А. Зубок, В. И. Чупров. М.: Academia, 2008. 608 с.
- 14. Хайкин М. М., Крутик А. Б. Социальный капитал и социальные сети // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. № 1. С. 85-91.

Статья поступила в редакцию 28.02.22 г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой УДК 316.752

© С. В. Косицына, 2022

Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»), Россия E-mail: Fitil501@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ЦЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Статья посвящена выявлению особенностей воздействия цифровизации общества на ценностные и поведенческие установки молодежи. Рассматриваются характеристики процесса цифровизации, тенденции развития современного общества. Проводится анализ специфики влияния информационно-коммуникационных технологий на формирование ценностей молодежи. Формулируется вывод об особенностях ценностного сознания молодого поколения в условиях распространения цифровизации.

Ключевые слова: цифровизация, цифровое общество, молодежь, ценности.

Развитие информационных технологий в современном обществе приобретает все более ускоряющийся характер, который обусловлен не только развитием искусственного интеллекта и внедрением ІТ-технологий, но и обострением эпидемиологической ситуации в стране и мире. Пандемия коронавируса способствует интенсивной цифровизации экономической, образовательной и социальной сфер российского общества. Данные процессы постиндустриального социума закономерны и предсказуемы, однако не могут не беспокоить ученых-экономистов, политологов, философов, психологов и социологов.

Внедрение компьютерных технологий, их интеграция в социум и социальное пространство, затрагивает все общественные группы, особенно это касается молодого поколения как более лояльной и активной социальной общности.

Молодежь сегодня активно осваивает технологические возможности, которые упрощают коммуникативные, бытовые взаимодействия, получение образования и рабочего места. В данных условиях нельзя не подчеркнуть непосредственного воздействия цифровизации как социального процесса на ценностные и поведенческие установки молодежи, которые формируют ее основные жизненные стратегии.

В связи с вышесказанным выделим объект исследования — молодежь как социальная группа.

Цель данной работы — на основе теоретического анализа определить особенности воздействия цифровизации общества на формирование ценностной структуры сознания молодого поколения.

Предмет исследования — ценности молодежи в условиях цифровизации общества.

В качестве теоретических методов исследования были выбраны: сравнительный и типологический методы.

В рамках научной работы считаем целесообразным рассмотреть категорию «информационное общество». Для этого обратимся к размышлениям исследователей-классиков постиндустриального общества. Так, Э. Тоффлер [1] рассматривал «информационное общество» в качестве последней стадии цивилизационного развития, после сельскохозяйственной и индустриальной. Появление цифрового общества, по мнению ученого, является определенным результатом технологических инноваций и изменения социальных взаимоотношений на фоне данных преобразований. М. Кастельс [2] подчеркивал «сетевой» характер информационного общества, другими словами, процесс информатизации строится по принципу сети институтов. Действительно, мы не можем отрицать данного факта, поскольку деятельность одного социального института непременно затрагивает функционирование другого, а процессы внедрения ІТтехнологий способствуют взаимопроникновению данных связей и взаимному влиянию. Современную эпоху как результат отделения индивида от природных факторов, технологической модернизации, а следовательно, и возникновения компьютерных технологий как источников хранения информации определял Э. Гидденс [3], отводя доминирующую роль в таком обществе национальному государству с мощной административной и военной властью, а также культурой. Последняя в данном случае выступает некой отражающей сферой общественных инноваций.

Перейдем к современным трактовкам вышеуказанного понятия. По мнению В. К. Левашова, О. В. Гребняк [4], процесс цифровизации общества определяется как механизм «внедрения во все сферы жизнедеятельности социума информационно-коммуникационных технологий», при этом каждый индивид имеет неограниченный доступ ко всем открытым источникам информации посредством сети Интернет. Авторами подчеркиваются следующие тенденции: процесс распространения цифровизации способствует расширению коммуникации в политической, социальной и образовательной сферах;

возникновение «девиантной цифровой культуры» ввиду распространения некачественной, лимитированной и не всегда достоверной информации [4, с. 81].

Думается, что рассматриваемая девиация особенно характерна для молодого поколения как наиболее активного пользователя всех технологических новаций, проблема утрачивания экспертности знаний, искаженность информационного материала способствует развитию легкомысленности, плюрализму мнений относительно морально-нравственных устоев, нетрудоспособности и в тоже время расширяет возможности во многих социальных сферах, способствует реализации собственных навыков и талантов.

Стоит указать следующие характеристики цифровизации общества, выделенные В. И. Неизвестным [5, с.91-95]:

- снижение доли тяжелого рабочего труда в экономике;
- изменение профессионально-трудовой структуры общества;
- автоматизация производства и широкое применение искусственного интеллекта в управлении;
 - формирование нового качества жизни;
- неумеренное потребление, превалирование гедонистических ценностей, развитие неравенства;
- интеллектуальная деградация вследствие активного использования достижений информационных технологий;
 - замена непосредственного общения на дистанционное;
- проблема безопасности личной информации; снижение социальной активности.

В виртуальную реальность переходит и криминальная среда, меняются социальная этика, установки людей, снижается эмпатия. Укажем на такой важный момент, как освобождение свободного времени человека в условиях автоматизации многих бытовых и рабочих дел, что, естественно, влияет на изменение сознания индивида и является глобальной социальной проблемой [5, с. 98].

Современные условия развития общества говорят о необходимости изменения системы образования, где главными конкурирующими качествами будущих выпускников должны стать креативность, способность к междисциплинарному обучению, быстрое освоение компьютерных технологий, гибкость [5, с. 100].

Как видим, информатизация социального пространства заключает в себе появление не только инновационных возможностей для обеспечения комфортной жизни человека, но и отрицательных последствий, которые затрагивают прежде всего культурную, этическую, нравственную составляющую социальных взаимоотношений.

Трактовка цифрового общества Ю. А. Чернавина [6, с. 11] заключается в некоем новом этапе постиндустриального развития социума, для которого характерно: появление «цифровых институтов» и «цифровой сферы» и нового типа «информационного человека», наделенного противоречивыми социальными качествами [6, с. 11]. Можно сказать, что именно молодой человек как таковой является тем самым новым видом цифрового индивида или субъекта цифрового социума, способного не только адаптироваться к новым реалиям социального пространства, но и выступать в качестве источника его преобразования. Тем самым компьютеризация социальной среды не только порождает новые ценностные и поведенческие императивы, но и является объектом влияния представителя информационного общества.

Отметим, что молодежь как наиболее активная и гибкая социальная группа впитывает в себя все технологические изменения, становится неким объектом и одновременно субъектом трансформации «сегодняшнего» общества. В настоящее время Интернет является для молодежи основным источником информации. В связи с этим можно выделить как положительные, так и отрицательные последствия влияния этой сети: поскольку информация в данном пространстве достаточно разнообразна, противоречива и не всегда достоверна, то и морально-нравственное сознание молодого человека либо становится избирательным, либо наоборот, как губка, впитывает в себя всю плюралистичность идей и настроений. В этих условиях и появляется необходимость изучения специфики воздействия процесса цифровизации общества на формирование ценностей молодежи.

Итак, проанализируем публикации авторов, рассматривающих в своих исследованиях молодежь как социальную группу.

Определение молодежи как социальной группы дается заслуженным деятелем науки, почетным работником сферы молодежной политики Валерием Андреевичем Луковым. По его мнению, в данную группу входят: «1) люди, осваивающие и присваивающие социальную субъектность, имеющие социальный статус молодых и являющиеся по самоидентификации молодыми, а также 2) распространенные в этой социальной группе тезаурусы и 3) выражающий и отражающий их символический и предметный мир» [7].

Согласимся с этим определением и добавим, что возрастные границы молодежи составляют от 14 до 35 лет, что указано в Основах государственной молодежной политики РФ на период до 2025 года [8].

Заметим, что до принятия данного закона различные отечественные исследователи выдвигали предположения о расширении возрастных границ молодого поколения. Например, В. Н. Боряз считает, что «...в принятых возрастных градациях для молодежи в целом и отдельных социальных групп ее нижняя граница возрастного признака приобретает ряд значений от 14 до 20 лет, а верхняя колеблется в пределах 25-35 лет» [9, с. 64].

Определимся с понятием ценностей, которые представляются установками, общими для членов социума или социальной группы в отношении определенных целей (на них ориентируются и к ним стремятся (терминальные). В то же время они являются важными инструментами и способами их осуществления или достижения (инструментальные) [10].

Так, группа исследователей во главе с Вал. Луковым и Вл. Луковым считают, что ценностные ориентации являются некоторым отражением устойчивых представлений в обществе, для которых характерна динамичность и изменчивость в условиях происходящих общественных процессов, причем их передача в поколенческом контексте возможна с помощью семьи и «сетевой коммуникации» [7]. Действительно, нельзя отрицать приоритетного влияния семьи на формирование морально-нравственных и поведенческих установок молодежи, однако в настоящее время велико воздействие информационного пространства, в котором осуществляется достаточно объемная часть коммуникативного взаимодействия, а также их социальные связи и функции.

Обратимся непосредственно к анализу тенденций в области формирования и превалирования тех или иных установок в условиях цифровизации социальных институтов и сфер. Результаты исследований Института социально-политических исследований ФНИСЦ РАН в декабре 2020 года говорят о том, что представители молодежи лояльны к процессам внедрения цифровых технологий в повседневную жизнь и усматривают в этом определенные положительные явления [11]:

- улучшение качества жизни;
- повышение политической и гражданской активности;
- расширение возможностей в области культурного просвещения и образования.

Стоит отметить, что старшее поколение менее оптимистично смотрит на данные трансформационные процессы социума, воспринимая новые возможности в качестве «бытового инструмента» с отрицательным и пагубным эффектом [12, с. 110-111]. Вопрос влияния

новейших технологий на нравственное сознание людей вызывает двойственную реакцию молодежного сообщества, что подтверждается фактом разнообразия информационного воздействия и, скорее, будет зависеть от собственного выбора необходимого контента.

В сети Интернет можно найти видеоролики, показывающие прекрасные примеры мужества, порядочности, честности, доброты, отзывчивости и в то же время, большое количество текстов, визуальных материалов далеки от параметров гуманистической идеологии. Поэтому вовлечение государства в процессы цифровизации социальных структур понятны и ожидаемы. В молодежи государство видит главный источник поддержки и будущего развития общества, следовательно, будет поддерживать ожидания молодых людей до тех пор, пока это не будет грозить безопасности и устойчивости политической структуры.

С долей большой вероятности можно сказать о том, что доступность информационного контента в будущем изменится: постепенно коммерционализируются различные его источники, в результате — возникнет проблема выбора молодого человека и соответствия ему материальных возможностей.

Благодаря всероссийскому исследованию 2018 года, результаты которого представлены в работе [13, с. 99-100], были выявлены основные тенденции изменения профессионально-трудовых ценностей представителей молодежи в условиях цифровизации:

- ориентация на смену профессий и отказ от убеждения, что работа должна быть постоянно и на долгое время, мобильность и гибкость в сфере поиска рабочего места;
- доминирование прагматизма и «максимальной эффективности»;
- стремление к креативности мышления, обладанию весомого статуса, к саморазвитию и обучению новым знаниям, достижению профессиональных результатов;
- адекватное восприятие цифровых возможностей в сфере поиска работы;
- превалирование таких установок, как: доверие окружающим, самостоятельность мышления, необычное решение профессиональных вопросов, профессиональная мобильность как внутри страны, так и вне.

Иными словами, исследуемые процессы способствуют увеличению возможностей и удобства в поиске работы и получении профессиональных знаний, но при этом все опять упирается в условия быстрой адаптации к изменениям рынка труда и усвоения новаций

с целью формирования себя как конкурентоспособной профессиональной единицы. И здесь актуализируется проблема несоответствия полученного классического образования и новых профессиональных ожиданий рекрутеров.

Необходимо отметить, что и система образования подвергается все большей цифровизации (чему способствует эпидемиологическая ситуация в стране). Несомненно, данные изменения влияют на формирование ценностей в сфере освоения знаний и получения образования, но и здесь наблюдаются некоторые противоречия: с одной стороны, студенты настраиваются на быстрое получение знаний и освоение широкой информационной базы, гибкость обучения с применение новых технологий, с другой стороны — их перестают интересовать познавательные ценности, навыки самоподготовки, аналитические способности; превалирует клиповое мышление [6].

Интернет в данном случае становится источником быстрого и легкого получения необходимой информации, тогда как упорное сидение за учебниками теряет свою значимость в глазах обучающихся. Молодой человек ставится перед выбором того или иного механизма обучения в соответствии с временными ресурсами: либо это быстрое копирование нужного материала, либо освоение оцифрованной учебной литературы.

В публикации [14] находим и негативные последствия компьютеризации обучения: распространение «игровизации», зависимости от сети, снижение трудолюбия и ответственности. В то же время активизируется стремление к образовательной мобильности, к профессиональной реализации; получению образования в других городах и странах. Последнее выступает определенным гарантом трудоустройства и получения высокого дохода. Цифровые технологии не являются для обучающихся источником духовных ценностей, освоения достижений высокой культуры.

При этом сами молодые люди подчеркивают значимость собственных целей в использовании сетевой информации. И здесь нужно отметить интенсификацию субъектности и индивидулизма молодежи, от стратегий которой зависит собственное духовно-культурное, образовательное, социальное и профессиональное развитие.

Перед нами возникает вопрос: «Как же в целом изменяются ценностные представления молодых людей, так ли сильно трансформируются в условиях формирования цифрового общества?». Проанализируем некоторые исследовательские линии в этом направлении.

104

В статье А. М. Фактора, С. Г. Камолова, А. А. Никандровой указывается, что доминантами ценностного выбора молодых людей остаются традиционные понятия: «семья, любовь, образование, свобода и дружба» [15, с. 94], в то время как основным источником формирования морально-нравственных установок выступает семья и воспитание, и в меньшей степени — личный опыт [15, с. 96].

Данный факт говорит о том, что глобальные изменения общества в области его информатизации хоть и являются значимым фактором перемены сознания людей, однако главным транслятором ценностно-нормативной системы остается близкое окружение и семья. Здесь важно отметить, что процессы цифровизации также влияют на разъединение института семьи, если отсутствуют разумные ограничения пользованием современными гаджетами. Данное обстоятельство в свою очередь может привести к фактическому отчуждению внутри ячейки общества, а следовательно, и к снижению значимости семейных традиций и ценностей. В настоящее время фактическое общение с близкими и друзьями зачастую заменяется коммуникацией в «мессенджерах», рабочие отношения — и те переходят в дистанционный формат, в данных условиях важность дружбы, личных отношений, объединений по интересам также будет нивелироваться. Возможен обратный эффект: острая нехватка непосредственного живого общения может породить различного рода поведенческие девиации.

Необходимо отметить, что типичными для цифровой эпохи, согласно мнению молодых людей, являются такие установки, как: «скорость, гибкость, личное мнение, комфорт, контроль, прозрачность» [15, с. 96], в то время как семья и здоровье выделяются молодежью в качестве незначимых. Становится очевидным, что представители данной социальной группы не осознают, что находятся уже в новых реалиях развития социума. Внедрение цифровых технологий является сложным и слишком интенсивным процессом не только для старшего поколения, но и для молодого, оказавшегося перед огромным числом вызовов современности и отсутствием каких-то определенных социальных гарантий.

Опрос Н. А. Борисенко показал [16], что новые условия развития рыночной экономики в цифровом обществе способствуют поляризации молодежи на две части: на успешную, пластичную, мобильную и на ту, которая не смогла адаптироваться к новым условиям. В свою очередь данные процессы выводят на первый план такие поведенческие категории, как удовлетворение личных интересов и приобретение конкурентных преимуществ. Исследование данного

автора подтверждает превалирование таких ценностей, как «здоровье, мир, семья и дети, рост благосостояния». В то же время подчеркивается факт недоверия к власти в молодежной среде, порождающий ее стремление к активности в деструктивных и экстремистских организациях.

Определяя свою позицию в данном вопросе, обобщив сказанное, можем сделать следующие выводы.

- 1. Цифровизация общества есть не что иное, как интеграция информационно-коммуникационных технологий во все сферы социума, сопровождающаяся расширением коммуникации; трансформацией профессионально-трудовой структуры населения; изменением качества жизни и поведенческих стратегий индивидов; переменами в культурно-досуговой, бытовой, трудовой, образовательной средах, а также в формах социального взаимодействия.
- 2. В целом положительное отношение молодого поколения к внедрению информационно-коммуникационных технологий во все сферы жизни связано с ожиданиями улучшения ее качества, упрощения различных функций в труде, быту, образовании, расширения различного рода возможностей. Воздействие на моральнонравственную и ценностную составляющую жизни молодыми людьми либо не осознается, либо остается неопределенным: характеризуется двойственным отношением.
- 3. Происходит изменение профессионально-трудовых настроений молодежи в пользу мобильности, гибкости, смены профессий, практичности, развития творческого начала.
- 4. Образовательные ориентации характеризуются желанием использовать широкие цифровые возможности в получении необходимых знаний с параллельным снижением значимости ответственности, трудолюбия, ценности познавательных и аналитических способностей.
- 5. Приоритетными для молодежи остаются традиционные смыслы, касающиеся чувств, близкого окружения, важности образования и материального дохода. В качестве дополнительных выделяются те, которые соответствуют новому типу общества: мобильность, поведенческая пластичность, высокая скорость освоения информации, адаптивность, стремление к материальному комфорту.
- 6. Формирование ценностных и поведенческих установок в той или иной сфере в эпоху цифровизации зависит от выбора информационного контента каждого молодого человека, его воспитания, влияния семьи, социального окружения, собственной стратегической позиции. Современного представителя молодежи харак-

106

теризует индивидуализм, прагматизм, способность выступать субъектом социальных изменений, над ним не довлеет определенная идеология, он находится в ситуации информационного плюрализма и разнообразия, что естественным образом влияет на построение достаточно неопределенной ценностной структуры. Думается, что дальнейшее углубление процесса цифровой интеграции будет способствовать усилению важности традиционных установок и приращению новых ценностных ориентаций, отвечающих современным реалиям социального развития.

Литература

- 1. Тоффлер Э. Третья волна / Пер. с англ., под ред. С. А. Гудимовой. М.: ACT, 2010. 784 с.
- 2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ., под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 606 с.
- 3. Вольфсон Ю. Р., Вольчина А. Е. Проблема классификаций теорий информационного общества // Современные исследования социальных проблем. 2017. Т. 8. № 3. С. 80-110.
- 4. Левашов В. К., Гребняк О. В. Цифровая культура российского общества и государства // Социологические исследования. 2020. № 5. С. 79-89.
- 5. Неизвестный С. И. Социальные проблемы принятия решений искусственным интеллектом в цифровом обществе // Социологический журнал. 2021. Т. 27. № 2. С.90-108.
- 6. Чернавин Ю. А. Цифровое общество: теоретические контуры складывающейся парадигмы // Цифровая социология. 2021. Т. 4. № 2. С. 4-12.
- 7. Луков Вал. А., Гневашева В. А., Захаров Н. В., Луков Вл. А., Луков С. В., Намлинская О. О. Российская молодежь: ценности и ценностные ориентации (социологический анализ) // Материалы Всероссийской научной конференции (г. Москва, 6–7 декабря 2007 г.). М., 2007. С. 43-46.
- 8. Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года (от 29 ноября 2014 г.) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: https://docs.cntd.ru/document/420237592.
- 9. Боряз В. Н. Молодежь. Методологические проблемы исследования. Л.: Ленинградское отделение «Наука», 1973. 155 с.
 - 10. Смелзер Н. Социология: пер. с англ. М.: Феникс, 1994. 688 с.
- 11. Официальный сайт Института социально-политических исследований ФНИСЦ РАН. URL: http://испи.рф/.
- 12. Левашов В. К., Гребняк О. В., Новоженина О. П. Образы будущего в сознании российской молодежи: ценностные ориентации, цифровые инновации и социально-политические ожидания // Вестник ЮРГТУ (НПИ). 2021. № 2. С. 104-120.

- 13. Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Пырма Р. В., Синяков А. В., Азаров А. А. Взаимосвязь ценностного и компетентностного выбора молодежи в условиях цифровизации: результаты всероссийского исследования (2018 г.) // Ценности и смыслы. 2019. № 2 (60). С. 76-104.
- 14. Иваненко Н. С., Загороднюк Е. В. Динамика ценностей студенческой молодежи в российском обществе в контексте цифровизации высшего образования // Гуманитарий юга России. 2021. Т. 10 (49). № 3. С. 137-148.
- 15. Фактор А. М., Камолов С. Г., Никандрова А. А. Человеческие ценности в цифровую эпоху // Моделирование, оптимизация и информационные технологии. 2018. Т. 6. № 2 (21). С. 86-103.
- 16. Борисенко Н. А. Трансформация ценностей молодежи в условиях цифровизации: «мягкая сила» и «умная сила» // Инновационный потенциал молодежи: культура, духовность и нравственность: материалы Международной молодежной научно-исследовательской конференции. Екатеринбург: Урал. ун-т, 2019. 452 с.

Статья поступила в редакцию 10.02.22 г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой УДК 316.75

© М. А. Колмыкова, 2022

Оренбургский государственный университет (ОГУ), Россия E-mail: mari_kol@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННОГО И ВНЕОРГАНИЗАЦИОННОГО СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

Статья посвящена роли образовательной организации в формировании социального капитала региона. Акцентируется внимание на существование внутриорганизационного и внеорганизационного социального капитала вуза, и на основе такого деления разработаны два блока мероприятий для образовательных организаций по накоплению вышеуказанных видов социального капитала.

Ключевые слова: внутриорганизационный и внеорганизационный социальный капитал, социальный капитал региона, образовательные организации, высшие учебные заведения, университет федерального уровня, студенческая молодежь, доверие.

Проблема формирования социального капитала региона остается актуальной для многих ученых, которые занимаются как теоретической разработкой данной проблемы, так и поиском путей для ее решения на практике. Особую роль в этом процессе необходимо отводить системе образования, поскольку в рамках данного социального института у молодого поколения формируется нравственно-эмоциональное отношение к миру и ценностям культуры. Кроме того, опыт творческой и профессиональной деятельности развивает духовные и материальные достижения человечества, которые так необходимы каждому региону. В процессе обучения важно развивать коммуникативную компетентность молодежи, которая является условием установления разветвленной сети контактов, необходимых для формирования социального капитала. Именно образовательные организации могут аккумулировать выгодные контакты посредством проведения конференций, семинаров, панельных дискуссий, на которых должны встречаться представители власти и бизнеса региона, а студенческая молодежь должна уже в процессе обучения принимать хотя бы косвенное участие в работе этих площадок.

Существует множество исследований, посвященных проблеме организационной культуры высших учебных заведений [1, 2]. Есть исследования по данной проблематике и у автора статьи [3, 4]. Так, в работе [3] проанализирована организационная культура Оренбургского государственного университета с выделением доминирующей субкультуры научно-педагогических работников и так называемой «обеспечивающей» субкультуры. Наличие подобных субкультур свойственно для любой образовательной организации, и задача руководства — максимально сократить дистанцию в нормах, ценностях и установках представителей данных субкультур. В исследовании [4] уделено внимание вопросу соотношения элементов организационной культуры с элементами социального капитала.

Поэтому считаем, что для формирования внутриорганизационного социального капитала университета необходим целый комплекс последовательных мероприятий, которые будут способствовать формированию особой ценностно-нормативной системы как для студентов, так и для преподавателей университета, а также формировать атмосферу открытости намерений и коммуникаций каждого участника образовательного процесса, а следовательно, и способствовать повышению уровня доверия друг к другу.

В связи с этим, *целью данной работы* является разработка предложений для образовательных организаций региона по формированию внутриорганизационного и внеорганизационного социального капитала.

Объектом исследования является социальный капитал, а предметом исследования выступает комплекс мероприятий для накопления внутриорганизационного и внеорганизационного социального капитала образовательной организации.

Для более полного раскрытия темы, заявленной в цели исследования, обратимся к работам современных ученых, уделяющих внимание вопросам социального капитала в системе образования.

- Л. И. Заиченко, Я. В. Медведев, Л. Г. Панфилова считают, что социальный капитал можно рассматривать как одну из самых распространенных теорий в парадигме «обучения через всю жизнь». Иными словами, можно предположить, что навыки, формируемые в процессе доверительного общения за счет широкой сети контактов, можно считать «трансферной» компетенцией, которая позволит найти себя и свои роли в современном мире [5].
- У И. В. Налетовой получение высшего образования тождественно процессу формирования социального капитала, и предлагается рассматривать оба процесса как индивидуальный и общест-

венный ресурсы человека. По ее мнению, получение каждого нового уровня образования способствует установлению большего числа социальных связей и сетей, а следовательно, накоплению социального капитала, который представляет собой нематериальный ресурс каждого человека [6].

Т. В. Натхов также рассматривает социальный капитал и наличие высшего образования как нематериальные ресурсы отдельно взятого человека. В своей работе он анализирует исследования, приведенные как зарубежными, так и отечественными исследователями, которые доказывают, что получение высшего образования создает множество положительных эффектов помимо профессиональных компетенций, а именно: формирование гражданских норм, большая информационная грамотность и активное участие в политической жизни страны, что способствует накоплению социального капитала [7].

Мы полностью согласны с мнением данного ученого и считаем, что возможности, которые дает молодежи обучение, — это не что иное, как потенциал накопления индивидуального социального капитала. А для любой образовательной организации, как отмечалось ранее, социальный капитал может быть представлен внутриорганизационным (направленным на внутреннюю интеграцию людей) и внеорганизационным (направленным на взаимодействие с внешней средой).

Общеизвестно, что ключевым элементом социального капитала является категория «доверие». Существует мнение, что социальный капитал и доверие серьезно укрепляют друг друга и не могут существовать одно без другого [8]. Характерной особенностью доверия является то, что оно не формируется сиюминутно и приносит для социальных отношений отложенный результат в будущем. Именно сегодня доверие является самым уязвимым фактором социальных отношений в обществе. Этому немало причин. На современном этапе развития информационного общества главным стратегическим ресурсом, безусловно, является информация. Возможности Интернета сегодня создают ситуацию социального напряжения и противоречия в обществе на основе огромного количества недостоверной и противоречивой информации.

Отметим, что СМИ являются главным каналом, благодаря которому оказывается информационное давление на массовое сознание. Существование подобных тактик свидетельствует о наличии так называемой информационной войны, которая провоцирует медийную агрессию в обществе с целью идеологического подчинения [9].

Искажение и трансляция заведомо ложной информации снижает уровень доверия в обществе к государству, руководству регионов, действиям политических партий и, безусловно, наносит урон накоплению социального капитала.

В этой ситуации важно не дать подвергнуть себя манипуляциям. Сделать это можно путем повышения уровня собственной осведомленности об исторических процессах, геополитике, деятельности дипломатов, а также с помощью поиска необходимой информации в официальных источниках.

Одним из способов получения достоверной информации является сайт «Объясняем.рф», запущенный Правительством России для информирования граждан по волнующим и самым актуальным вопросам из различных сфер жизни общества [10]. Здесь публикуется проверенная информация из первых рук, сообщается официально о том, что происходит, с помощью разделов, посвященных ответам на распространенные вопросы по различным тематическом блокам, новостям, полезным материалам, а также с помощью существующего раздела «Стопфейк» для опровержения недостоверной информации и доказательного разъяснения реальной ситуации.

В непростых условиях информационной войны, сложившихся на сегодняшний день, Госдума и Совет Федерации 4 марта 2022 г. приняли проект поправок в Уголовный кодекс РФ, которыми вводятся штрафы и уголовная ответственность за распространение недостоверной общественно значимой информации, распространяемой под видом достоверных сообщений и создающей угрозу для безопасности. УК РФ дополнился новой статьей 207.3 «Публичное распространение заведомо ложной информации об использовании Вооруженных сил РФ» [11]. Через эти меры государство планирует снизить количество атак недостоверной информации на сознание граждан РФ, тем самым сократить возможность политической манипуляции.

Поэтому именно сегодня особенно актуальным является привлечение внимания к образовательным организациям, а именно к их социокультурной среде, в рамках которой формируется ценностно-нормативная система молодежи. Роль системы образования в формировании и накоплении социального капитала региона является безусловной. Блоки мероприятий, разработанные автором по результатам исследования данной проблематики, будут способствовать формированию и накоплению как внутриорганизационного, так и внеорганизационного социального капитала высшего учебного заведения.

112

Рассмотрим *первый блок* мероприятий (внутриорганизационного характера).

- 1. Проведение (на ежегодной основе) пресс-конференции ректора для установления доверительного диалога со студентами и работниками высшего учебного заведения, что позволит достичь следующего результата: повышения имиджа руководства образовательной организации и сплочения коллектива студентов и сотрудников посредством открытого диалога.
- 2. Проведение (в начале каждого учебного года) мероприятий по адаптации первокурсников в форме тренингов командообразования. Для этого необходимо обучение кураторов основным инструментам и методам проведения подобных занятий. Результатом данной работы будет знакомство первокурсников и сплочение студенческой группы, что, в свою очередь, будет играть огромную роль в их дальнейшей студенческой жизни.
- 3. Проведение (на систематической основе) комплексного исследования «Преподаватель глазами студентов вуза», где будет оцениваться каждый преподаватель, который ведет занятия в текущем году у студентов по заданным критериям. Данная обратная связь со стороны студентов позволит руководству университета совершенствовать работу профессорско-преподавательского состава в части взаимодействия со студентами в учебном процессе.

Далее представлен *второй блок* мероприятий, направленный на формирование внеорганизационного социального капитала образовательной организации региона (комплекс мер, включенных во второй блок, для наглядности показан на примере Оренбургского государственного университета).

- 1. Проведение университетом (совместно с Корпорацией развития Оренбургской области) обучения руководителей предприятий различных отраслей экономики с использованием передового опыта реализации Президентской программы по переподготовке управленческих кадров для предприятий народного хозяйства РФ, что позволит совершенствовать профессиональный уровень управленческих кадров региона, привлекая для этого процесса ведущих теоретиков и практиков региона.
- 2. Проведение на базе вуза ежемесячных семинаров «Власть бизнес университет» для систематического общения, обсуждения проблем и разработки программ развития региона.
- 3. Введение в учебные планы по всем направлениям подготовки в университете дисциплины «Проектная деятельность», что позволит формировать у студенческой молодежи набор ключевых

компетенций soft skills («гибких навыков») и будет способствовать подготовке проектно-ориентированных трудовых ресурсов для региона.

- 4. Создание на базе проектного офиса Оренбургского государственного университета организационной структуры для подготовки бизнес-планов стартапов и их реализации, в которых смогут принимать участие не только студенты, но и обычные жители региона. Осуществление проектной деятельности на такой основе будет способствовать развитию малого предпринимательства в регионе, испытывающего в настоящее время существенные трудности.
- 5. Организация и проведение сотрудниками университетского колледжа мастер-классов с выездами в различные муниципальные образования Оренбургской области для повышения интереса к рабочим специальностям.
- 6. Разработка и проведение на базе вуза курсов подготовки специалистов SMM в органах власти (необходимых для реализации указа губернатора Оренбургской области от 30 июня 2020 года №307-ук «О создании и ведении аккаунтов Правительства Оренбургской области и органов исполнительной власти Оренбургской области в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» [12]).
- 7. Проведение научными сотрудниками вуза специалистами в определенных областях знаний маркетинговых исследований для предприятий и организаций региона, что будет способствовать увеличению числа взаимодействий науки и бизнеса в регионе.
- 8. Создание в зоне отдыха «Дубки» бизнес-лагеря для учеников 8-9 классов в рамках профессиональной ориентации и знакомства с основами экономики и предпринимательства. Вовлечение подрастающего поколения в предпринимательскую деятельность будет осуществляться благодаря проведению активных форм обучения, развития творческой и познавательной деятельности в процессе общения как преподавателями вуза, так и самыми яркими и активными студентами университета. Кроме того, школьники могут познакомиться с предпринимателями региона в процессе организации совместных мероприятий.

Подводя итоги вышесказанному, можно сделать следующие выводы: современные события только подрывают процесс создания социальной солидарности между всеми субъектами социально-экономических отношений в регионе, а система образования является связующим элементом между подрастающим поколением и трудовыми ресурсами региона.

Поэтому сегодня особенно актуально детально прорабатывать каждый шаг на пути поддержания доверительных отношений и, как следствие, формирования внутриорганизационного и внеорганизационного социального капитала образовательных организаций, особенно университетов федерального уровня.

Литература

- 1. Верещагина Л. С., Ольхова Л. А. Взаимосвязь между организационной культурой и трудовой мотивацией в вузе // Организационная психология. 2019. Т. 9. № 3. С. 57-73.
- 2. Катанаев И. И., Лига М. Б., Цикалюк Е. В. Организационная культура вуза: методика исследования // Вестник Забайкальского государственного университета. 2012. № 5 (84). С. 93-102.
- 3. Колмыкова М. А. Описательная модель организационной культуры университета // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 8. С. 28-31.
- 4. Колмыкова М. А. Организационная культура как элемент социального капитала // Вестник Самарского муниципального института управления. 2019. № 4. С. 67-73.
- 5. Заиченко Л. И., Медведев Я. В., Панфилова Л. Г. Теория социального капитала и ее применение в практике образовательных систем // Человек и образование. 2019. № 4 (61). С. 177-181.
- 6. Налетова И. В. Высшее образование как социальный капитал // Вестник ТГУ. 2015. Вып. 1. С. 38-43.
- 7. Натхов Т. В. Социальный капитал и образование // Вопросы образования. 2012. №2. С. 63-67.
- 8. Fukuyama F. Associations: Fostering Fukuyama's Social Capital // Association Management. 2002. Vol. 54. Issue 6. P. 75.
- 9. Кихтан В. В., Мамиева Б. Ю. К вопросу о манипулировании в современных СМИ // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2018. Т. 2. № 2. С. 236-242.
- 10. Объясняем.рф: официальный интернет-ресурс для информирования о социально-экономической ситуации в России URL: https://объясняем.рф/.
- 11. Федеральный закон Российской Федерации от 04.03.2022 г. № 31-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202203040006?index=0& rangeSize=1.
- 12. Указ губернатора Оренбургской области от 30 июня 2020 года №307-ук «О создании и ведении аккаунтов Правительства Оренбургской области и органов исполнительной власти Оренбургской области в

социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». URL: https://docs.cntd.ru/document/570831667.

Статья поступила в редакцию 16.03.22 г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой УДК 316

© Е. П. Измайлов¹, Н. Д. Голубева², Е. С. Климова³, 2022

¹ Самарский государственный медицинский университет (СамГМУ), Россия ² Самарский государственный технический университет (СамГТУ), Россия ³ Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»), Россия

E-mail ¹: info@samsmu.ru E-mail ²: dinatalia2012@yandex.ru E-mail ³: depcy@yandex.ru

ПРИМЕНЕНИЕ АДАПТИРОВАННОЙ АНКЕТЫ HADS ДЛЯ ОЦЕНКИ СТЕПЕНИ УСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА ПРИ ДИСТАНЦИОННОМ ОБУЧЕНИИ

Статья посвящена одной из моделей изучения социального пространства студента, возникающего при дистанционном проведении воспитательнообразовательного процесса. Отражены результаты исследования степени усвоения учебного материала студентами на основе оценки тревожности обстановки при использовании дистанционного обучения с включенными в него элементами цифровых технологий и ресурсов Интернета в проведении занятий и экзаменов с помощью специально адаптированной для этих целей анкеты «Hospital Anxiety and Depression Scale (HADS)» («Госпитальной шкалы тревоги и депрессии»). Прослежена связь между снижением степени усвоения учебного материала при увеличении тревоги. Рандомизация полученных результатов достигнута тем, что двухцентровое исследование проведено по единой методике разными преподавателями у 83 студентов Самарского государственного технического университета (51,23%) и у 79 студентов Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка» (48,76%).

Ключевые слова: дистанционное обучение, цифровые технологии, социальное пространство, воспитательно-образовательный процесс, тревога, шкала тревоги.

Введение

Проведение воспитательно-образовательного процесса в каждом учебном заведении осуществляется на основании утвержденных положений и изданных приказов. Контроль обучения осуществляется с помощью экзаменов, зачетов, тестовых опросов и тематических

задач. При ведении образовательного процесса наиболее актуальными представляются вопросы усвоения учебного материала, которые напрямую связаны с качеством его изложения как в педагогическом, так и в техническом аспекте. Об этом говорится в работах О. Н. Акиньшиной [1], Н. Д. Голубевой [3], В. А. Иванова, В. М. Соловьева [7], Е. С. Полат [12] и др. Проблеме исследования социального пространства студента и его адаптации к данному пространству, которая, несомненно, влияет на усвоение учебного материала, посвящены работы О. Ф. Алексеевой [2], Н. Д. Голубевой, Е. С. Климовой [4], М. С. Яницого [14] и др. При этом от умения преподавателя донести наиболее трудные моменты учебного материала и закрепить их в сознании студентов напрямую зависит степень усвоения учебного материала. Бесспорно, личный контакт и прямое общение преподавателя обеспечивает максимальную эффективность всего учебного процесса.

В последнее время мир столкнулся с новыми вызовами и техническими условиями, когда очное обучение повсеместно стало заменяться заочным и дистанционным с применением цифровых технологий. Дистанционные формы обучения, как отмечается в работах Н. В. Никуличевой [8, 9] и Е. С. Полат [12], вносят свои коррективы и оказывают большое влияние на весь учебный процесс. Успех обучения зависит прежде всего от всей совокупности педагогической деятельности учебного учреждения и его технического обеспечения. Также важным аспектом образовательного процесса является социальное здоровье студента, социологический анализ данного аспекта изложен в работах И. В. Журавлевой [6] и других авторов.

Дистанционные формы обучения предполагают изменение не только традиционного изложения материала, но и использование совершенно новых технологий и технических средств, которые должны работать без сбоя и в режиме реального времени. Такая форма обучения предполагает наличие техники у всех сторон учебного процесса, наличие устойчивой связи через Интернет, наличие дисциплины проведения занятия, при которой в эфир выходит один студент, а другие не мешают ему и следят за происходящим с помощью монитора компьютера. Причем такая взаимосвязь должна соблюдаться всеми одновременно. Если при этом кто-то не выключит свою связь или громкость или камеру, то на экранах мониторов появятся изображения и звуки совершенно посторонних от темы занятия вещей, которые могут привести к срыву всего занятия. Как отмечено авторами в работе [5], возникновение таких помех во время проведения дистанционного занятия в значительной степени снижает усвояемость учебного материала и повышает уровень тревожных ожиданий как студентов, так и преподавателя во время дистанционного обучения. Таким образом, тревога во время занятия или тревожные ожидания, ожидание технических неполадок при проведении дистанционного обучения влияют на течение всего воспитательно-образовательного процесса. Однако до сих пор не определено, как влияет дистанционное обучение на степень тревоги студентов и степень усвоения учебного материала.

В медицине существует ряд исследовательских анкет, которые позволяют изучить влияние тревожных ожиданий у больных в госпиталях при проведении различных методов диагностики и лечения. Одной из таких шкал является «Hospital Anxiety and Depression Scale (HADS)» (Госпитальная шкала тревоги и депрессии) [10]. Цель данной работы заключается в рассмотрении возможности применения адаптированной анкеты HADS (в качестве инструмента определения степени тревоги у студентов при обучении в дистанционном режиме) для выявления взаимосвязи между степенью усвоения учебного материала и тревожным состоянием обучающегося.

Данная цель реализуется через поставленные задачи:

- для определения степени тревоги и депрессии у студентов при проведении дистанционного обучения применить адаптированную анкету HADS;
- для рандомизации результатов провести двухцентровое исследование по единой методике;
- выявить причины, влияющие на усвоение учебного материала и оценить влияние тревоги и депрессии на степень его усвоения, используя элементы корреляционного анализа.

Объект исследования — процесс дистанционного обучения.

Предмет исследования — адаптированная анкета HADS.

Эмпирическую базу работы составили материалы социологического исследования, проведенного в 2020-2021 гг. в Самарском государственном техническом университете (СамГТУ) и Самарском университете государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»).

Результаты исследования

Основным методом сбора эмпирических данных для определения возможности применения адаптированной анкеты HADS (в качестве инструмента определения степени тревоги у студентов при обучении в дистанционном режиме) для выявления взаимосвязи между степенью усвоения учебного материала и тревожным состоянием обучающегося был использован анкетный опрос среди 162 студентов 1-2 курсов вузов, прошедших промежуточную атте-

стацию. Среди респондентов было 83 студента из СамГТУ (51,23%) и 79 студентов из Университета «МИР» (48,76%).

С помощью адаптированной анкеты HADS, опубликованной в работе авторов [5], были получены следующие результаты (табл. 1).

Таблица 1 **Результаты анкетирования студентов, занимающихся в дистанционном режиме**

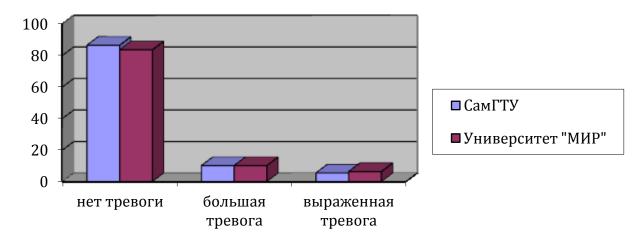
Вопрос анкеты		Число студентов, поставив- ших баллы (от 0 до 3) в анкете по вопросам, %			
	0	1	2	3	
1. Я испытываю напряжение и тревогу от занятия или лекции?	43,21	45,06	8,64	3,09	
2. То, что мне раньше нравилось в обучении, сейчас при новых технологиях мне приносит такие же положительные эмоции?	30,86	45,06	16,05	8,02	
3. Я испытываю беспокойство и тревогу от ощущения, что могут случиться сбои в работе техники и программ в процессе обучения?	28,39	54,94	9,26	7,41	
4. Я способен испытывать веселое и радостное состояние на этапах обучения при применении новых технологий?	43,21	37,65	11,73	7,41	
5. Во время обучения у меня в голове крутятся беспокойные мысли?	66,67	25,92	5,55	1,85	
6. Я испытываю бодрость и приподнятое настроение во время занятия?	22,84	57,41	10,49	926	
7. Во время занятия я могу расслабиться?	38,89	41,97	12,96	6,17	
8. Мне кажется, что я стал медленнее усваивать материал занятия?	43,83	32,11	13,58	10,49	
9. Во время занятия я испытываю напряженность и тревогу?	46,91	30,86	12,96	9,26	
10. Во время занятия я не слежу за своей внешностью?	35,18	40,12	14,21	10,49	
11. Во время занятия у меня нет усидчивости, мне хочется двигаться и отвлечься?	51,85	25,92	17,9	4,32	
12. Я считаю, что занятие принесет мне необходимые знания и чувство удовлетворения?	72,22	17,9	8,64	1,23	
13. У меня бывает внезапное чувство паники и страха?	82,72	4,81	1,23	1,23	
14. Я удовлетворен полученным объемом информации и самим занятием?	75,92	19,75	4,32	-	

Интерпретация данных, полученных в ходе балльной оценки и представленных на рисунке 1, выглядит следующим образом.

1 столбец гистограммы (0-7 баллов) — нормальное восприятие занятия (лекции). При таком состоянии усвоение лекции или занятия ожидается на 80-100%;

2 столбец гистограммы (8-10 баллов) — субклинически выраженная тревога / депрессия во время проведения занятия или лекции. При таком состоянии усвоение лекции или занятия снижается более чем на 20% и до 50%;

3 столбец (11 и больше баллов) — клинически выраженная тревога и депрессия, которая характеризует состояние человека (студента) и проведение самого занятия — стиля, поведение лектора и всей совокупности методологического обеспечения занятия. При этом трудно ожидать усвоения материала занятия или лекции. При таком состоянии усвоение лекции или занятия снижается более чем на 50%.



Puc. 1. Гистограмма восприятия студентами занятий при обучении в дистанционном режиме

Результаты анкетирования показали, что достоверной разницы в появлении тревоги у студентов СамГТУ и Университета «МИР» не определялось.

Проследим связь между степенью усвоения учебного материала и тревожным состоянием студентов с использованием корреляционного анализа. Для этого составим корреляционную таблицу на основе данных, полученных при анкетировании (табл. 2), где:

X — среднее значение анкетных баллов на промежутке, которое характеризует степень тревоги и депрессии.

Y — процент усвоенного учебного материала, оцененный по пятибалльной системе: 2 балла — менее 49%, 3 балла — от 50% до 69%, 4 балла — от 70% до 84%, 5 балла — от 85% до 100%.

Таблица 2

Y	3,5	9	11
2	0	1	4
3	7	5	5
4	50	12	1
5	77	0	0

Для анализа данной таблицы вычислены числовые характеристики величин X и Y: средние значения (математические ожидания), дисперсии, среднеквадратические отклонения.

$$\overline{X} = 4,57, D(X) = 5,72, \overline{Y} = 4,31, D(Y) = 0,59, \overline{XY} = 18,54.$$

Также вычислены ковариация cov(X,Y) = -1,16 и коэффициент корреляции r = -0,63.

Так как ковариация не равна нулю, следовательно, величины X и Y зависимы.

Коэффициент корреляции отрицательный r<-0. Это говорит о том, что тревога X и успеваемость Y обратно коррелированы. А это означает, что большему значению одной величины соответствует в среднем меньшее значение другой. Так как r=-0.63, имеем среднюю (умеренную) отрицательную корреляцию. Следовательно, есть влияние тревоги на успеваемость, а именно, с увеличением степени тревоги хуже усвоение учебного материала.

Использование корреляционного анализа в подобных исследованиях приведено в работе М. А. Харченко [13]. Однако взаимосвязи переменных слишком сложны, чтобы их можно было объяснить единственной причиной. Корреляционная связь, в отличие от функциональной, показывает лишь тенденцию изменения одной величины под действием другой. Корреляционную зависимость между уровнем тревожности студентов и результатами их тестирования можно объяснить, с одной стороны, тем, что волнение, испытываемое частью студентов, могло привести к тому, что они хуже справились с тестовым заданием, а более спокойные студенты оказались в состоянии успешно проявить свои способности. Но с другой стороны, сам тест является фактором, вызывающим беспокойство. Менее способные (как правило, более ленивые) студенты пугаются тестирования, а способные и ответственные не находят в нем ничего тревожного, кроме очередной проверки знаний.

Анализ результатов анкетирования показал, что при проведении дистанционного обучения большинство студентов испытывали тревогу, которая отражалась на усвоении лекционных материа-

122

лов. Тревогу при проведении дистанционного обучения не испытывали в среднем 48,76% студентов, 34,96% студентов испытывали небольшую тревогу, которая снижала усвоение учебного материала в среднем на 10-15%. Однако 10,85% студентов отметили, что дистанционное обучение было им некомфортным и вызывало тревогу, которая на 20-30% снижала усвоение учебного материала, а 5,43% студентов испытывали выраженную тревогу, которая более чем на 50% мешала усвоению учебного материала.

Обращает на себя внимание тот факт, что при ответе студентов, получающих знания в дистанционном режиме, на первый вопрос анкеты «Я испытываю напряжение и тревогу от занятия или лекции?» 56,79% дали положительный ответ, а 69,14% студентов отметили, что новые технологии при дистанционном обучении приносили им положительные эмоции. Отсутствие прямого контакта с педагогом только у 33,33% студентов вызывает появление беспокойных мыслей и рассеянного внимания во время обучения. 64,82% студентов во время проведения занятий могут отвлекаться от учебного процесса, что снижает усвоение учебного материала. Несмотря на возникновение чувства тревоги и известные неудобства дистанционной формы обучения большинство студентов (95,68%) отметили удовлетворение полученным объемом информации и самими занятиями.

Заключение

Проведенное исследование показало высокую эффективность использования анкетирования студентов адаптированной для образовательного процесса анкетой HADS. Все пункты анкеты максимально отражают состояние студентов в процессе обучения. Поэтому на основании результатов, полученных при анкетировании, были определены наиболее значимые выводы: 1)тревога и успеваемость коррелированы отрицательно; 2)с увеличением степени тревоги — хуже усвоение учебного материала.

Анкета «Hospital Fixity and Depression Scale (HADS)» (Госпитальная шала тревоги депрессии) может быть использована для изучения образовательного процесса в период дистанционного обучения в части определения тревожных ожиданий студентов и степени усвоения ими излагаемого материала.

Литература

1. Акиньшина О. Н. Научно-педагогические условия формирования ценностного отношения студентов к учебно-познавательной деятельности в процессе инновационного обучения: автореф. дис. канд. пед. наук / О. Н. Акиньшина. Липецк, 2001. 25 с.

- 2. Алексеева О. Ф. Индивидуально-психологический фактор адаптации субъекта учебной деятельности (в контексте гуманизации образования): автореф. дис. канд. пед. наук / О. Ф. Алексеева. М., 1995. 23 с.
- 3. Голубева Н. Д. Формирование ценностного отношения к математике у студентов технических специальностей // Математика в современном мире: теория и практика: сб. статей / под ред. О. В. Юсуповой, А. И. Жданова. Самара: Сам. гос. техн. ун-т, 2017. С. 76-84.
- 4. Голубева Н. Д., Климова Е. С. Некоторые аспекты исследования социального пространства студента // Вестник Самарского муниципального института управления. 2020. № 1. С. 113-121.
- 5. Измайлов Е. П., Голубева Н. Д., Климова Е. С. Оценка степени усвоения учебного материала студентами на курсе математики при дистанционном обучении // Известия Самарского научного центра РАН. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2020. Т. 22. № 74. С. 34-40.
- 6. Журавлева И. В. Здоровье студентов: социологический анализ / Отв. ред. И. В. Журавлева. М.: Институт социологии РАН. 2012. 252 с.
- 7. Иванов В. А., Соловьев В. М. О концепции формирования единого информационного пространства университетского комплекса // Инновационные методы и технологии в условиях новой образовательной парадигмы: сборник научных трудов. Саратов: Саратовский университет, 2008. С. 52-56.
- 8. Никуличева Н. В. Внедрение дистанционного обучения в учебный процесс образовательной организации: практ. пособие. М.: Федеральный институт развития образования, 2016. 72 с.
- 9. Никуличева Н. В. Подготовка преподавателя для работы в системе дистанционного обучения // Содержание, формы и методы обучения в высшей школе: Аналитические обзоры по основным направлениям развития высшего образования. М.:ФИРО, 2016. Вып. 4. 72 с.
- 10. Нейропсихологические тесты и шкалы. Сборник: 2-изд., испр. и доп. М.: «Перо», 2017. 78 с.
- 11. Полат Е. С. Методология определения эффективности дистанционной формы обучения. URL: http://distant.ioso.ru/library/publication/voprosef.htm.
- 12. Полат Е. С., Бухаркина М. Ю. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования: 3-е изд. М.: Академия, 2010. 364 с.
 - 13. Харченко М. А. Корреляционный анализ.Воронеж: ВГУ, 2008. 29 с.
- 14. Яницкий М. С. Адаптационный процесс: психологические механизмы и закономерности динамики. Кемерово: КемГУ, 1999. 84 с.

Статья поступила в редакцию 01.03.22 г. Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой

SUMMARIES

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

Interaction Process Simulation between Local Self-Government Bodies and Public Non-Profit Organizations during Social Service

N. A. USTINA, A. A. KARLINA

The article presents the results of the work on designing the interaction technology between the executive bodies of local self-government and socially oriented non-profit organizations in order to involve the latter in the process of providing social services to the population. Within the scope of the process approach methodology, a process model has been developed for identifying and consolidating the capabilities and resources of socially oriented non-profit organizations and directing these resources to the design of new social services for the population.

Keywords: socially oriented non-profit organizations, social services, executive bodies of local self-government.

CONTROLLING AS A TOOL FOR IMPROVING THE QUALITY OF DECISION MADE AT ALL LEVELS OF MANAGEMENT OF THE FOOD PRODUCTION FACILITY AT THE HIGHER EDUCATION INSTITUTION

I. N. LUKIYANCHUK, A. B. KHURANOV

The article discusses a new approach to managing the performance of the food production facility as a structural subdivision of a university: it is proposed to use controlling in managing the efficiency of the food production facility based on the above management model. The authors reveal the reasons for the use of the controlling system in the management of the food production facility, the target, principles and advantages of controlling. The possibility of using controlling as a tool to improve the quality of decisions made at all levels of management of the efficiency of the food production facility at the university is substantiated. The authors take into account the integrated nature of controlling and propose to use tools covering all its subsystems, which allows for the comprehensive and efficient use of available resources.

Keywords: university, food production facility, business units, efficiency, management, quality, internal control system, controlling.

THE PROCESS OF CONTEXT ADVERTISING DEVELOPMENT AS A TOOL TO PROMOTE DIGITAL MARKETING

N. V. LUZHNOVA, O. M. KALIEVA

The article presents the characteristics of a modern tool for promoting digital marketing – contextual advertising. The authors point out the significance of the scientific approach to the study of the features of the process of creating contextual advertising. The author as well carried out a comparative analysis of the monthly and average daily coverage of the population of Russia by the largest Internet resources allowed in the country. The article deals with the types of contextual advertising, the authors give recommendations for compiling the semantic core of the site. The process of developing contextual advertising using the Yandex. Direct electronic service is presented. The basic operations for creating contextual advertising are described.

Keywords: Internet marketing, contextual advertising, semantic core of the site, Yandex.Direct electronic service.

INFORMATION SECURITY ESSENCE AND ITS PLACE IN ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF AN ENTERPRISE

E. A. SELEZNEV, O. A. GORBUNOVA

Information systems play a key role in ensuring the efficient operation of commercial and state enterprises, ministries, departments, non-profit organizations. The article reveals the essence of information security. The emphasis is placed on the fact that the most important component of information security is protection from information, which consists in preventing the destructive impact of information on electronic means, systems and people. In the course of the study, the authors have determined the place of information security in the economic security system of an enterprise; they have identified internal and external threats affecting this system, and considered the most popular methods of information security risk management.

Keywords: information security, digitalization, economic security of an enterprise, antiviruses, data protection.

RESEARCH METHODOLOGY OF THE SUB-PROCESS "STAFF RECRUITMENT AND SELECTION MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION"

T. P. KARPOVA, A. V. PETROVA

The article discusses the theoretical and methodological approaches to the study of the process "Human Resources Management of Organization". Particular at-

tention is focused on the sub-process "Staff Recruitment and Selection Management of the Organization" (the effectiveness of the sub-process is analyzed on the example of the supplementary vocational education organization). The authors identified the problems of implementing the sub-process "Staff Recruitment and Selection Management of the Organization" and defined the technologies for research and development of the use attributes of this sub-process.

Keywords: organization, human resources, sub-process, personnel, personnel selection, professional level, knowledge, skills, personnel assessment.

PROBLEMS OF IT TEACHING TO STUDENTS OF LAW DEPARTMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

A. A. MAKAROV, V. V. ANDREYEVA, O. I. GREVTSEV

The article presents the results of a study on the technologies for teaching students – future lawyers in computer science in the context of digitalization. The authors identified the problems of formation of competencies in the field of information technology of future lawyers associated with the organization and management of didactic learning processes. Recommendations for their elimination are given. It is noted that the task of developing competencies among students in the training program 40.03.01 "Jurisprudence" in the field of information technology is as important as the formation of their professional qualities.

Keywords: digitalization, information technology, competencies, students – future lawyers, IT disciplines, lifelong learning.

ECONOMICS, FINANCES, ACCOUNTING

TRANSFORMATION OF INSTITUTION OF BANKRUPTCY IN RUSSIA

T. L. Syschikova, E. I. Zagzina

The article discusses the change in the vector of the institution of bankruptcy in Russia over the past 30 years. The article deals with the problems leading to the bankruptcy of enterprises at the present time. The authors analyzed the statistics of bankruptcy cases of legal entities from 2019 to 2021, as well as the reasons that caused it. The conclusion is made about the reduction in the number of processes leading to the recovery procedure, about the use of the institution of bankruptcy mainly to withdraw troubled enterprises from the economy through bankruptcy proceedings. It is proposed to pay attention to the professional skills and managerial capabilities of the heads of crisis enterprises and organizations.

Keywords: institution of bankruptcy, bankruptcy, recovery, insolvency, creditors, obligations.

SIMULATING THE AVERAGE MONTHLY NOMINAL ACCRUED WAGES OF EMPLOYEES IN RUSSIA

S. I. NESTEROVA, L. N. BALYKOVA

The article presents the results of a study of the average monthly nominal accrued wage for a full range of organizations in general in the economy of the Russian Federation. An assessment was made of the change dynamics in the indicator under consideration from 2018 to 2021, the autocorrelation of the levels of the time series was calculated, and its structure was revealed. The authors created additive and multiplicative modeling of the time series with parameter estimation. A regression model was built with the inclusion of the time factor and fictitious variables. When assessing the quality of the models, the authors calculated the forecast errors, indicators of the closeness of the strength of the connection, the level of significance of the regression equation as a whole and its individual parameters. Based on the results of the study, a reliable tool for forecasting nominal wages was obtained, which makes it possible to determine its specific forecast quarterly values for 2022.

Keywords: salary, forecasting, time series, model, additive model, multiplicative model, moving average, regression, fictitious variable.

SOCIOLOGY

INFLUENCE OF THE EDUCATIONAL INSTITUTE AND EDUCATIONAL PRACTICES ON THE FEATURES OF WOMEN'S BUSINESS DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

L. V. ORLOVA

The article analyzes the influence of the educational institution and educational practices on the features of women's business development. The author presented the results of a study carried out among women entrepreneurs living in the territory of the West Kazakhstan region (WKO) of the Republic of Kazakhstan. The problems of women's business functioning are highlighted, taking into account regional characteristics. The study argues the position that it is such factors as the level of education and educational practices that can increase entrepreneurial activity in the environment of female entrepreneurship.

Keywords: small and medium business, entrepreneurial activity, business education, women's business.

YOUTH SOCIAL CAPITAL AS A RESOURCE FOR THE DEVELOPMENT OF THE REGION

N. A. CHETVERIKOVA

In this article, the author considers youth as a special social group that has an intangible resource – social capital for regional development. Attention is paid to education as an environment in which the formation of social interaction skills takes place. The article defines the conditions that contribute to the formation and development of the social capital of young people as a resource for the development of the region.

Keywords: social capital, social resources, social networks, regional development, youth, education.

IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE VALUES OF YOUTH: A THEORETICAL ANALYSIS

S. V. Kositsina

The article is devoted to identifying the features of the impact of the digitalization of society on the value and behavioral attitudes of young people. The author considers the characteristics of the digitalization process, the development trends of modern society. The analysis of the specifics of the influence of information and communication technologies on the formation of youth values is carried out. The conclusion is formulated about the features of the value consciousness of the younger generation in the context of the spread of digitalization.

Keywords: digitalization, digital society, youth, values.

FORMATION OF INTRA-ORGANIZATIONAL AND EXTRA-ORGANIZATIONAL SOCIAL CAPITAL OF EDUCATIONAL ORGANIZATION: FROM THEORY TO PRACTICE

M. A. KOLMYKOVA

The article is devoted to the role of an educational organization in the formation of the social capital of the region. The author's attention is focused on the existence of intra-organizational and extra-organizational social capital of the higher educational institutions, and on the basis of this division, two blocks of activities for educational organizations for the accumulation of the above mentioned types of social capital have been developed.

Keywords: intra-organizational and extra-organizational social capital, social capital of the region, educational organizations, higher educational institutions, federal university, college youth, trust.

APPLICATION OF THE ADAPTED HADS QUESTIONNAIRE TO ASSESS THE DEGREE OF TRAINING MATERIAL MASTERY IN DISTANCE LEARNING

E. P. IZMAILOV, N. D. GOLUBEVA, E. S. KLIMOVA

The article is devoted to one of the models of studying the student's social space, which arises during the online educational process. The authors share the results of a study of the degree of educational material assimilation by students based on an assessment of the anxiety of the situation when using distance learning with the elements of digital technologies and Internet resources included in it in conducting classes and exams using the specially adapted for these purposes questionnaire "Hospital Anxiety and Depression Scale (HADS)". A connection was traced between a decrease in the degree of educational material assimilation with an increase in anxiety. Randomization of the obtained results was achieved by the fact that a two-center study was conducted according to a single methodology by different teachers in 83 students of the Samara State Technical University (51.23%) and in 79 students of the Samara University of Public Administration "International Market Institute" (48.76%).

Keywords: distance learning, anxiety, anxiety scale, digital technologies, social space, educational process.

АВТОРЫ СТАТЕЙ

Андреева Валентина Владимировна	кандидат технических наук, доктор педагогических наук, доцент, профессор кафедры «Прикладная информатика» Самарского государственного экономического университета, Россия E-mail: AndreevaVV-IT@mail.ru
Балыкова Людмила Николаевна	кандидат экономических наук, доцент, доцент ка- федры «Экономика и кадастр» Самарского универ- ситета государственного управления «Междуна- родный институт рынка», Россия E-mail: vasln@mail.ru
Голубева Наталья Дмитриевна	кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры «Высшая математика» Самарского го государственного технического университета, Россия E-mail: dinatalia2012@yandex.ru
Горбунова Оксана Александровна	кандидат экономических наук, доцент, и.о. заведующего кафедрой «Национальная и мировая экономика» Самарского государственного технического университета; доцент кафедры «Менеджмент» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: genuka76@mail.ru
Гревцев Олег Игоревич	кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» Самарского государственного социально-педагогического университета, Россия E-mail: AndreevaVV-IT@mail.ru
Загзина Елизавета Игоревна	главный специалист отдела финансового регулирования Администрации Железнодорожного внутригородского района городского округа Самара, Россия E-mail: glizonka@mail.ru
Измайлов Евгений Петрович	доктор медицинских наук, доцент, профессор кафедры «Анестезиология, реаниматология и скорая медицинская помощь» Самарского государственного медицинского университета, Россия E-mail: info@samsmu.ru

Калиева Ольга Михайловна	доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Маркетинг и торговое дело» Оренбургского государственного университета, Россия E-mail: kom34@rambler.ru
Карлина Анна Александровна	кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой «Государственное и муниципальное управление и правовое обеспечение государственной службы» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: karlina_anna@mail.ru
Карпова Татьяна Петровна	кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: tpkarpova@mail.ru
Климова Екатерина Сергеевна	кандидат физико-математических наук, доцент кафедры «Прикладная математика и эконометрика» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: depcy@yandexl.ru
Колмыкова Марина Александровна	кандидат социологических наук, доцент кафедры «Государственное и муниципальное управление» Оренбургского государственного университета, Россия E-mail: mari_kol@mail.ru
Косицына Светлана Видаликовна	кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры «Менеджмент» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: Fitil501@yandex.ru
Лужнова Наталья Валерьевна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Маркетинг и торговое дело» Оренбургского государственного университета, Россия E-mail: nat_val@inbox.ru

Лукиянчук Ирина Николаевна	кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Пищевая безопасность» Московского государственного университета пищевых производств, Россия E-mail: huranovab@mgupp.ru
Макаров Алексей Алексеевич	доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой «Информационные системы и компьютерные технологии» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: AndreevaVV-IT@mail.ru
Нестерова Светлана Игоревна	кандидат экономических наук, доцент, доцент ка- федры «Экономика и кадастр» Самарского универ- ситета государственного управления «Междуна- родный институт рынка», Россия E-mail: nesvig@mail.ru
Орлова Людмила Викторовна	доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Гуманитарные и социально-экономические дисциплины» Московского государственного университета технологий и управления им. К. Г. Разумовского (ПКУ), Россия E-mail: orlovalv313@mail.ru
Петрова Анастасия Владиславовна	специалист центральной диспетчерской службы технической дирекции Самарских сетей АО «ССК», г. Самара, Россия E-mail: tpkarpova@mail.ru
Селезнев Евгений Алексеевич	заместитель председателя профсоюзной организации студентов Самарского государственного технического университета Профсоюза работников народного образования и науки РФ, Россия E-mail: genuka76@mail.ru
Сыщикова Татьяна Леонидовна	кандидат экономических наук, доцент, доцент ка- федры «Экономика и кадастр» Самарского универ- ситета государственного управления «Междуна- родный институт рынка», Россия E-mail: siesta53@mail.ru

Устина Нина Александровна	кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: nina_ustina@mail.ru
Хуранов Алим Борисович	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Пищевая безопасность» Московского государственного университета пищевых производств, Россия E-mail: huranovab@mgupp.ru
Четверикова Надежда Анатольевна	кандидат социологических наук, доцент кафедры «Управление персоналом, сервис и туризм» Оренбургского государственного университета, Россия E-mail: nadinka.81@mail.ru

THE AUTHORS OF THE ARTICLES

Candidate (PhD) of Technical Sciences, Doctor of Pedagogical Sciences, docent, professor of Applied Informatics Department of Samara State Economic University, Russia E-mail: AndreevaVV-IT@mail.ru
Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Economics and Cadastre Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia
E-mail: vasln@mail.ru
Candidate of Physical and Mathematical Sciences, do- cent, docent of Higher Mathematics Department of Sa- mara State Technical University, Russia
E-mail: dinatalia2012@yandex.ru
Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, acting Head of National and Global Economics Chair of Samara State Technical University;
Docent of Management Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia
E-mail: genuka76@mail.ru
Candidate (PhD) of Technical Sciences, docent, docent of Information and Communication Technology in Educa- tion Department of Samara State University of Social Sci- ences and Education, Russia
E-mail: AndreevaVV-IT@mail.ru
Senior Specialist of Financial Regulation Department of Administration of Zheleznodorozhniy inner-city area of Samara city, Russia
E-mail: glizonka@mail.ru
Doctor of Medical Sciences, docent, professor of Anesthesiology, Intensive-Care Medicine and Emergency Medical Services Department of Samara State Medical University, Russia E-mail: info@samsmu.ru

Kalieva Olga Mikhailovna	Doctor of Economic Sciences, docent, head of Marketing and Business Department of Orenburg State University, Russia E-mail: kom34@rambler.ru
Karlina Anna Alexandrovna	Candidate (PhD) of Historic Sciences, docent, head of Public and Municipal Administration and Legal Support of Civil Service Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: karlina_anna@mail.ru
Karpova Tatyana Petrovna	Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent of Management Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: tpkarpova@mail.ru
Klimova Ekaterina Sergeyevna	Candidate of Physical and Mathematical Sciences, docent of Applied Mathematics and Econometrics Department of Samara University of Public Administration "Interna- tional Market Institute", Russia
	E-mail: depcy@yandexl.ru
Kolmykova Marina Alexandrovna	Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent of Public and Municipal Administration Department of Orenburg State University, Russia E-mail: mari_kol@mail.ru
Kositsina Svetlana Vidalikovna	Candidate (PhD) of Sociological Sciences, Senior Teacher of Management Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: Fitil501@yandex.ru
Luzhnova Natalya Valeryevna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Marketing and Business Department of Orenburg State University, Russia E-mail: nat_val@inbox.ru
Lukiyanchuk Irina Nikolayevna	Candidate (PhD) of Technical Sciences, docent, docent of Food Safety Department of Moscow State University of Food Production, Russia E-mail: huranovab@mgupp.ru

Makarov Aleksey Alekseyevich	Doctor of Technical Sciences, professor, head of Information Systems and Computer Technologies Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: AndreevaVV-IT@mail.ru
Nesterova Svetlana Igorevna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Economics and Cadastre Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia
	E-mail: nesvig@mail.ru Doctor of Sociological Sciences docent professor of
Orlova Luydmila Viktorovna	Doctor of Sociological Sciences, docent, professor of Humanitarian and Socioeconomic Disciplines Department of Moscow State university of Technology and Management named after K. G. Razumovskiy, Russia E-mail: orlovalv313@mail.ru
Petrova Anastasia Vladislavovna	Specialist of the Central Dispatch Service of the Technical Directorate of Samara Grids of SSK JSC, Samara, Russia
	E-mail: tpkarpova@mail.ru
Seleznev Evgeniy Alekseyevich	Deputy Chairman of the Trade Union Organization of Students of the Samara State Technical University, Trade Union of Public Education and Science Workers of the Russian Federation, Russia
	E-mail: genuka76@mail.ru
Syschikova Tatiana Leonidovna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Economics and Cadastre Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia
	E-mail: siesta53@mail.ru
Ustina Nina Alexandrovna	Candidate (PhD) of Historic Sciences, docent, head of Management Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia
	E-mail: nina_ustina@mail.ru
Khuranov Alim Borisovich	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Food Safety Department of Moscow State University of Food Production, Russia
	E-mail: huranovab@mgupp.ru

Chetverikova Nadezhda Anatolyevna Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent of Personnel Management, Service and Tourism Department of Orenburg State University, Russia

E-mail: nadinka.81@mail.ru

Научное издание

ВЕСТНИК

САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

Nº 1 / 2022

Экспертный совет:

В. М. Рамзаев, д-р экон. наук (председатель);

И. Н. Хаймович, д-р техн. наук (заместитель председателя);

Д. В. Березовский, канд. юрид. наук; В. А. Зимин, канд. экон. наук, д-р полит. наук;

М. М. Васильев, канд. экон. наук; О. А. Горбунова, канд. экон. наук;

Т. П. Карпова, канд. социол. наук; С. И. Нестерова, канд. экон. наук;

Е. С. Поротькин, канд. экон. наук; В. Г. Чумак, д-р социол. наук.

Рег. номер в реестре зарегистрированных СМИ Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) ПИ № ФС 77-80219 от 22.01.2021

Ответственный редактор и координатор, компьютерная верстка И. Ю. Кузьмина Корректор И. Н. Петрова Английский перевод Р. С. Сошниковой

Подписано в печать 30.03.2022. Бумага офсетная. Печать оперативная. Объем 8,5 п.л. Формат 60х90/16. Заказ № 0041. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Адрес редакции и издательства: 443030, г. Самара, ул. Г. С. Аксакова, 21 http://www.imi-samara.ru/vestnik-smiu; e-mail: editor-sagmu@yandex.ru

Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии 000 «Прайм» 443067, г. Самара, ул. Михаила Сорокина, д. 15 http://prime163.ru; e-mail: prime.163@mail.ru