

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО
ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

№ 2 / 2022

Самара
2022

УДК 338.2+330/336+316

ББК 72

В 38-7

ВЕСТНИК

Самарского муниципального института управления

№ 2 / 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. Дровяников, 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. Шукина, д-р социол. наук, профессор
(Самара, Россия)

Отв. секретарь *И. Ю. Кузьмина*

Вестник Самарского муниципального института управления. —
В 38-7 2022. — № 2. — 140 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 ВИНТИ 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

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Выявление предметной области
сетевой экономики

Калиева О. М., Лужнова Н. В. 7

Проблемы и перспективы цифровизации
нефтегазового комплекса России

Поротькин Е. С. 15

Анализ подходов к ESG

Сыщикова Т. Л., Рамзаев В. М. 24

Применение модели Кано в планировании
клиентоориентированного бизнес-процесса

Павлович В. Е. 35

Исследование подпроцесса «Управление
оценкой персонала организации»

Карпова Т. П., Петрова А. В., Муратов Н. В. 44

Содержание и структура системы
управления талантами

Наливалкина К. П., Калмыкова Д. А. 56

Управление образовательным процессом
на факультете на основе концепции «Виртуальный
отличник» (цифровизация процесса)

Аминов Р. И., Зайнутдинова Л. Х., Яковец Д. А. 64

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ, ФИНАНСЫ, БУХУЧЕТ

Оценка финансовой компоненты устойчивости
экономического развития корпораций
автомобильной промышленности
в условиях пандемии COVID-19

Журова Л. И. 73

Роль лидера в формировании организационно-управленческой культуры <i>Колмыкова М. А.</i>	85
Устойчивое развитие и социальный бизнес: возможности социального предпринимательства для реализации устойчивой повестки <i>Скирко М. О., Зубова А. О., Волкова Н. А.</i>	93
Роль социального капитала при разработке и предоставлении интеллектуальных услуг организацией <i>Четверикова Н. А.</i>	101
Роль soft skills и hard skills в карьерном развитии женщин-предпринимателей: социологический аспект <i>Орлова Л. В., Моисеева А. А.</i>	109
Мотивация получения дополнительного профессионального образования (на примере опыта регионального вуза Самарской области) <i>Кольчугина Е. В., Сыщикова Т. Л.</i>	116
Аннотации на английском языке	128
Авторы статей	133

CONTENTS

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

Identifying the Subject Area of Network Economy

O. M. Kalieva, N. V. Luzhnova 7

Digitalization Problems and Prospects of Oil
and Gas Complex of Russia

E. S. Porotkin 15

Analysis of Approaches to ESG

T. L. Syschikova, V. M. Ramzaev 24

Application of Kano Model in Planning
a Customer-Oriented Business Process

V. E. Pavlovich 35

Research of Sub-process of “Personnel Assessment
Management in an Organization”

T. P. Karpova, A. V. Petrova, N. V. Muratov 44

Talent Management System: Content and Structure

K. P. Nalivalkina, D. A. Kalmykova 56

Management of the Educational Process
at the Department Based on the Concept
of “Virtual Honors Student”

(Process Digitalization)

R. I. Aminov, L. Kh. Zainutdinova, D. A. Yakovets 64

ECONOMICS, FINANCES, ACCOUNTING

Assessment of the Financial Component
of the Sustainability of the Economic Development
of Automotive Industry Corporations under
the Conditions of the COVID-19 Pandemic

L. I. Zhurova 73

SOCIOLOGY

The Role of a Leader in the Formation of Organizational and Management Culture <i>M. A. Kolmykova</i>	85
Sustainability and Social Business: Opportunities for Social Entrepreneurship to Implement a Sustainable Agenda <i>M. O. Skivko, A. O. Zubova, N. A. Volkova</i>	93
The Role of Social Capital in the Development and Provision of Intellectual Services by the Organization <i>N. A. Chetverikova</i>	101
The Role of Soft Skills and Hard Skills in Businesswoman Career Development: A Sociological Research <i>L. V. Orlova, A. A. Moiseeva</i>	109
Motivation to Get Further Professional Education by the Example (of Experience of Regional University of the Samara Oblast) <i>E. V. Kolchugina, T. L. Syschikova</i>	116
Summaries	128
The authors of the articles	133

УДК 659.1+339.138

© О. М. КАЛИЕВА¹, Н. В. ЛУЖНОВА², 2022

^{1,2} Оренбургский государственный
университет (ОГУ), Россия

E-mail ²: kom34@rambler.ru

E-mail ¹: nat_val@inbox.ru

ВЫЯВЛЕНИЕ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье изучены основные компоненты сетевой экономики, составляющие ее предметную область. Проведен сравнительный анализ подходов отечественных и зарубежных авторов к содержанию понятий «сетевая экономика», «электронная коммерция», «электронная торговля». Обосновано, что основными компонентами сетевой экономики выступают электронная торговля, система передачи цифровой информации и больших данных, система электронных денежных транзакций и интернет-маркетинг.

Ключевые слова: сетевая экономика, электронная коммерция, электронная торговля, интернет-маркетинг.

Введение

Сетевая экономика как часть современной экономики в целом является революционным направлением трансформации коммерческой деятельности предприятий, а также служит мировой платформой для ведения электронной торговли. Развитие информационных технологий, компьютеризация и интернетизация всех аспектов жизнедеятельности населения и предпринимателей привели к активному проникновению традиционных бизнес-процессов предприятий и организаций в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет, что подтверждается темпами роста объемов продаж посредством использования интернет-пространства.

Понятия «сетевая экономика» и «электронная торговля» все чаще используются в повседневной жизни экономистами, маркетологами, специалистами в сфере торговли, а также политиками и СМИ, что говорит о необходимости применения научного подхода к выявлению и уточнению предметной области данных дефиниций. Этим обоснована актуальность данной темы.

Цель исследования — изучение содержания и соотношения понятий, входящих в предметную область сетевой экономики (объекта исследования). Предмет исследования — предметная область сетевой экономики.

Результаты исследования

Начало развитию концепции сетевой экономики положено в 1995 году ученым Н. Негропonte, предположившим переход «от обработки атомов к обработке битов», то есть превалирующее значение информации над материей в современном мире, что повлекло за собой перевод традиционной торговли в электронную форму, в том числе расчет за товары и услуги посредством электронных денег [19].

Выявлено, что на современном этапе существует большое множество определений сетевой экономики, например, российские авторы Е. В. Моисеенко, В. Д. Кононов, Е. Я. Завацкий выделяют основным моментом в данном понятии сложную сетевую организацию структурированных взаимоотношений различных экономических агентов с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет и других телекоммуникационных средств [14, 15].

По мнению исследователя сетевой экономики С. А. Дятлова, это «индустрия создания новых информационных технологий и программных продуктов, телекоммуникационных и провайдерских услуг, электронного бизнеса, рынков, бирж, платежных систем, телеработы, дистанционной занятости» [5, 7].

В. Н. Бугорский определяет сетевую экономику как традиционную экономику, соединенную с информационными ресурсами и ИТ-технологиями [1].

Л. М. Калужский в своей монографии отождествляет понятия «сетевая экономика», «цифровая экономика» и «электронная экономика», особо выделяя такую специфическую характеристику, присущую этим дефинициям, как формирование коммуникационной среды экономической деятельности в сети Интернет на основе специфических форм, методов, инструментов и результатов [10].

Отметим, что сетевая экономика предполагает более глубокую трансформацию институциональных процессов, появление новых форматов взаимоотношений участников коммерческой деятельности по сравнению с внедрением инструментов цифровой экономики, предполагающей активное использование больших объемов данных и информационных потоков существующими и новыми предприятиями, организациями и органами государственной власти.

Авторы настоящего исследования согласны с ключевыми положениями Доклада Европейской Комиссии 1997 года, определяю-

щими «сетевую экономику как среду, где любая компания или индивид, находящиеся в любой точке экономической системы, могут контактировать легко и с минимальными затратами с любой другой компанией или индивидом по поводу совместной работы, для торговли, для обмена идеями» [12].

Американский подход к изучаемому понятию проявляется в работах К. Келли, который определяет «сетевую экономику» как «развивающийся экономический уровень в рамках информационного общества, который достигнут путем внедрения Интернета, мобильных телефонов, социальных сетей» [11].

С. А. Дятлов в своих более поздних научных работах вводит понятие «нейросетевая экономика», для которой «характерно появление целого ряда новых закономерностей, механизмов функционирования и регулирования и возникновения качественно новых нейросетевых процессов, продуктов, услуг и эффектов» [6].

Официальный документально закрепленный в законе Российской Федерации подход указывает на основную специфическую характеристику цифровой экономики — использование данных в цифровом виде в качестве ключевого фактора производства [18].

Определим, что сетевая экономика представляет собой сложную систему экономических отношений, осуществляемых посредством использования современных информационных технологий, которая была создана путем интернетизации, компьютеризации, эволюции мобильных телефонов и другой электронной техники, используемой для доступа к сети Интернет. Стоит отметить, что сетевая экономика является относительно молодым видом осуществления экономических отношений, имеет стремительное развитие на сегодняшний день и будет развиваться в дальнейшем. Подобная тенденция наблюдается также относительно электронной торговли, которая выступает ключевым компонентом сетевой экономики.

В настоящее время электронная торговля развивается с колоссальной скоростью, большинство мировых, федеральных, малых и крупных ритейлеров уходят в онлайн для поддержания конкурентоспособности и развития традиционной торговли, но существуют и те, которые переводят всю свою торговую деятельность в Интернет. Именно благодаря такому прорыву в электронной торговле ученые в области сетевой экономики и информационных технологий посвятили большое количество научных трудов проблеме создания, разработок и ведения деятельности в этой сфере. Необходимо отметить, что помимо понятия «электронная торговля» часто используется термин «электронная коммерция».

Существует два подхода к пониманию этих терминов. Первый подход (этимологический) отождествляет эти понятия, используя их как синонимы, так как, по С. И. Ожегову, коммерция — это торговля, торговые операции [16]. Также существует эмпирический подход, доказывающий наличие существенных различий в сущности понятий «электронная торговля» и «электронная коммерция», что подтверждает позиция международного права в этой сфере, закрепленная в Типовом законе ЮНСИТРАЛ «Об электронной торговле». Содержание этого закона определяет, что электронной коммерцией, кроме заказа, покупки и продажи товара с использованием информационно-коммуникационных систем, охватываются многие сделки купли-продажи в банковской, лизинговой, транспортной и сервисной деятельности, которые сопровождаются обменом электронными сообщениями [20].

Содержание понятия «электронная торговля» уже понятия «электронная коммерция», так как включает цифровые бизнес-процессы, напрямую связанные с актом передачи права собственности на продукцию или результат услуг или работ. Первым определение электронной торговле представил американский экономист Д. Козье, определивший данное понятие как перенос традиционных деловых операций, присущих традиционной торговой деятельности предприятия (акт купли-продажи, взаимодействие между деловыми партнерами, формирование спроса на товары и услуги, пред- и послепродажное обслуживание клиентов) в электронную среду [3, 13].

Международные торговые организации свое видение особенностей содержания электронной торговли отражают такими формулировками, например, как «производство, реклама, продажа и распространение продукции по телекоммуникационным сетям» (ВТО) или как «совокупность любых коммерческих сделок, реализованных на основе использования средств компьютерной и телекоммуникационной техники» (ОЭСР) [4].

Российские авторы научных исследований в сфере электронной торговли отмечают следующие специфические особенности данного вида экономической деятельности:

— виртуальный характер общения покупателя с продавцом через мультимедийные каталоги продукции и услуг на сайтах в Интернете, что представляет собой внемагазинный вид торговли (Л. В. Орленко) [17];

— своевременное представление информации о продукции и услугах целевой аудитории с помощью интерактивной сети электронных коммуникаций с целью совершения купли-продажи (Е. В. Жуко-

ва) [8], при этом данный подход выделяет основной задачей именно информирование потенциальных потребителей о торговом предложении через сеть Интернет, покупка же может осуществляться офлайн;

– заключение сделок при помощи электронных средств, что подчеркивает правовой характер бизнес-операций электронной торговли (А. П. Вершинин) [2];

– проведение всех торговых операций для совершения покупки (продажи) продукции или услуг с помощью сети Интернет (М. Л. Калужский) [10].

Также стоит отметить, что М. Л. Калужский выделяет электронную торговлю как часть электронной коммерции, а именно как одну из ее функций.

Отметим, что основной площадкой для электронной коммерции является Интернет, обладающий следующими преимуществами перед офлайн-торговлей:

– представление продаваемой продукции или услуг разными способами: текст, видеоизображения, графика, звук, анимация или их сочетание;

– интерактивный характер взаимодействия с потенциальными и реальными покупателями;

– возможность индивидуализировать или даже кастомизировать (выполнить под заказ) торговое предложение;

– снижение транзакционных издержек, связанных с хранением, доставкой, страхованием еще не проданной продукции (в интернет-магазине только после оплаты, хотя бы частичной, продукции начинается ее изготовление или сборка);

– активная позиция потребителей в связи с широким диапазоном получаемой ими информации о продукции, услугах и компаниях, что уменьшает усилия рекламодателей на информирование и убеждение будущих покупателей;

– многофункциональная модель коммуникации «многие – многим», что облегчает поиск и взаимодействие продавцов и покупателей;

– высокая масштабируемость коммерческих проектов;

– возможность интерактивного заключения сделок.

Таким образом, в результате рассмотрения приведенных определений понятия «электронная торговля» можно сделать вывод о том, что большинство авторов выделяют электронную торговлю из электронной коммерции, подчеркивая процессы и операции, которые относятся именно к сфере торговых отношений, что обосновы-

вает основополагающую роль электронной торговли как элемента сетевой экономики на современном этапе. Считаем, что компонентом сетевой экономики, помимо электронной торговли, является система глобальных облачных хранилищ и локальных прикладных программ, обеспечивающая возможность коммерческим субъектам производить электронный обмен информацией и большими данными. Также к предметной области сетевой экономики относится система электронных денежных транзакций, к которой должно быть подключено большинство отечественных и зарубежных хозяйствующих субъектов. В настоящее время в данном направлении развивается Система передачи финансовых сообщений (СПФС) Банка России.

Важным компонентом сетевой экономики является интернет-маркетинг, являющийся мощнейшим двигателем электронной торговли. Интернет-маркетинг — самая молодая разновидность маркетинга, которая в последнее время пользуется поразительным успехом у большого числа компаний по всему миру. Это обусловлено тем, что в информационно-телекоммуникационной сети Интернет информация распространяется достаточно быстро, а крупные и популярные сайты, на которых размещена реклама, посещает огромное количество пользователей. Стоит учесть, что интернет-аудитория значительно отличается от аудитории офлайн-рекламы, а следовательно, требует особого подхода. Интернет-аудитория — это активные, вовлеченные пользователи, которые знают, чего хотят, и ищут именно то, что они поставили для себя целью. Они могут оградить себя от навязчивой рекламы, поэтому необходимо применять методы прямого воздействия на них: побуждать кликать на баннеры и ссылки, оставлять комментарии, участвовать в опросах, оценивать и, наконец, оформить заказ и связаться с продавцом. Другими словами, с интернет-аудиторией нельзя ограничиться обычной рекламой, здесь не должно быть пассивного восприятия ими информации, важна любая ответная реакция или действие [9].

Выводы

В ходе исследования выявлена основная предметная область сетевой экономики — использование современных информационных технологий и средств, обеспечивающих удобный и выгодный доступ к процессам создания и развития экономических отношений в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, приводящих к получению выгоды всеми участниками. Важными компонентами сетевой экономики выступают система хранения и исполь-

зования больших данных, система межбанковских переводов, электронная торговля и интернет-маркетинг. В результате анализа точек зрения отечественных и зарубежных авторов по вопросу различия близких по семантике понятий «электронная торговля» и «электронная коммерция» доказано, что на современном этапе ученые выделяют электронную торговлю из электронной коммерции. Однако, изучив содержание операций электронной коммерции, можно сказать, что именно торговые операции послужили толчком для ее зарождения и развития, поэтому электронную торговлю можно назвать основным звеном электронной коммерции и сетевой экономики в целом, а остальные составляющие (оказание консультационных услуг, организация перевозки, открытие банковского вклада, подписание договоров коммерческой концессии, лизинга и других сделок) — вспомогательными звеньями, которые обеспечивают функционирование торговой деятельности в сети Интернет. Интернет-маркетинг выступает обязательным элементом сетевой экономики, обеспечивая удовлетворенность потребителей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет как пространстве электронной коммерции.

Литература

1. Бугорский В. Н. Сетевая экономика: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2007. 252 с.
2. Вершинин А. П. Электронный документ: правовая форма и доказательство в суде. М.: Городец, 2000. 247 с.
3. Денисова А. Л., Молоткова Н. В., Блюм М. А., Уляхин Т. М., Гуськов А. В. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса. Тамбов: ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. 88 с.
4. Директива 2000/31/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции (Директива об электронной коммерции)». URL: <https://www.law.ru/article/23109-elektronnaya-torgovlya-ponyatie-pravovoe-regulirovanie-sudebnaya-praktika>.
5. Дятлов С. А. Институты цифровой нейросетевой экономики // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХИГС. 2017. Т. 8. № 4 (31). С. 170-178.
6. Дятлов С. А., Лобанов О. С., Чжоу В. Управление региональным информационным пространством в условиях цифровой экономики // Экономика региона. 2018. Т. 14. Вып. 4. С. 1194-1206.
7. Дятлов С. А., Марьяненко В. П., Селищева Т. А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование. М.: ИНФРА-М, 2016. 414 с.

8. Жукова Е. В. В борьбе за покупателя (электронная торговля как элемент информационно-коммуникационных технологий и современный инструмент совершенствования комплекса услуг) // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. 2013. № 1 (38). С. 109-116.

9. 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.

10. Калужский М. Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. М.: Экономика, 2014. 328 с.

11. Келли К. Новые правила для новой экономики: Двенадцать принципов преуспевания в бурно меняющемся мире // Знание – Сила. 1998. № 4. URL:<http://vivovoco.astronet.ru/VV/JOURNAL/ZS/KELLY.HTM>.

12. Ковалевский В. П., Буреш О. В., Калиева О. М. Аккумуляция знаний в информационном пространстве предприятий региона. М.: Финансы и статистика, 2011. 352 с.

13. Козье Д. Электронная коммерция. М.: ИТД «Русская Редакция», 2000. 288 с.

14. Кононов В. Д., Завацкий Е. Я. IT-инновационные ресурсы инновационной экономики // Вестник регионального института. 2017. № 1. С. 23-27.

15. Моисеенко Е. В. Сетевая экономика: учебное пособие. Владивосток: ВГУЭС, 2007. 224 с.

16. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: Около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений. М.: АСТ: Мир и Образование, 2018. 1360 с.

17. Орленко Л. В. История торговли. М.: ИНФРА-М, 2021. 351 с.

18. Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы». URL: <https://base.garant.ru/71670570/>.

19. Negroponte N. Bits and Atoms // Wired magazine. 01.01.1995. URL: <https://www.wired.com/1995/01/negroponte-30/>.

20. UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce (1996) with additional article 5 bis as adopted in 1998. URL: https://uncitral.un.org/en/texts/ecommerce/modellaw/electronic_commerce.

*Статья поступила в редакцию 28.04.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом С. И. Нестеровой*

УДК 658.15:657.6:336.6:330.341

© Е. С. Поротькин^{1,2}, 2022

¹ Самарский государственный технический
университет (СамГТУ);

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

E-mail ^{1,2}: evg.porotkin@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

Статья посвящена исследованию современного состояния, проблем и перспектив цифровизации нефтегазового комплекса (НГК) России. Представлены приоритетные направления внедрения цифровых технологий компаниями НГК. Рассмотрены возможности использования цифровых двойников в деятельности нефтегазодобывающих и перерабатывающих компаний.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые технологии, цифровизация, нефтегазовый комплекс, цифровой двойник, цифровое местоорождение, цифровой завод.

Введение

Происходящая во всем мире масштабная трансформация, в основе которой лежит повсеместное использование цифровых технологий и инструментов, приводит к созданию абсолютно новых отраслей и бизнес-моделей, а традиционные сектора экономики в результате испытываемого давления со стороны «новичков» вынуждены меняться до неузнаваемости. Скорость, с которой происходят изменения, приводит к тому, что даже представители таких консервативных отраслей, как добыча и переработка нефти и газа, чувствуют на себе происходящие преобразования и не могут уверенно гарантировать неизблемость своего текущего положения в долгосрочной перспективе. Именно этим обусловлен интерес собственников и менеджмента компаний нефтегазового сектора экономики к поиску возможностей встраивания современных информационных технологий в бизнес-процессы вплоть до коренной трансформации используемых бизнес-моделей.

Современная наука оперирует достаточно большим числом трактовок понятия «цифровая экономика», которые в общем виде можно свести к четырем основным подходам [2, с. 1052]:

- ресурсный, ставящий во главу угла технологии, необходимые для развития цифровой экономики;
- процессуальный, рассматривающий транзакционную составляющую как базу для совершения сделок посредством передачи информации посредством сети Интернет;
- структурный, предполагающий трансформацию экономики под воздействием цифровых технологий;
- подход на стыке структурного и процессуального подходов, в основе которого лежит появление и применение новых бизнес-моделей.

Применительно к решению задач данного исследования будет использоваться понятие цифровой экономики как деятельности экономических субъектов, основанной на использовании цифровых технологий для повышения эффективности своего функционирования [10, с. 29].

К основным преимуществам, которые могут быть получены субъектами экономики в результате использования цифровых технологий, относятся [14, с. 66-68]:

- выбор оптимальных режимов работы и загрузки оборудования на основе технологий искусственного интеллекта и повышение гибкости в его использовании;
- осуществление удаленного мониторинга и контроля работы оборудования, его предиктивного технического обслуживания на базе использования технологий дополненной реальности;
- повышение уровня безопасности и производительности труда работников за счет роботизации процессов интеллектуального и физического труда;
- оптимизация логистических операций за счет удаленного управления цепочками поставок и возможностей использования технологий аддитивной печати запасных частей, узлов и агрегатов непосредственно в местах производства;
- улучшение качества производимой продукции за счет технологий компьютерного зрения и внедрения цифрового менеджмента качества;
- повышение точности прогнозирования спроса на основе предиктивной аналитики и возможности разработки продукции с учетом полученной в режиме реального времени информации об изменениях спроса;
- уменьшение времени вывода продукции на рынок на базе внедрения инструментов быстрого моделирования, параллельного проектирования и концепции открытых инноваций, а также совместного создания с клиентом;

— совершенствование постпродажного сервиса на основе использования технологий самообслуживания, а также предупредительного и удаленного обслуживания.

Однако, несмотря на кажущиеся очевидными преимущества, получаемые субъектами экономики в результате применения цифровых технологий, необходимо учитывать и то, что их внедрение в промышленном секторе является технически и организационно сложным, капиталоемким, а уровень возможного дополнительного дохода — слабопредсказуемым [9, с. 19].

Говоря о степени проникновения современных цифровых технологий в экономику страны, необходимо отметить, что в данной сфере лидируют телекоммуникационный сектор, торговля, обрабатывающая промышленность и отрасль информационных технологий. Отстающими сегментами экономики с низким уровнем проникновения цифровых технологий являются в т.ч. отрасли, занимающиеся добычей полезных ископаемых (рис. 1).



Рис. 1. Индекс цифровизации бизнеса в Российской Федерации по основным сегментам экономики [4, с. 194]

Цифровизация отраслей отечественного нефтегазового комплекса, несомненно, является важнейшим приоритетом стратегического развития национальной экономики, особенно учитывая его вклад в формирование бюджета и валового внутреннего продукта страны. В этой связи рассмотрение перспектив и возможных проблем в развитии данного процесса является особенно актуальным.

Цель исследования — изучить проблемы и перспективы цифровизации нефтегазового комплекса Российской Федерации (объекта исследования).

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- выявить приоритетные направления цифровизации ведущих нефтегазовых компаний России;
- обобщить планируемые результаты и перспективы использования цифровых технологий;
- оценить проблемы и возможные барьеры, стоящие на пути цифровизации нефтегазового комплекса.

Предмет исследования — цифровые технологии, используемые в нефтегазовом комплексе (НГК).

Информационной базой исследования явились статистические данные Росстата и НИУ ВШЭ, а также данные компаний НГК из открытых источников.

Результаты исследования

Мировой экономический кризис, обусловленный замедлением темпов экономического роста, прежде всего в результате повсеместной приостановки отдельных производств и нарушения цепочек поставок в связи с массовым закрытием границ, вызванных пандемией COVID-19, привел к сокращению валового внутреннего продукта в России в 2020 г. до 107 трлн руб. Компании нефтегазового сектора, продукция которых является важнейшим элементом ресурсного потенциала промышленности, испытали сокращение спроса на свою продукцию и отреагировали снижением объемов производства, в результате чего добыча сырой нефти упала по сравнению с 2018 г. на 8,6%, природного газа — на 4,6%, а объем нефти, поступивший в первичную переработку, уменьшился на 5,8% [11, с. 17].

Говоря о цифровизации нефтегазового сектора, необходимо заметить, что в целом инновационная активность отраслей в его разрезе достаточно существенно отличается. Так, уровень проникновения инноваций в секторе нефтегазодобычи составляет всего 12,4%, в то время как в сегменте производства нефтепродуктов до-

ля предприятий, активно осваивающих инновационные технологии, вдвое выше (27,5%) [3, с. 11].

Изучение программ инновационного и цифрового развития ведущих компаний нефтегазового комплекса России позволило сделать вывод о том, что центральное место в стратегиях инновационного развития отводится технологии цифрового двойника (табл. 1), представляющей собой целый комплекс цифровых технологий, позволяющих:

- осуществить автоматизацию процесса управления производством;
- наладить процесс интегрированного планирования;
- выполнить мониторинг в режиме реального времени технического состояния объектов;
- реализовать процесс сценарного моделирования;
- оптимизировать режим работы технологического оборудования.

Таблица 1

Приоритетные направления цифровизации компаний НГК

<i>Лукойл</i>	<i>Газпром</i>	<i>Роснефть</i>	<i>Зарубежнефть</i>
Цифровой двойник (Интеллектуальное месторождение, Цифровой завод)	Цифровые двойники	Цифровое месторождение. Цифровой завод	Цифровое месторождение
Цифровой персонал	Большие данные	Цифровая цепочка поставок	Цифровая оценка проектов
Цифровая экосистема	Искусственный интеллект	Цифровая автозаправочная станция	Цифровой офис
Роботизация рутинных процессов		Цифровое рабочее место	Цифровые компетенции персонала

Примечание. Составлено автором по данным [1, 6, 7, 8, 12].

Оценивая возможности технологии «цифровых двойников», можно отметить, что ее использование позволяет получать всю необходимую информацию о текущем состоянии актива на любой его

жизненной стадии. Это позволяет выбрать оптимальный режим эксплуатации и оценить возможности улучшения характеристик работы оборудования [7].

Использование «цифровых дневников» в нефтегазовом комплексе позволяет добывающим компаниям, таким как АО «Зарубежнефть», наращивать компетенции на месторождениях с разбалансированной системой разработки и месторождениях со сложными коллекторами и решать при этом такие задачи, как повышение доступности и скорости обработки информации, поступающей с месторождения, моделирование различных сценариев добычи, максимизация коэффициентов извлечения нефти и тем самым наращивание добычи, выбор оптимального варианта разработки, получение прогнозной аналитики, позволяющей принимать более обоснованные решения, повышение безопасности работы персонала [8, с. 13].

Аналогичные задачи решаются ПАО АНК «Башнефть» на базе Илишевского месторождения, являющегося пилотной площадкой применения технологий «цифрового месторождения» в компании «Роснефть» (табл. 2). Данный проект в сфере разведки и добычи, реализуемый начиная с 2019 года, предполагает использование при разработке месторождений комплекса технологий промышленного интернета вещей, беспилотного транспорта и анализа больших данных, что предоставляет возможность осуществления моделирования и выбора оптимальных режимов добычи в режиме реального времени, прогнозирования на основе предиктивной системы технического обслуживания и ремонта возможных отказов оборудования. Реализация проекта «цифрового месторождения» позволила по итогам 2020 г. провести оцифровку более 17 тыс. объектов наземной инфраструктуры, сократить внутрисменные потери нефти на 15% и снизить на 36% логистические затраты [1, с. 26].

Кроме того, в рамках программы «Нефтепереработка и нефтехимия» ПАО «НК «Роснефть» реализует проект «цифровой завод», направленный на комплексную цифровизацию систем управления производством нефтеперерабатывающих предприятий компании. Реализация проекта позволила создать 24 «цифровых двойника» технологических установок, оснастить системами усовершенствованного управления технологическим процессом 6 нефтеперерабатывающих заводов (НПЗ), а также провести тиражирование типового решения по оптимизационному смешению темных нефтепродуктов на 5 НПЗ группы компаний [1, с. 26].

**Технологии, используемые ПАО «НК «Роснефть»
в рамках проекта «Цифровое месторождение» [14]**

<i>Технология</i>	<i>Характеристика</i>
Технология 3D-визуализации	Создание эффекта присутствия, возможность учета специфики производственных объектов и особенностей ландшафта, отображение в режиме реального времени параметров объектов и информации о технологических отклонениях, осуществление удаленного управления технологическими объектами
Система «цифровых двойников»	Моделирование внутренних процессов, технических характеристик и функционирования объектов на месторождении
Мобильные цифровые устройства («умные» каски, газоанализаторы, датчики окружающей среды, датчики пульса и местоположения)	Передача данных на основе промышленного интернета вещей для обеспечения безопасности работников
Система мониторинга трубопроводного транспорта	Информирование в режиме реального времени о выполнении регламентных обходов трубопроводов и потенциально опасных участках в автоматическом режиме
Система мониторинга подготовки нефти	Прогнозирование потенциальных отклонений в технологическом режиме работы оборудования, что дает возможность своевременно организовать компенсирующие мероприятия
Система управления заводнением нефтяного пласта	Проведение анализа эффективности закачки жидкости и подготовка рекомендаций для удаленного управления системой поддержания пластового давления
Система мониторинга энергетики	Контроль состояния энергетических объектов, загрузки электрических сетей, осуществление непрерывного мониторинга удельного расхода электроэнергии, определение возможности повышения энергоэффективности добычи нефти

Применение «цифровых двойников» компанией ПАО «Лукойл» осуществляется по следующим двум направлениям [5].

1. «Интеллектуальное месторождение» в сегменте разведки и добычи, предполагающее использование автоматизированных ком-

пьютерных систем на всех этапах — от поиска и разведки до завершения разработки. Результатом внедрения комплекса технологий должна явиться оптимизация процесса добычи углеводородов, эффективная загрузка оборудования и его предиктивное техническое обслуживание, гибкая реакция на изменение спроса на продукцию, снижение потерь и предотвращение нештатных ситуаций, а также повышение производительности труда. В рамках данного направления по состоянию на конец 2020 года построена 61 интегрированная модель месторождений, которые обеспечивают более трети добычи углеводородов в компании.

2. «Цифровой завод» в сегменте переработки, включающий внедрение на действующих НПЗ компании систем предиктивной аналитики и мониторинга состояния оборудования с целью прогнозирования сроков и необходимости осуществления ремонтных работ, снижения количества отказов и затрат на обслуживание.

Заключение

Таким образом, внедрение современных информационных технологий в деятельность нефтегазовых компаний, и в частности «цифровых двойников» как комплекса инструментов, позволяющих осуществить оцифровку реальных физических объектов, способствует решению таких важных управленческих задач, как повышение эффективности использования действующего оборудования, сокращение издержек и повышение производительности и уровня безопасности труда.

Однако существует и целый ряд проблем, препятствующих активной цифровизации, — это высокая стоимость комплексных технологических решений, сложность, а зачастую и невозможность оцифровки уже действующего оборудования, используемого в рамках сложившихся в компаниях процессов. Кроме того, в последнее время многие элементы, необходимые для выстраивания цифровой инфраструктуры, физически недоступны из-за разрыва цепочек поставок, вызванного эпидемией коронавируса, а также введением многими странами ограничений на импорт продукции и технологий в ответ на проведение Россией специальной военной операции на Украине и уход ведущих мировых компаний сферы информационно-коммуникационных технологий с российского рынка.

Литература

1. Годовой отчет ПАО «НК «Роснефть» за 2020 год. Электронный ресурс. URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/a_report_2020.pdf.

2. Зверева А. А., Беляева Ж. С., Сохаг К. Влияние цифровизации экономики на благосостояние в развитых и развивающихся странах // Экономика региона. 2019. Т. 15. Вып. 4. С. 1050-1062.

3. Индикаторы инновационной деятельности: 2021: статистический сборник / Л. М. Гохберг, Г. А. Грачева, К. А. Дитковский и др. М.: НИУ ВШЭ, 2021. 280 с.

4. Индикаторы цифровой экономики: 2021: статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др., Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2021. 380 с.

5. Информационные технологии в Лукойл. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Информационные_технологии_в_Лукойл.

6. Отчет ПАО «НК «Роснефть» в области устойчивого развития за 2018 год. URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Rosneft_CSR18_RU_Book.pdf.

7. Паспорт Программы инновационного развития ПАО «Газпром» до 2025 года. URL: <https://www.gazprom.ru/f/posts/97/653302/prir-passport-2018-2025.pdf>.

8. Паспорт Программы инновационного развития АО «Зарубежнефть» на период 2020-2024 гг. (с перспективой до 2030 г.). URL: <https://minenergo.gov.ru/node/4844>.

9. Плотников В. А. Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в российской экономике // Известия СПбГЭУ. 2018. № 4 (112). С. 16-24.

10. Поротькин Е. С. Инновационная экономика и цифровизация бизнеса: учеб. пособ. Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2021. 138 с.

11. Поротькин Е. С. Современное состояние и перспективы инновационного развития топливно-энергетического комплекса России // Вестник Самарского муниципального института управления. 2021. № 3. С. 14-23.

12. Программа цифровизации ПАО «Лукойл». URL: <https://csr2018.lukoil.ru/strategy/digitalization-program>.

13. «Роснефть» запустила первое цифровое месторождение. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Проект:Роснефть_\(цифровое_месторождение\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Проект:Роснефть_(цифровое_месторождение)).

14. Цифровая Россия: новая реальность // Информационно-аналитическая система Росконгресс. URL: <https://www.tadviser.ru/images/c/c2/Digital-Russia-report.pdf>.

*Статья поступила в редакцию 17.05.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом О. А. Горбуновой*

УДК 338.22+331.1

© Т. Л. СЫЩИКОВА¹, В. М. РАМЗАЕВ², 2022

^{1,2} Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

E-mail ^{1,2}: siesta53@mail.ru

АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ESG

Статья посвящена анализу существующих подходов руководителей предприятий и советов директоров крупных компаний и холдингов к включению в разрабатываемые стратегии развития принципов ESG. Проанализированы отчеты за 2021 год трех современных гигантов: международной консалтинговой компании BCG, осуществляющей свою деятельность в западном сегменте, крупнейшей российской нефтяной компании «Роснефть», в том числе ее региональных предприятий, и самой значимой финансовой организации — Сбербанк России. В ходе исследования выявлены различия в приоритетах и структуре ESG-подходов.

Ключевые слова: ESG-стратегия, окружающая среда, климатическая политика, гендерное соотношение, экология, прозрачность отчетности, корпоративное управление.

Введение

Развитие цивилизации привело к серьезным изменениям в мировом пространстве. Изменения коснулись абсолютно всех сторон существования общества: климатических условий, социальных отношений, личностных качеств индивидов. Все больше людей выражают обеспокоенность негативным воздействием развития экономики и общества на окружающую среду. Движение «зеленых» охватывает все страны и континенты. Гендерные вопросы постоянно находятся на повестке дня всех местных и международных совещаний. Работники фирм и просто граждане хотят быть причастными к принятию решений по дальнейшему развитию их предприятий, городов, стран и всего мира.

Все это и вызвало появление такого явления, как ESG. Сегодняшние экономисты, политические и общественные деятели, гринписовские активисты считают ESG синонимом термина «устойчивое развитие» и рассматривают его в трех направлениях, названия которых и сформировали аббревиатуру ESG: Environmental, Social, Governance [1]. Понятие environmental (в переводе с английского — окружение, экология) отражает принципы бережного отношения к

природе и активную охрану окружающей среды. Слово social (социальное развитие) характеризует принцип ответственного отношения к социальным процессам, происходящим в мире в целом и непосредственно внутри компании. Термин governance (управление) олицетворяет принцип вовлеченности всех работников компании в корпоративное управление.

Существующую формулировку принципов ESG приписывают Кофи Аннанду, который руководил ООН с 1997 по 2006 годы. В обращении к руководству крупных компаний по поводу негативного изменения климата он предложил строить стратегии развития, направленные на достижение ESG-целей.

В настоящее время понятие ESG распространяется на деятельность абсолютно всех отраслей и регионов и звучит в сочетании с терминами «стратегия», «проблемы», «политика», «цели», «управление», «рейтинг» и др. В основе этого понятия лежит базовое определение экономической теории — «наука о том, как, используя ограниченные ресурсы, наиболее полно удовлетворить безграничные потребности людей, организаций и общества в целом» [13].

Актуальность темы исследования, представленного в статье, заключается в том, что в последние годы все больше иностранных и российских компаний стараются выстраивать свою деятельность, опираясь на ESG-стратегии. Тем не менее, различия в подходах к ESG как по степени вовлеченности компании в эту сферу, так и по расстановке акцентов требуют детального рассмотрения.

В связи с этим цель данной работы — провести анализ подходов к ESG ряда компаний, относящихся к различным отраслям и сферам деятельности.

Достижение поставленной цели возможно при выполнении следующих задач:

1) рассмотреть стратегию устойчивого развития самой известной международной консалтинговой компании Boston Consulting Group (BCG), основанной в 1963 году и входящей в «большую тройку управленческого консалтинга»;

2) определить ESG-приоритеты нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих компаний, чья деятельность неразрывно связана с загрязнением атмосферы и почвы (в частности, НК «Роснефть» и ее подразделений в Самарской области — Новокуйбышевского НПЗ и Куйбышевского НПЗ);

3) изучить особенности соблюдения принципов ESG в финансовой сфере (на примере ПАО Сбербанк);

4) проанализировать перспективы развития ESG и реализации национальных проектов в условиях нынешнего ухудшения отношений с Россией западных стран.

Объектом исследования являются принципы ESG как современной стратегии развития общества, предмет исследования — существующие подходы ряда крупных компаний и холдингов к включению в разрабатываемые стратегии развития принципов ESG.

Методологической основой данного исследования послужила обусловленность подходов к ESG отраслевыми, национальными и политическими факторами развития компании.

Результаты исследования

Для получения компанией высокого ESG-рейтинга ее бизнес должен отвечать требованиям всех трех направлений, описанных выше: быть экологичным (E), социально продуманным (S) и корпоративно выстроенным (G).

E-стандарты определяют роль компании в решении проблем снижения уровня загрязнения природы, минимизации выбросов загрязняющих веществ, использования возобновляемых источников энергии.

Социальные стандарты требуют от компании повышения комфортности труда работников коллектива, соблюдения гендерных пропорций, активного участия в социальных программах.

Управленческие стандарты нацелены на повышение качества управления компаниями: высокая корпоративная культура, антикоррупционная составляющая, уважительное отношение к партнерам и инвесторам, обучение и финансовая поддержка работников, достоверная отчетность.

Приоритеты соблюдения пропорций этих трех составляющих во многом зависят не только от вида деятельности компании, ее принадлежности к той или иной отрасли, но и от ее географического расположения.

Рассмотрим стратегию устойчивого развития группы компаний BCG.

В апреле 2022 года BCG выпустили ежегодный отчет о развитии компании, названный «Время лидировать», в котором особое внимание было уделено соблюдению ESG-принципов [6]. Консалтинг в области климата и устойчивого развития — самое быстроразвивающееся направление во всех сферах бизнеса BCG. Так, в 2021 году компания реализовала в общей сложности более 780 проектов в области климата и устойчивого развития (с участием более 450 ор-

ганизаций) и была единственной в мире консалтинговой фирмой, получившей рейтинг «А» в отчете CDP Climate Disclosure¹ за 2021 год и сохранившей «золото» в оценке устойчивости поставщиков EcoVadis².

Экологическое направление ESG-стратегии BCG охарактеризовали следующие цифры отчета за 2021 год [8]:

– 780 кейсов по вопросам климата и устойчивого развития, рассмотренных более чем 450 клиентами;

– 240 млн долл., инвестированных в меры по борьбе с изменением климата и устойчивому развитию в этом десятилетии;

– более 1000 экспертов BCG работали над климатическими темами в разных отраслях и регионах;

– сокращение абсолютных выбросов парниковых газов (ПГ) BCG на 74% по сравнению с базовым 2018 годом;

– 15 добровольных проектов углеродного рынка, поддерживаемых в 12 странах, для поддержания сертификации компании CarbonNeutral³;

– 100% электроэнергии BCG вырабатывает из возобновляемых источников энергии;

– около 2000 человек приняли участие в проводимом BCG конкурсе «зеленый вызов»;

– 100% сотрудников получили учебные материалы по теме климата и окружающей среды;

– более 80 «зеленых офисов» группы работают по всему миру;

– более 1300 сотрудников BCG являются членами «зеленой команды».

Помимо экологической составляющей все компании группы BCG включают в свои стратегии существенный социальный раздел, в котором в силу особенностей западного мира особый акцент делается на гендерную составляющую: каков процент женщин, работающих в той или иной фирме. Для российских предприятий этот показатель малоинтересен, так как практически во всех компаниях

¹ Группа Carbon Disclosure Project (CDP) – независимая организация, формирующая самую большую базу данных по выбросам компаниями парниковых газов, является партнерством 534 финансовых организаций по всему миру с трастовым капиталом в 64 трлн долларов США.

² EcoVadis – рейтинговая платформа для оценки корпоративной социальной ответственности и устойчивых закупок.

³ CarbonNeutral – организация, выдающая сертификаты тем компаниям, чьи выбросы углекислого газа соответствуют нулевой отметке в соответствии с протоколом «CarbonNeutral».

отсутствует дискриминация по половому признаку, ограничения диктуются только характером выполняемой работы, ее безопасностью для женского организма.

Стремясь к долгосрочной устойчивости, BCG прилагает значительные усилия на то, чтобы руководство предприятий, советы директоров уделяли должное внимание решению ESG-вопросов и разработке ESG-стратегий. Например, совместно с центром корпоративного управления бизнес-школы INSEAD были проведены серия опросов и интервью среди менеджеров высшего звена на тему «Директора могут внести свой вклад в решение проблем ESG» [9]. В опросе приняли участие 122 респондента, имеющие в среднем 7-летний опыт работы в качестве члена совета директоров и входящие в среднем в два совета директоров. 70% респондентов, принявших участие в данном мероприятии, заявили, что их советы «умеренно или совсем не эффективны» в интеграции ESG в стратегию и управление компанией (среди компаний с официальными «нулевыми» выбросами). Только 55% респондентов — директоров компаний с официальными «нулевыми» выбросами сообщили, что их организации разработали и опубликовали план по достижению данной цели. Согласно ответам, полученным от 43% опрашиваемых, — самой большой угрозой для достижения целей ESG является неспособность компаний их выполнить.

Обобщая результаты исследования, авторы отчета полагают, что для полного соответствия новым требованиям, вытекающим из ESG, руководство компаний должно уделить внимание следующим трем основным темам.

1. Подход совета директоров к управлению ESG.

Правления должны принимать основополагающие решения о том, как строить ESG-работу и контролировать ее выполнение.

Наиболее распространенный подход к участию советов директоров в решении ESG-вопросов (предложили 31% опрашиваемых) — возложить надзор за этими вопросами на весь состав совета. Проблемы ESG могут обсуждаться и прорабатываться комитетами, но решения должны приниматься полным составом правления. В то же время при осуществлении данного подхода существует риск, что ESG-проблемам не будут уделять достаточного времени и внимания в перечне других вопросов, рассматриваемых советом директоров.

Следующий подход (предложили 20% опрашиваемых) — создать внутри правления комитет по ESG, и последний подход (предложили 15% опрашиваемых) — поручить вопросы ESG одному члену правления, не создавая комитет.

Правильный выбор решения зависит от таких факторов, как состав и основные знания правления по вопросу ESG, существующая практика руководства и зрелости как самой компании, так и ее правления в отношении ESG.

2. Знания членов правления.

Включения ESG-образования в регулярные тренинги поможет создать прочную основу понимания среди директоров. Во всяком случае, члены правления должны стремиться к повышению компетентности, систематически оценивая, какие знания им необходимы для эффективного надзора за вопросами ESG. Конечно, перечень возможных ESG-тем большой, и значение таких проблем меняется со временем, делая невозможным наличие в правлении экспертов по всем существующим темам. Следовательно, правления должны определиться, нужен ли им эксперт по ESG в составе правления или же они устранят пробел в знаниях, привлекая других экспертов.

3. Повестки дня правления.

Проведенное исследование выявило, что 91% директоров верят, что когда речь идет о выстраивании долгосрочных бизнес-стратегий с учетом ESG советам директоров следует уделять больше внимания совершенствованию стратегических подходов, чем мониторингу операций. Однако только менее половины из этих 91% считают, что они способны это сделать.

Таким образом, только направляя усилия на развитие этих трех областей, советы директоров смогут, по мнению экспертов BCG, обеспечить своим компаниям устойчивое развитие в сложных современных условиях.

Среди российских организаций начали активно внедрять ESG-принципы в стратегии своего развития производственные и добывающие компании, но преимущественно в вопросах защиты природы от негативных последствий развития общества и производства.

Флагман российской нефтегазодобывающей отрасли НК «Роснефть», вошедшая в пятерку лучших (среди 155 российских компаний) в области корпоративного управления⁴, еще в 2018 году заявила о формировании своей стратегии на основе следования 17-ти целям ООН.

В 2021 году НК «Роснефть» участвовала в проектах Глобального договора ООН и была включена в число членов Global Compact LEAD. Ранее в их число вошли российские компании ФосАгро и Сахалин Энерджи [3]. В это же время Лондонская фондовая биржа FTSE

⁴ По оценке рейтингового агентства RAEX-Eurore, которое имеет официальный статус Института внешней оценки кредитоспособности (ECAI).

Russell заявила о присвоении НК «Роснефть» международного биржевого индекса, а согласно оценкам S&P Global ESG Scores за 2020 год рейтинг данной компании в области ESG достиг 44 баллов [10].

В частности, финансовый конгломерат Morgan Stanley отметил, что если российские компании нефтегазовой отрасли обычно раскрывают примерно 70% показателей, относящихся к ESG, то НК «Роснефть» делает это на 88%.

В своем отчете за 2021 год НК «Роснефть» привела следующие цифры, относящиеся к ESG-показателям [11]:

- 94% воды используется многократно;
- свыше 120 млн рублей были использованы на «зеленые» мероприятия;
- 3,5 млн саженцев деревьев высажено работниками компании;
- на 73% сокращены выбросы в атмосферу метана;
- более 4 млрд долларов составила общая сумма «зеленых инвестиций»;
- 93,8% составляет уровень утилизации попутного нефтяного газа (ПНГ), в развитие технологий которой было вложено более 2 млрд долларов;
- более 120 тыс. км составляет протяженность трубопроводной сети компании;
- на 30% снизился уровень отказов оборудования трубопроводов.

Что касается подходов к управлению ESG, руководство НК «Роснефть» делает акцент на создание комитетов, отвечающих за отдельные направления: комитет по стратегии и устойчивому развитию, комитет по углеродному менеджменту и др. Все эти показатели повышают привлекательность данной компании для инвесторов и отражают устойчивость ее бизнес-модели.

Рассмотрим более детально отдельные подразделения НК «Роснефть», находящиеся в Самарской области, – Новокуйбышевский НПЗ и Куйбышевский НПЗ.

Так, Новокуйбышевский НПЗ в 2021 году показал лучшие результаты в группе предприятий НК «Роснефть» по показателям энергоэффективности. Такие результаты предприятие смогло достичь благодаря заботе всех членов коллектива об охране окружающей среды и экономном расходовании энергии [4]. Новокуйбышевский НПЗ на постоянной основе проводит обучение персонала с целью участия каждого менеджера в мероприятиях по рачительному использованию электричества, энергии и топлива для обогрева.

Кроме этого, сотрудники предприятия засадили деревьями свободную территорию в Красноярском районе Самарской области, площадь которой составляет два гектара.

Куйбышевский НПЗ вложил за последние годы более 20 млрд руб. в проведение мероприятий, нацеленных на охрану окружающей среды [5]. «Зеленые» инвестиции привели к снижению уровня загрязняющих веществ в воздухе в 2,5 раза. Снижение вредных выбросов произошло за счет ввода в действие нового технологического оборудования и обновления производства. К числу прогрессивных решений можно отнести тот факт, что энергообеспечение предприятия теперь обслуживается газом, а не мазутом, а реконструкция нефтеналивных и очистных сооружений исключило испарение нефтепродуктов.

Куйбышевский НПЗ проводит значительную работу по восстановлению используемых территорий и очистке природных объектов Самарской области. Это и очистка акватории Волги от бытового мусора, очистка и благоустройство природных Жигулевских родников, посадка деревьев, в том числе саженцев кедров, как в черте жилых районов, так и на свободных лесных площадях.

Упор на природоохранную составляющую в стратегии развития нефтегазодобывающих и нефтегазоперерабатывающих компаний — это плод осознания их роли в загрязнении природы и необходимости минимизировать это воздействие и действительно участвовать во всех «зеленых» акциях. Естественно, упомянутые предприятия активно развивают и другие два направления, обеспечивая достойные социальные условия для своих работников, а также проводя анитикоррупционную политику и обеспечивая полную прозрачность и достоверность представляемой и публикуемой отчетности.

В финансовом секторе принципы ESG проявляются в первую очередь в преимущественном кредитовании банками тех организаций, которые подтверждают свою приверженность соответствующим ценностям: имеют нулевой или минимальный уровень выбросов загрязняющих веществ, ведут «зеленую политику», соблюдают гендерные пропорции, участвуют в социальных программах, активно противостоят коррупции, представляют доступную и понятную пользователям отчетность, достоверность которой подтверждена аудиторскими фирмами. Все это приводит к изменению главных посылов развития бизнеса, поскольку приходится ориентироваться на влияние ESG, а именно и на создаваемые преимущества, и на возникающие риски.

В России ведущая роль в области финансов принадлежит ПАО Сбербанк, который стремится сотрудничать только с теми организациями, которые имеют высокий рейтинг ESG-достижений [7].

Еще в 2020 году, следуя принципам устойчивого развития, ПАО Сбербанк разработал ESG-стратегию на период до 2023 года, содержащую инструменты формирования бизнеса банка [12]:

– в экологическом направлении предусмотрены доступные банку мероприятия по отдельному сбору отходов деятельности, включая дальнейшую переработку вышедших из употребления банковских карт, экономия тепловой и электроэнергии, отказ от бумажных документов;

– в направлении социального развития происходит повышение комфортности и удобства работы сотрудников, создание условий для получения услуг лицами с ограниченными возможностями, участие в программах повышения финансовой грамотности населения;

– в направлении управления обеспечивается открытость для заинтересованных пользователей, а также повышение качества управления на всех уровнях, происходит формирование системы управления ESG-рисками.

По итогам 2021 года в своем отчете ПАО Сбербанк представил следующие цифры [12]:

– созданы и работают 30 групп по всем трем направлениям ESG;

– разработаны и претворяются в жизнь 150 «зеленых» программ;

– внедрены отделениями банка в регионах более 1000 инициатив;

– проходят переработку около 30% отходов;

– в ходе «зеленого марафона» высажено 180 тыс. деревьев;

– использование бумаги снижено на 1887 млн листов.

В силу специфики своей деятельности финансовая компания, принимая участие в огромном числе экологических мероприятий и осуществляя широкую социальную политику, в своей ESG-стратегии делает значительный акцент на третью составляющую, связанную с управлением.

Банк финансирует только те программы, которые имеют соответствующий ESG-рейтинг, кредитует только те предприятия, которые следуют принципам устойчивого развития, имеют прозрачную отчетность и ведут антикоррупционную политику. В последние го-

ды ПАО Сбербанк последовательно расширяет свою деятельность, охватывая все новые направления.

В феврале 2022 года (накануне спецоперации на Украине) агентство «Эксперт РА» провело опрос среди 120 компаний, относящихся к различным отраслям. По результатам опроса был составлен график, из которого можно увидеть, что половина опрошенных компаний уже разработала экологическую политику, а 12% — намерены это сделать до конца 2023 года [2]. Практически такое же положение сложилось у опрошенных компаний с климатической повесткой. Резкое ухудшение геополитической ситуации, отмена западного финансирования, ограничение доступа на товарные рынки, инициированное западными санкциями, заставило Россию развернуть вектор бизнеса на Восток, но все экологические, климатические, социальные программы, а также развитие культуры корпоративного управления остаются актуальными, поскольку они разрабатываются не для включения той или иной компании в ESG-рейтинг, а для сохранения природных богатств для будущих поколений.

В то же время западные компании для снижения стоимости энергоисточников вынуждены снижать требования к «зеленым» показателям, уделяя больше внимания социальному направлению развития.

Таким образом, проведенный сравнительный анализ подходов различных компаний к проблемам ESG показал, что отношение руководства и советов директоров определяется местом компании на товарном и финансовом рынках, степенью заинтересованности в факте включения в тот или иной рейтинг, уровнем экологических проблем, создаваемых данным производством, социальной политикой государства, которому принадлежит компания, и многими другими факторами. При этом, разрабатывая стратегию устойчивого развития, каждый руководитель исходит из интересов своего бизнеса.

Литература

1. ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/>.
2. Как санкции повлияют на развитие ESG в России. URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg2022/.
3. In Pursuit of Long-Term Sustainability // BCG Weekly Brief. 2022. April, 26. URL: <https://bcg-2021-annual-sustainability-report-apr-2022/>.
4. Вклад в достижение Целей ООН в области устойчивого развития case studies: URL: <https://www.rosneft.ru/Investors/ESG/>.

5. Годовой отчет ОАО Новокуйбышевский НПЗ за 2021 год. URL: <https://pandia.ru/text/80/156/22700-16.php>.

6. Экономический эффект программы энергосбережения Куйбышевского НПЗ в 2021 г. превысил 90 млн руб. URL: <https://neftegaz.ru/news/neftechim/72465>.

7. Сбер представил свою ESG-стратегию на сессии Московской биржи. URL: <https://press.sber.ru/publications>.

8. Boston Consulting Group. URL: <https://www.bcg.com/>.

9. INSEAD Corporate Governance Centre. URL: <https://www.insead.edu/centres/corporate-governance>.

10. ESG-рейтинги и российская практика. URL: <https://www.if24.ru/esg-rejtingi-i-rossijskaya-praktika/?ysclid=l81jx54hvh901507730>.

11. Ответственная энергия: отчет в области устойчивого развития — 2021. URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Rosneft_CSR2021_RUS.pdf.

12. Стремления ESG — СберБанк. URL: <https://www.sberbank.com/ru/sustainability>.

13. Янова В. В. Экономическая теория: учебное пособие / В. В. Янова, Е. А. Янова. М.: Эксмо, 2009. 510 с.

Статья поступила в редакцию 23.05.22г.

Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. экон. наук, доцентом С. И. Нестеровой

© В. Е. Павлович^{1,2}, 2022

¹ Самарский государственный университет
путей сообщения (СамГУПС);

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

E-mail ^{1,2}: vit-pavlovich@yandex.ru

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ КАНО В ПЛАНИРОВАНИИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО БИЗНЕС-ПРОЦЕССА

Статья посвящена использованию модели Кано в разработке плана клиентоориентированного бизнес-процесса с учетом особенностей последнего. Рассмотрены подходы к планированию операции бизнес-процесса. Предложено развитие оценки качественных характеристик продукции по аналогии со стратегической канвой «Стратегии голубого океана». Описана i -я операция клиентоориентированного бизнес-процесса, а также уточнено уравнение единичного мероприятия из плана на величину корректирующего воздействия в $(i+1)$ -ой операции процесса.

Ключевые слова: бизнес-процесс, клиентоориентированный бизнес-процесс, планирование, модель Кано, стратегия голубого океана.

Общим трендом последних лет является повышение осведомленности потребителя о качестве приобретаемых продуктов и взвешенного отношения к покупкам. В условиях ухудшения экономической ситуации потребители становятся еще более экономными, и производители вынуждены тщательно подходить к качественным и стоимостным характеристикам продукции. В связи с этим растет спрос у производителей на методики, облегчающие процессы планирования продукции с заданными характеристиками и помогающие улучшить взаимоотношения с конечным потребителем.

Цель данной работы — предложить концептуальный подход к использованию модели Кано в планировании клиентоориентированного бизнес-процесса (объекта исследования).

Для выполнения поставленной цели решены следующие задачи:

— в рамках предложенного концептуального подхода представлена авторская трактовка категорий «планирование» и «клиентоориентированный бизнес-процесс»;

— разработан метод планирования операции клиентоориентированного бизнес-процесса на основе модели Кано.

Предмет исследования — применение концептуального подхода к процессу планирования.

Некоторые детали изложенного подхода в работе не раскрыты, так как подход является интеллектуальной собственностью автора и используется в практической деятельности.

Клиентоориентированный бизнес-процесс — это система операций, целью которой является превращение потенциального потребителя (клиента) в лояльного и удержание клиента в состоянии лояльности как можно дольше [1, 9]. В другом аспекте это типичная задача управления (целенаправленное воздействие на объект для приведения его в заданное состояние) и регулирования (удержание объекта в заданном состоянии). В данном случае заданное состояние — это состояние лояльности [5], оцениваемое по выбранным качественным характеристикам поведения потребителя.

Лояльность клиента, кроме эмоциональной составляющей, определяется величиной потребительской ренты.

Примем, что потребитель обладает базовыми знаниями в области приобретаемого товара. «Наличие базовых знаний ... позволяет потребителю обеспечить осознанный выбор» [3], оценить продукт с учетом важности отдельных функциональных характеристик и рассчитать потребительскую ренту (customer rent CR) как разницу цены купленного продукта и справедливой цены ближайшего конкурента. Подробнее изложено в работе [11], а измененный подход рассмотрен в работе [6].

Одним из хорошо зарекомендовавших себя на практике инструментов оценки потребителем функциональных характеристик товара является модель Кано [14].

В соответствии с моделью Кано каждый продукт обладает совокупностью характеристик Q .

$$Q = \{Q_{об}, Q_{лн}, Q_{вс}, Q_{нт}, Q_{н2}\}, \quad (1)$$

где:

$Q_{об} = \{q_{об1}, \dots, q_{обn}\}$ — обязательные (Threshold Attributes / Must-Be Qualities) характеристики;

$Q_{лн} = \{q_{лн1}, \dots, q_{лнт}\}$ — линейные (Performance attributes / One-dimensional qualities) характеристики;

$Q_{вс} = \{q_{вс1}, \dots, q_{вск}\}$ — восхищающие (Indifferent Qualities) характеристики;

$Q_{нт} = \{q_{нт1}, \dots, q_{нтр}\}$ – нейтральные (Excitement Attributes/Attractive Qualities) характеристики;

$Q_{нз} = \{q_{нз1}, \dots, q_{нзr}\}$ – негативные (Reverse Qualities) характеристики.

В модели Кано считается, что конкуренция между производителями ведется в основном по линейным характеристикам, а в результате конкуренции линейные характеристики со временем становятся обязательными, а восхищающие характеристики становятся линейными. Содержание метода определения характеристик продукта (обязательных, линейных, восхищающих) в данной работе не рассматривается, подробно оно изложено в [13].

Оценка потребителем продукта с учетом (1) может быть записана как:

$$CV = K_{об}Q_{об} + K_{лн}Q_{лн} + K_{вс}Q_{вс} + K_{нт}Q_{нт} + K_{нз}Q_{нз}, \quad (2)$$

где:

CV – потребительская ценность в баллах;

$K_{об}, K_{лн}, K_{вс}, K_{нт}, K_{нз}$ – коэффициенты значимости характеристик продукта по показателям, представленным в формуле (1).

Определив коэффициенты значимости характеристик продукта для своей целевой аудитории, предприятие получает возможность спланировать свою деятельность.

Промежуточным этапом при планировании станет анализ рынка, проведенный по методике, которая предлагается в таблице 1 (данные условные).

За основу методики взята стратегическая канва из книги «Стратегия голубого океана» [2], но представленная в виде таблицы с подсчетом баллов качества продукта и дополненной статистической обработкой результатов, трактуемых следующим образом:

– чем выше уровень среднего (например, у показателей $q1$ и $q6$ в таблице 1) при малом доверительном интервале, тем больше согласованности в действиях игроков рынка по улучшению данного показателя (по показателю $q4$ игроки рынка солидарны в том, что он не так важен);

– производитель продукта № 4 уделяет одинаковое внимание всем показателям (о чем свидетельствует величина доверительного интервала 0,51), но держит показатели качества на уровне чуть выше среднего и т.д.

Пример анализа оценки показателей качества

Показатель	Продукт				Статистическая оценка рынка в целом					
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	Среднее	Стандартное отклонение	Дисперсия	Мода	Медиана	Доверительный интервал
<i>q1</i>	8	9	8	7	8	0,82	0,67	8	8	0,51
<i>q2</i>	7	7	9	7	7,5	1,00	1,00	7	7	0,62
<i>q3</i>	5	5	6	7	5,75	0,96	0,92	5	5,5	0,59
<i>q4</i>	6	6	7	7	6,5	0,58	0,33	6	6,5	0,36
<i>q5</i>	8	7	8	6	7,25	0,96	0,92	8	7,5	0,59
<i>q6</i>	8	9	7	8	8	0,82	0,67	8	8	0,51
Итого	42	43	45	42	43	1,41	2,00	42	42,5	0,88
Среднее	7,00	7,17	7,50	7,00						
Стандартное отклонение	1,26	1,60	1,05	0,63						
Дисперсия	1,60	2,57	1,10	0,40						
Мода	8	9	8	7						
Медиана	7,5	7	7,5	7						
Доверительный интервал	1,01	1,28	0,84	0,51						

Примечание. Максимальная оценка – 10 баллов.

Анализ показателей качества конкурентов позволяет спланировать деятельность предприятия, отталкиваясь от заданного состояния объекта, то есть планируемого продукта.

Планирование, являясь частью процесса управления, формирует мероприятия для достижения заданного состояния объекта управления $Q(\tau)$ в заданный момент времени τ , то есть:

$$Q_i \rightarrow \{R_i, \Pi_i, \tau_i\}, i = 1, \dots, N, \quad (3)$$

где:

Q_i – заданное состояние объекта, всего N состояний;

$R_i = (r_1, r_2, \dots, r_j, \dots, r_n)$ – необходимые для перехода к заданному состоянию объекта ресурсы;

Π_i – ответственный за переход к заданному состоянию объекта Q_i ;

τ_i — момент времени, к которому переход к заданному состоянию объекта Q_i должен быть завершён.

Заданное состояние объекта планирования — это выпущенный в момент времени τ_i продукт с заданными значениями свойств (1).

Мероприятие (3) с учетом модели Кано будет иметь следующий вид:

$$\{q_{об1}, \dots, q_{обn}; q_{лн1}, \dots, q_{лнт}; q_{вс1}, \dots, q_{вск}; q_{нт1}, \dots, q_{нтп}; q_{нг1}, \dots, q_{нгг}\} \rightarrow \{R_i, P_i, \tau_i\}. \quad (4)$$

Данную запись (4) можно интерпретировать так: в момент времени τ_i продукт должен иметь свойства $\{q_{об1}, \dots, q_{обn}; q_{лн1}, \dots, q_{лнт}; q_{вс1}, \dots, q_{вск}; q_{нт1}, \dots, q_{нтп}; q_{нг1}, \dots, q_{нгг}\}$, для достижения этого состояния предприятие должно обладать ресурсами R_i и персоналом P_i .

Вернемся к таблице 1.

Рационально предположить, что уровень качества зависит от используемых ресурсов (оборудования, сырья, персонала), и чем выше балльная оценка, тем больше средств предприятие вложило в ресурсы [2, 8], при этом следует учитывать технологическую совместимость и вариативность потенциала отдельных ресурсов для достижения заданного уровня i -го показателя качества планируемого продукта (табл. 2).

Таблица 2

Потенциал ресурсной базы предприятия (данные условные)

Ресурсы	Потенциал, баллы					
	$q1$	$q2$	$q3$	$q4$	$q5$	$q6$
Оборудование 1	9	НВ	9	НВ	НВ	8
Оборудование (...)
Оборудование N	НВ	7	7	НВ	9	НВ
Сырье 1	9	9	9	НВ	НВ	НВ
Сырье (...)
Сырье M	НВ	8	НВ	НВ	НВ	НВ
Квалификация персонала 1	НВ	9	9	8	НВ	НВ
Квалификация персонала (...)
Квалификация персонала P	7	НВ	НВ	7	9	8

Примечание. НВ — ресурс не влияет на уровень качества данного показателя.

Если сравнить данные, представленные в таблице 2, с данными таблицы 1, можно сделать выводы:

- 1) о качестве ресурсной базы в сравнении с рынком;
- 2) о возможности достижения конкурентных преимуществ с имеющейся ресурсной базой;

3) о первоочередных заменах элементов имеющейся ресурсной базы;

4) о соответствии применяемого технологического процесса требованиям рынка;

5) об имеющихся резервах улучшения качественных характеристик продукта.

Так, из таблицы 2 следует, что у предприятия нет ресурсов, способных обеспечить качественные характеристики продукта на уровне 10 баллов. Также квалификация персонала очевидно ниже, чем у конкурентов. Полученные выводы дают возможность спланировать развитие предприятия, так как в жизненном цикле продукта существуют особые моменты τ' , когда под воздействием внешней среды требуется изменить значения определенных свойств и (или) добавить (убрать) некоторые из них, выстраивая гибкие программы развития [4].

В данном исследовании планирование клиентоориентированного бизнес-процесса основано на авторском подходе к его структуре [1, 7, 9], важным элементом которого является операция (рис. 1).

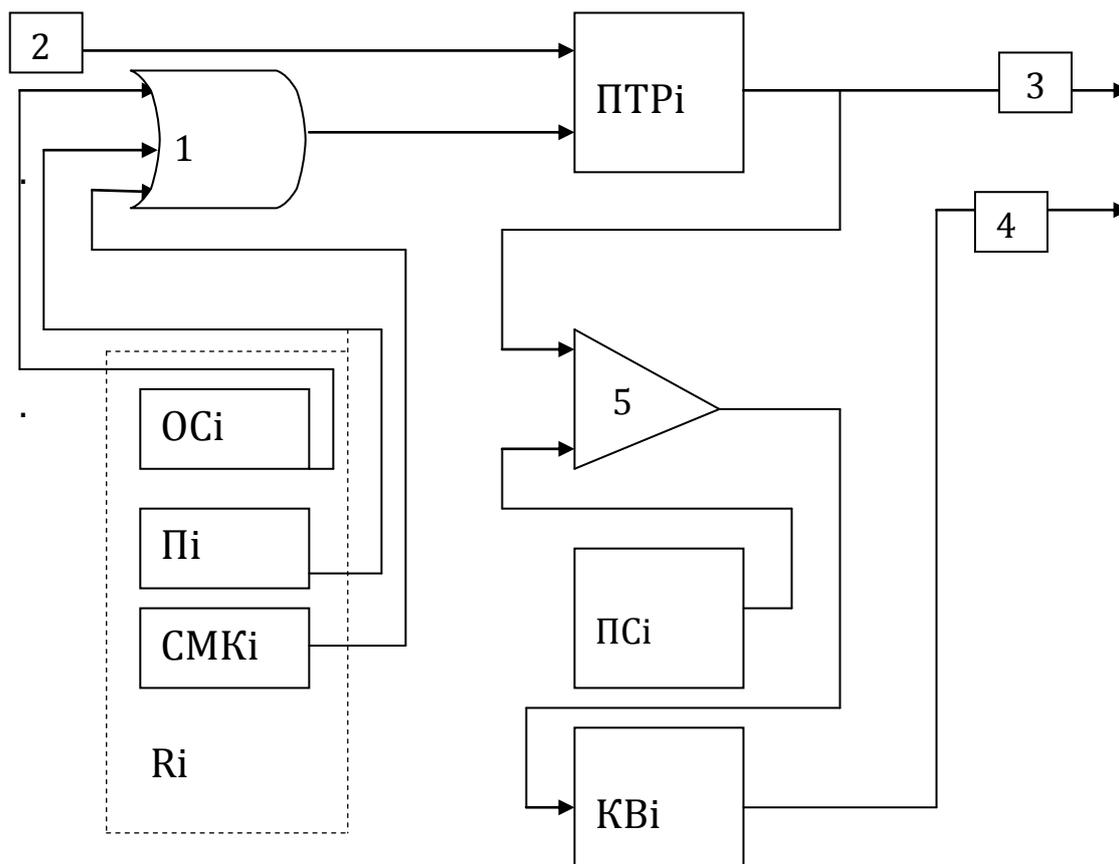


Рис. 1. 1-я операция клиентоориентированного бизнес-процесса

В результате i -ой операции клиентоориентированного бизнес-процесса взаимодействия предприятия с потребителем через доносимый товар (услугу, работу) потребитель должен получить определенную ценность, потребительскую ренту и эмоциональную составляющую (блок 1). Все это формируется из ресурсов R . Для примера (рис. 1) показаны следующие ресурсы: основные средства (ОС), персонал (П), сырье, материалы, комплектующие (СМК). В результате этого воздействия состояние потребителя (блок 3) должно соответствовать нормативному, описание которого имеется в паспорте состояний (ПС). Сравнение полученного в результате i -й операции клиентоориентированного бизнес-процесса с нормативным (блок 5) выявляет отклонения, и при их наличии сигнал с выхода блока 5 активизирует корректирующее воздействие (КВ), которое поступает с блока КВ на вход $(i+1)$ -ой операции клиентоориентированного бизнес-процесса (блок 4). Точно также может производиться корректирующее воздействие $(i-1)$ -ой операции, которое поступает на вход i -ой операции (блок 2).

Рассмотрим пример. В результате определенных действий сотового оператора, которые будем считать $(i-1)$ -ой операцией бизнес-процесса, абонент обнаруживает уменьшение средств на своем счете. При этом абонент не получает и даже частично теряет ценность используемой услуги и испытывает отрицательные эмоции, то есть его состояние после $(i-1)$ -ой операции не соответствует нормированному. Далее сотовый оператор, получив от абонента информацию о несоответствии состояния абонента нормированному, генерирует корректирующее воздействие во время i -ой операции. Это корректирующее воздействие состоит из компенсации недостачи, предоставления бонуса, извинений. Содержание корректирующего воздействия призвано восстановить состояние потребителя до нормативного, но уже в ходе i -ой операции.

Планирование корректирующего воздействия, его состава и интенсивности является отдельной важной задачей, так как негативная эмоциональная реакция клиента нивелируется только в том случае, если клиент чувствует значительность компенсации и готовность предприятия-поставщика к сотрудничеству в устранении проблемы [12].

Исходя из вышеизложенного требует уточнения формула (4):

$$\begin{aligned} & \{ \{ q_{об1}, \dots, q_{обn}; q_{лн1}, \dots, q_{лнт}; q_{вс1}, \dots, q_{вск}; q_{нт1}, \dots, q_{нтр}; q_{нг1}, \dots, q_{нгг} \} \{ q_{об1}, \dots, \\ & q_{обn}; q_{лн1}, \dots, q_{лнт}; q_{вс1}, \dots, q_{вск}; q_{нт1}, \dots, q_{нтр}; q_{нг1}, \dots, q_{нгг} \} \} \rightarrow \\ & \{ \{ R_i, П_i, \tau_i \} \{ R_i^k, П_i^k, \tau_{i+1} \} \} , \end{aligned} \quad (5)$$

где:

k – корректирующее воздействие и ресурс, используемый для корректирующего воздействия.

Далее для удобства планирования следует перейти от списка $\{\{q_{об1}, \dots, q_{обn}; q_{лн1}, \dots, q_{лнт}; q_{вс1}, \dots, q_{вск}; q_{нт1}, \dots, q_{нтр}; q_{нг1}, \dots, q_{нгг}\}\{q_{об1}, \dots, q_{обn}; q_{лн1}, \dots, q_{лнт}; q_{вс1}, \dots, q_{вск}; q_{нт1}, \dots, q_{нтр}; q_{нг1}, \dots, q_{нгг}\}\}$ к простому списку $\{q_1, \dots, q_j, \dots, q_n\}$, после чего план клиентоориентированного бизнес-процесса может быть представлен в виде матрицы:

$$Q = (q_{ij})_{i=1, j=1}^{m, n}, \quad (6)$$

где:

i – порядковый номер операции;

j – порядковый номер качественной характеристики продукта.

А также в виде таблицы (табл. 3).

Таблица 3

План клиентоориентированного бизнес-процесса

Операция	Реализуемые качественные характеристики					
1	Q_{11}	Q_{12}	Q_{\dots}	Q_{1j}	Q_{\dots}	Q_{1n}
2	Q_{21}	Q_{22}	Q_{\dots}	Q_{2j}	Q_{\dots}	Q_{2n}
...
i	Q_{i1}	Q_{i1}	Q_{\dots}	Q_{ij}	Q_{\dots}	Q_{in}
...
M	Q_{m1}	Q_{m2}	Q_{\dots}	Q_{mj}	Q_{\dots}	Q_{mn}

На следующем этапе матрица (6) преобразуется в гиперматрицу, каждый элемент которой формируется в зависимости от уточнения целей планирования (ресурсы, корректирующие воздействия и т.д.).

Таким образом, предложенный подход позволяет повысить точность планирования клиентоориентированного процесса за счет приоритизации важных для потребителя характеристик продукции и экономно использовать имеющиеся ресурсы с учетом действий конкурентов.

Литература

1. Герасимов Б. Н., Павлович В. Е. Методология организации клиентоориентированного бизнес-процесса// Вестник ИНЖЕКОНА. 2008. Вып. 3. С. 225-230.

2. Ким Ч. В., Моборн Р. Стратегия голубого океана. 2-е изд., доп. М.: МИФ, 2015. 370 с.

3. Лесовская М. И., Брагина К. В. Информированность потребителя как необходимое условие оптимального выбора функциональных про-

дуктов питания // Вестник Российского университета кооперации. 2021. № 2 (44). С. 43-47.

4. Литвинов В. В., Богдан И. В., Задорожний А. А., Белоус И. В. Методы приоритизации задач в гибких методологиях разработки программного обеспечения // Математические машины и системы. 2020. № 2. С. 70-78.

5. Малькова И. В. Лояльность потребителей как конкурентное преимущество компании // Вестник Московского университета. Сер. 21 «Управление (государство и общество)». 2008. № 3. С. 72-85.

6. Мальцев С. В., Павлович В. Е. Современные подходы к управлению финансами экономического субъекта // Актуальные проблемы современного социально-экономического развития: тезисы докладов V Международной научно-практической конференции. Самара: Международный институт рынка, 2010. Вып. 5. С. 71-72.

7. Павлович В. Е., Минеев В. Е. Постановка задачи управления аутсорсингом промышленной безопасности нефтедобывающего предприятия // Вопросы экономики и права. 2011. № 12. С. 210-219.

8. Павлович В. Е., Рамзаев В. М. Экономические аспекты управления техническим состоянием основных средств предприятия // Вестник Самарского муниципального института управления. 2019. № 2. С. 90-95.

9. Павлович В. Е., Савельева Е. А. Методологические и теоретические основы разработки клиентоориентированных бизнес-процессов // Корпоративное управление: сборник статей Всероссийской научно-методической конференции. Пенза: ПДЗ, 2006. С. 79-82.

10. Пинский А. И., Гусев Ю. В., Половова Т. А. Формирование интегрированной бизнес-концепции предприятий на основе инновации ценности продукта/услуги // ЭТАП: Экономическая теория, анализ, практика. 2022. № 2. С. 43-58.

11. Полонский С. Ю. Стратегический показатель оценки эффективности функционирования фирмы // Проблемы современной экономики. 2007. № 2 (22). С. 472-473.

12. Lett M. Money for Nothing: The Impact of Compensation on Customers' Bad-Mouthing in Service Recovery Encounters / J. Arsenovic, B. Edvardsson, T. Otterbring (et al). 2022. URL: <https://doi.org/10.1007/s11002-021-09611-6>.

13. Kano Model – definition and meaning. URL: <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/kano-model/>.

14. Kano N., Seraku N., Takahashi F., Tsuji S. Attractive Quality vs. Must-Be Quality // Hinshitsu (journal of Japanese Society for Quality Control). 1984. Vol. 14. № 2. Pp. 147-156.

Статья поступила в редакцию 20.05.22г.

*Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук М. М. Васильевым*

УДК 331

© Т. П. КАРПОВА¹, А. В. ПЕТРОВА², Н. В. МУРАТОВ³, 2022

^{1,3} Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

² ООО «ССК», г. Самара, Россия

E-mail ^{1,2,3}: tpkarpova@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДПРОЦЕССА «УПРАВЛЕНИЕ ОЦЕНКОЙ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ»

Статья посвящена исследованию подпроцесса «Управление оценкой персонала организации», в ходе которого проводится анализ системы оценки персонала на примере одной из логистических компаний региона. В результате данного анализа выявлено, что в действующей системе оценки персонала организации существует ряд проблем. Для их устранения предлагается технология подпроцесса (системы) «Управление оценкой персонала организации».

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

Оценка персонала — это неотъемлемый элемент функционирования организации. Однако в отечественной практике официально определено только понятие «аттестация», причем ни методически, ни теоретически оно достаточно неразвито и требует более глубокого изучения.

Действенность аттестации в значительной мере зависит от того, насколько тщательно продуманы и четко определены требования, связанные с выполнением отдельных этапов организации и проведения аттестации, обеспечением объективности оценок деятельности работников, а также условий наиболее полного выполнения рекомендаций аттестационных комиссий. Однако действующие нормативные акты об аттестации содержат лишь общие положения по ее проведению, в них недостаточно отражены организационно-методические вопросы.

Оценка персонала — это процесс определения эффективности деятельности сотрудников в ходе реализации задач организации, позволяющий получить информацию для принятия дальнейших управленческих решений [1]. Оценка — более широкое понятие, чем

аттестация. Оценка может быть формальной и неформальной (например, ежедневная оценка руководителем подчиненного). Оценка может осуществляться как регулярно, так и нерегулярно, в зависимости от конкретных потребностей организации [2].

Проведение оценки и аттестации персонала для выявления соответствия работников занимаемой должности или подтверждения (обновления) их квалификации является неотъемлемым правом работодателя, но может представлять серьезную проблему, о правовых последствиях которой организация забывает [3]. Работодатели обязаны соблюдать ряд требований организационного и процедурного характера, проводя вышеописанные мероприятия. При условии их соблюдения работодатель получает возможность расторжения трудового договора с работником, если в результате оценки (аттестации) были выявлены несоответствия [4].

Цель настоящего исследования – провести анализ эффективности существующей системы оценки персонала для выявления проблемных участков в современных технологиях оценки.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать систему оценки персонала организации;
- выявить проблемы в действующей системе оценки персонала в организации;
- разработать технологию подпроцесса (системы) «Управление оценкой персонала организации».

Объектом для исследования выступила организация, осуществляющая экспедирование грузов, грузовые автомобильные перевозки, а также перевозки негабаритных грузов по Российской Федерации, – ООО «Универсал» [5].

Предмет исследования – система оценки персонала, используемая в организации.

Организационная структура ООО «Универсал» относится к традиционному типу структур (линейно-функциональная структура), имеет иерархию и четкое разграничение компетенций по уровням линейного управления. Достоинства этой структуры в управлении одноотраслевым производством (централизованное управление, четкое планирование, строгий контроль производственно-хозяйственной деятельности) общепризнанны в условиях, когда изменения происходят равномерно и по всем структурным подразделениям. Существуют линейные связи между начальником любого отдела и его подчиненными (например, между главным бухгалтером и работниками бухгалтерии). Функциональные связи можно

выделить, например, между специалистами бухгалтерии и специалистами отдела снабжения.

Процедуры оценки и аттестации в ООО «Универсал» проводятся на разных этапах работы: при поиске и отборе кадров, при повышении кадров или включении в кадровый резерв, при направлении сотрудников на обучение, при увольнении сотрудника. Выявленные при анализе эффективности существующей в организации системы оценки персонала проблемы, а также причины их возникновения и ожидаемые результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Проблемы при оценке персонала в ООО «Универсал»

<i>Наименование проблемы</i>	<i>Причина возникновения</i>	<i>Ожидаемые последствия</i>
1. Недостаточно эффективное выполнение некоторых функций отделом кадров	В связи с несовершенной структурой кадровой службы	Большая текучесть кадрового состава
2. Отсутствие высокопрофессионального кадрового состава	Отсутствие нормативно-правовых знаний у работников. У сотрудников нет возможности повышать квалификацию. У сотрудников нет мотивации	Безграмотные сотрудники
3. Отсутствие кадрового резерва	Маленькая заработная плата при прохождении стажировки	Увольнение молодых специалистов на этапе стажировки. Более 30% кандидатов на должность увольняются на этапе стажировки
4. Аттестация проводится по желанию	Аттестация проводится не по требованию и не выявляет действительные проблемы в кадровом составе	Не квалифицированные специалисты, которые занимают должности без каких-либо знаний
5. Об аттестации персонала сотрудников не уведомляют заранее, как это прописано в ТК РФ	Кадровая служба не выполняет на должном уровне своих обязанностей	Волнение, переживание во время прохождения аттестации, за счет этого результаты тестирования могут быть ложными
6. Нет четкого алгоритма проведения процедуры аттестации	Аттестация сотрудников кадровым отделом осуществляется поверхностно	Неквалифицированные специалисты

Продолжение табл. 1

<p>7. Не используются новейшие технологии при оценке и аттестации персонала организации</p>	<p>«Старая школа» проведения аттестации не дает сотрудникам развиваться и идти в ногу со временем</p>	<p>Оценить деятельность сотрудников справедливо и объективно. Сформировать высококвалифицированный кадровый состав в компании. Обеспечить возможность развития персонала. Использовать в полной мере потенциал работников организации. Стимулировать повышение эффективности работы всей организации. Содействовать профессиональному росту персонала</p>
<p>8. Отсутствие продвижения сотрудников по службе</p>	<p>Много работающих пенсионеров</p>	<p>Отсутствие свободных должностей</p>
<p>9. Отсутствие благоприятных условий для работы</p>	<p>Нет средств на обновление оборудования и ремонта</p>	<p>Большая кадровая текучесть</p>
<p>10. Оценка осуществляется не периодически</p>	<p>В связи с несовершенной структурой кадровой службы</p>	<p>Неквалифицированные специалисты, которых не проверяют на соответствие с занимаемой должностью. Сотрудники занимают должности без каких-либо знаний. Цели организации не выполняются или осуществляются очень медленно</p>
<p>11. Выделяемый бюджет на оценку и аттестацию персонала не окупает себя</p>	<p>Неэффективное выделение денежных средств на обучение, оценку и аттестацию персонала с помощью стороннего консультанта</p>	<p>Неграмотное распределение финансовых возможностей компании. Уменьшение прибыли компании. Ухудшение качества работы сотрудников</p>
<p>12. Текучесть кадров</p>	<p>Неблагоприятные условия труда. Обучение, оценка знаний и аттестация персонала проходит поверхностно.</p>	<p>Текучесть кадров. Нет грамотного персонала. Невыполнение целей компании. Увеличение времени труда у действующих сотрудников для выполнения графика</p>

	<p>Незаинтересованность новых сотрудников.</p> <p>Нет должной мотивации.</p> <p>Сотрудники не знают о свободных вакансиях и нет карьерного роста</p>	
<p>13. Нанимаются специалисты без должного образования или опыта</p>	<p>Отдел кадров должным образом не оценивает новых сотрудников с помощью тестов, полагается лишь на интервью и личное мнение при приеме на работу</p>	<p>Неквалифицированные специалисты, которые занимают должности без каких-либо знаний</p>
<p>14. Не предоставляется информация о цели, задачах оценки персонала</p>	<p>Работа некоторых групп отдела кадров выполняется не в полной мере.</p> <p>Начальник отдела кадров не предпринимает должных мероприятий по улучшению качества работы своего отдела</p>	<p>Сотрудники, которые должны пройти оценку и аттестацию персонала, волнуются и боятся «завалить» аттестацию.</p> <p>Волнение, переживание во время прохождения аттестации, за счет этого результаты тестирования могут быть ложными.</p> <p>Ложные результаты могут привести к неправильной расстановке кадров по должностям.</p> <p>Потеря прибыли из-за некомпетентных сотрудников</p>

Анализ системы оценки персонала в ООО «Универсал» выявил ряд недостатков, которые можно устранить при правильной ее организации.

В авторской интерпретации процесс управления персоналом в любой организации включает в себя несколько подпроцессов. Подпроцесс, в свою очередь, состоит из нескольких задач управления, выделенных по функциональному признаку [6, 7, 8]. Организация эффективной системы (подпроцесса) «Управление оценкой персонала организации» позволит:

– поддерживать требуемый уровень производственной отдачи работника;

- стимулировать процесс повышения квалификации работника;
- осуществлять руководству контроль качества труда подчиненных;
- стимулировать принятие правильных решений о повышении, переводе и увольнении работников;
- решать вопросы, связанные с установлением размера заработной платы и премиальными выплатами;
- осуществлять необходимую корректировку всей работы с кадрами;
- устанавливать обратную связь с сотрудником по профессиональным, организационным и иным вопросам;
- удовлетворять потребности сотрудника в оценке собственного труда и качественных характеристик.

Средства для реализации предложений по развитию подпроцесса с учетом прогнозных ожидаемых результатов представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Предложения по развитию подпроцесса
«Управление оценкой персонала организации»**

<i>Наименование предложения</i>	<i>Средства реализации</i>	<i>Ожидаемые результаты</i>
1. Создать структуру отдела кадров, адекватно и оперативно реагирующую на изменения во внешней среде	Проводить аттестацию сотрудников по нормативно-правовым знаниям. Мотивировать сотрудников повышением заработной платы, премией и т.д.	Подбор кадров в резерв на выдвижение. Планирование деловой карьеры перспективных специалистов. Подготовка материалов и организация аттестации работников. Проведение собеседований и отбор совместно с руководителем соответствующих подразделений новых сотрудников на вакантные должности. Оформление приема, перевода и увольнения работников в соответствии с трудовым законодательством Учет личного состава организации. Ведение трудовых книжек. Подготовка документов для назначения пенсий. Изучение движения кадров, причин текучести кадров.

Продолжение табл. 2

		<p>Трудоустройство высвобождающихся работников.</p> <p>Контроль за состоянием трудовой дисциплины в подразделениях организации.</p> <p>Ведение отчетности по вопросам кадров и др.</p>
2. Положение о проведении аттестации	Разработка Положения о проведении аттестации на основе нормативных правовых актов	<p>Наиболее рациональное использование специалистов.</p> <p>Повышения эффективности их труда и ответственности</p>
3. Оценка персонала	<p>Проверка и анализ оценочных документов.</p> <p>Собеседование при оценке.</p> <p>Тесты способностей (психологические).</p> <p>Профессиональные тесты.</p> <p>Оценка по KPI.</p> <p>Оценка методом «360°».</p> <p>Оценка обучения (в ходе ролевых и деловых игр, тренингов, семинаров).</p> <p>Центры оценки (внешние провайдеры)</p>	<p>Выявление соответствия с занимаемыми должностями.</p> <p>Заключение трудового договора, оформление приказа (распоряжения) о приеме кандидата на работу в соответствии с Трудовым кодексом Российской Федерации</p>
4. Обратная связь	<p>Анкетирование после аттестации.</p> <p>Выявление потребностей у сотрудников</p>	<p>Сплоченный коллектив.</p> <p>Постоянный учет требований сотрудников.</p> <p>Повышение стимулирования работы.</p> <p>Улучшения качества работы</p>
5. Современные системы дистанционного обучения	<p>Создать корпоративный портал.</p> <p>Обучение по skype.</p> <p>Конференции и тренинги</p>	<p>Планирование деловой карьеры перспективных специалистов.</p> <p>Создание гибкой системы непрерывного обучения ИТ, обеспечивающей переподготовку и повышение квалификации работников, подготовку новых работников.</p> <p>Поддержание уровня квалификации пользователей, осуществляющих поддержку эксплуатации системы, после завершения внедрения</p>

Продолжение табл. 2

		ИТ-решения на этапе промышленной эксплуатации в соответствии с классификацией по категориям целевых аудиторий
6. Обучение персонала	Лучшие консультанты, преподаватели, тренинги по обучению персонала	Повышение уровня знаний работников. Повышение количества высокопрофессиональных сотрудников. Все сотрудники проходят аттестацию, повысится желание сотрудников обучаться
7. Участие в формировании стабильного коллектива	Отправлять работников в санатории. Бесплатный спортзал (контракт с фитнес-клубом). Ежегодные диспансеризации сотрудников	Улучшится состояние здоровья сотрудников. Улучшится физическое состояние сотрудников. Повышение заработной плата. Стабильность кадрового состава. Выявление болезней на ранней стадии для скорейшего лечения
8. Создание кадрового резерва	Реклама о вакансиях в социальных сетях. Уменьшение срока стажировки. Увеличение заработной платы. Сокращение времени согласования на устройство для работы	Повышение числа желающих устроиться на работу. Сокращение числа уволившихся на этапе стажировки. Повышение мотивации работников. Быстрое устройство на работу новых сотрудников
9. Продвижение сотрудников по службе	Повышение своих сотрудников, а не сотрудников «извне». Переаттестовывать работников, которые вышли на пенсию, на вольнонаемных работников. Разработать службу проверки для предотвращения «кумовства»	Повышение возможности карьерного роста сотрудников этой организации. Освобождение мест для новых сотрудников. Устранение «кумовства»
10. Продвижение новых вакансий	Реклама свободных вакансий в социальных сетях, между сотрудниками, в комнате	Увеличение количества претендентов на вакантные места и заполнение свободных мест

	отдыха, по радио и на рекламных щитах	
11. Вывод непрофессиональных сотрудников	Ввести систему оценки персонала	Снижение количества непрофессионального состава персонала
12. Улучшение условий труда	Выделение средств на ремонт. Средства на оборудование (компьютер, столы, стулья и т.д.). Выделить средства на создание комнаты отдыха	Выполнен ремонт кабинетов. Улучшено оборудование. Создана комната отдыха
13. Создание корпоративной сети	Выделение средств на работу информационных технологий сотрудникам	Готовый корпоративный портал для доступа всех сотрудников. Общая электронная база данных всей информации по компании. Информированность персонала (служебные инструкции, новости, информирование о тестировании, аттестации, обучении персонала, др.). Ввод информационных технологий в деятельность и управление компании. Облегчение и упорядоченность работы кадрового отдела

Необходимо отметить, что выбор параметров периодичности проведения оценки зависит не только от поставленных целей и конкретных задач, но и от категории работников, специфики выполняемой ими трудовой деятельности, наличия достаточного рабочего времени, профессионализма экспертов и, безусловно, от различных методов оценки.

Для проведения управленческих изменений в организации необходимо выполнить определенный объем работ. Для решения такой задачи предлагается технология подпроцесса «Управление оценкой персонала организации», при которой необходимо использовать некоторую совокупность ресурсов. Совокупность операций в рамках технологии внедрения изменений в организации представлена на рисунке 1.

1. Подготовка

- 1.1. Постановка цели оценки персонала.
- 1.2. Принятие решения об изменениях в организации в сфере оценки персонала.
- 1.3. Определение проблем в действующей системе оценки персонала.
- 1.4. Определение причин выявленных проблем.
- 1.5. Проведение ранжирования выявленных проблем.
- 1.6. Проведение совещания с сотрудниками отдела кадров.
- 1.7. Разработка стратегии, определение перспективных направлений.
- 1.8. Формулировка возможных изменений в организации.
- 1.9. Информирование коллектива о будущих изменениях.
- 1.10. Назначение ответственных лиц за реализацию стратегии.
- 1.11. Разработка положения об оценке персонала.
- 1.12. Утверждение проекта положения об оценке персонала.
- 1.13. Издание приказа о проведении процедуры оценки персонала.
- 1.14. Подготовка списка сотрудников, подлежащих оценке.
- 1.15. Подготовка характеристик на сотрудников.
- 1.16. Определение бюджета на проведение оценки персонала сотрудниками Ассесмент-центра.
- 1.17. Определение сроков выполнения проведения мероприятий.
- 1.18. Назначение из сотрудников лиц, ответственных за контроль и реализацию проведения оценки.
- 1.19. Подписание договора на проведение оценки персонала с Ассесмент-центром.

2. Проведение

- 2.1. Подбор методов и инструментов оценки персонала.
- 2.2. Назначение ответственных лиц за проведение оценки персонала.
- 2.3. Определение даты и времени проведения оценки специалистов.
- 2.4. Формирование списка сотрудников, участвующих в оценке.
- 2.5. Формирование групп сотрудников, участвующих в оценке.
- 2.6. Формирование пакета документов по каждому сотруднику, участвующему в оценке.
- 2.7. Изучение материалов, подготовленных на каждого сотрудника, участвующего в оценке.
- 2.8. Информирование сотрудников, участвующих в оценке, о дате и времени проведения мероприятия.
- 2.9. Проведение оценки персонала.
- 2.10. Изучение заключения Ассесмент-центра о результатах оценки сотрудников.
- 2.11. Формирование заключения и рекомендаций по результатам оценки сотрудников.
- 2.12. Информирование сотрудников о результатах прохождения оценки.
- 2.13. Реализация рекомендаций оценочной комиссии.

Продолжение рис. 1 на стр. 54

3. Заключение

- 3.1. Назначение ответственных лиц за реализацию проекта.
- 3.2. Сбор материалов.
- 3.3. Формирование заключения с учетом выводов и предложений Ассесмент-центра.
- 3.4. Предоставление заключения руководителю организации.
- 3.5. Принятие решения руководителем организации.
- 3.6. Подготовка приказов о результатах проведенных оценочных мероприятий.
- 3.7. Формирование отчета о расходах.
- 3.8. Подпись отчетных документов о расходах у руководителя.
- 3.9. Печать документов.
- 3.10. Информирование сотрудников о результатах прохождения оценки.
- 3.11. Подготовка аналитического отчета.

4. Мониторинг

- 4.1. Определение ответственных лиц за мониторинг.
- 4.2. Формирование анализа.
- 4.3. Определение достигнутых целей.
- 4.4. Формирование отчета о полученных результатах.
- 4.5. Предоставление отчета руководителю организации.
- 4.6. Прогноз дальнейших целей и задач.

*Рис. 1. Технология подпроцесса
«Управление оценкой персонала организации»*

Таким образом, используя предлагаемые процедуры развития подпроцесса, используя предложенную технологию, организация сможет эффективно управлять не только подпроцессом «Управление оценкой персонала организации», но и его изменениями, что позволит структурному подразделению, осуществляющему управление персоналом, эффективно выполнять свои функции, позволит обеспечить активизацию инновационной деятельности сотрудников и устойчивость организации на рынке предоставляемых услуг.

Литература

1. Борисова Е. А. Оценка и аттестация персонала. СПб.: Питер, 2013. 288 с.
2. Вучкович-Стадник А. А. Оценка персонала: четкий алгоритм действий и качественные практические решения: монография. М.: Эксмо, 2008. 188 с.
3. Трудовой кодекс РФ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/?ysclid=l8oe6d0gap441191363.
4. Алексеева Т. Оцениваем уровень компетентности // Справочник по управлению персоналом. 2009. № 6. С. 52-64.

5. Официальный сайт ООО «Универсал». URL: <http://samara-universal.ru/about.html>.

6. Карпова Т. П. Механизм совершенствования подпроцесса управления человеческим капиталом в интересах инновационного развития предприятия // Вестник Самарского муниципального института управления. 2021. № 1. С. 53-59.

7. Карпова Т. П., Петрова А. В. Методология исследования подпроцесса «Управление подбором персонала организации» // Вестник Самарского муниципального института управления. 2022. № 1. С. 45-54.

8. Карпова Т. П. Исследование и построение системы управления развитием персонала организации // Управление и экономика: исследование и разработки: монография / под общ. ред. К. Б. Герасимова. Пенза: ПГАУ, 2021. С. 95-118.

*Статья поступила в редакцию 19.04.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук М. М. Васильевым*

УДК 331.1

© К. П. Наливалкина¹, Д. А. Калмыкова², 2022

^{1,2} Самарский национальный исследовательский
университет им. академика С. П. Королева
(Самарский университет), Россия

E-mail ¹: nalivalkinaks@yandex.ru

E-mail ²: kalmikova.da@ssau.ru

СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТАЛАНТАМИ

В условиях становления экономики знаний наибольшую ценность для организации приобретают высокопотенциальные сотрудники, способные генерировать новые знания и обладающие уникальными профессиональными компетенциями. Для осуществления эффективной работы таких сотрудников необходима реализация комплекса практик, которые способствуют созданию специальных условий труда на каждом этапе управления персоналом в организации и представляют систему управления талантами.

Ключевые слова: управление талантами, талант-менеджмент, система управления талантами, высокопотенциальный сотрудник, высокоэффективный сотрудник.

В новых условиях развития мировой экономики все большее внимание уделяется управлению человеческими ресурсами, в частности управлению талантливymi сотрудниками [1]. В современных реалиях становится актуальной борьба за кадры, в чьи интересы входит повышение эффективности компании. Таланты становятся ключевым конкурентным преимуществом организаций, исходя из этого исследование вопросов формирования и управления талантливыми сотрудниками становится все более актуальным.

В связи с этим *целью данной работы* является изучение содержания и структуры системы талант-менеджмента для получения целостного представления о работе с высокопотенциальными сотрудниками организации.

Обозначенная цель исследования предполагает решение двух взаимосвязанных задач:

1) провести анализ исследовательских работ, посвященных системе талант-менеджмента;

2) обобщив полученные результаты, построить графическую модель системы управления талантами в организации.

В качестве *объекта исследования* выбраны социально-экономические отношения, возникающие в процессе управления талантливыми сотрудниками, *предмет исследования* – практики талант-менеджмента.

Сегодня в организациях появилась необходимость привлекать, развивать и удерживать таланты, в связи с чем сформировалось отдельное направление в менеджменте – управление талантами, или талант-менеджмент [2].

Система талант-менеджмента включает в себя множество элементов: планирование, рекрутинг, адаптация, обучение и развитие, оценка талантов и потенциала персонала, прогнозирование их дальнейшей деятельности, продвижение и удержание талантов в организации.

Согласно исследованию М. Латуха, система талант-менеджмента включает в себя следующие компоненты [3]:

- 1) анализ внутренней и внешней среды;
- 2) прогнозирование потребностей в талантах;
- 3) вовлечение работников, начиная от высшего менеджмента и заканчивая специалистами;
- 4) обеспечение ресурсами и определение характеристик системы управления талантами.

Последующая работа с талантами проводится сотрудниками HR-подразделения компании.

На основании анализа исследовательских работ, посвященных системе талант-менеджмента [1, 5, 7, 8], и обобщения полученных результатов предлагается структуру системы управления талантами и ее содержание представить графически (рис. 1), где сотрудник, занимающий ту или иную должность, проходит через все стадии системы талант-менеджмента и становится работником, обладающим необходимыми для достижения высокого результата компетенциями [2]. Такая система позволяет предприятию разрешить постоянную дилемму «создавать или покупать» (make or buy), а также обеспечивает согласованность с реализацией стратегии развития компании – обеспечить преемственность и приток новых знаний [4].

Организацию работы с талантливыми сотрудниками необходимо начинать с привлечения высокопотенциальных работников (High Potential, или HiPo) на внешнем рынке труда или их отбора среди персонала компании. На внутреннем рынке труда высокопотенциальным может стать как представитель высшего менеджмента, так и рядовой специалист. Такие кадры пользуются спросом, поэтому компании стремятся предложить им наиболее выгодные ус-

ловия трудоустройства. Для подбора талантов на внешнем рынке труда на текущий момент многие крупные предприятия используют региональный рынок, а также поиск кандидатов за рубежом посредством трудовой миграции устраивающегося сотрудника [6].

Сегодня наиболее актуальным является поиск персонала в городах-миллионниках России и в странах СНГ на позиции руководителей филиалов, региональных представителей или территориальных менеджеров. Если кандидат готов рассмотреть релокацию (переезд), а его способности и квалификация отвечают требованиям должности, то ему может быть предложена должность в другом городе (другой стране) [7].

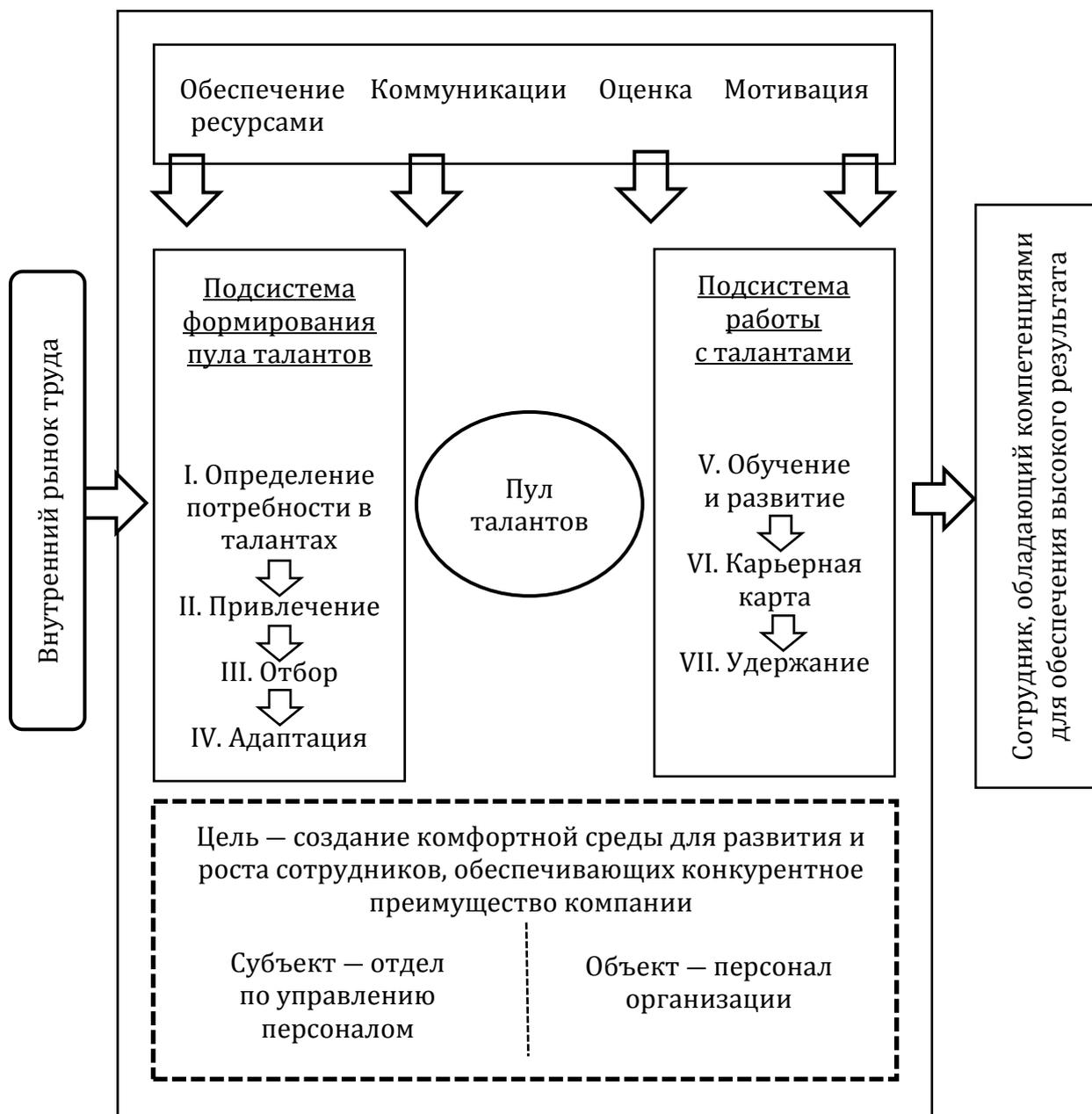


Рис. 1. Система управления талантами в организации

Примечание. Составлено авторами.

В общем виде процесс работы с талантливыми сотрудниками основывается на семи практиках талант-менеджмента. Первые четыре относятся к подсистеме формирования пула талантов (см. рис. 1).

Таким образом, I-я практика заключается в определении потребности в талантах.

Для определения потребности в талантах необходимо разработать *succession plan* (план преемственности) для ключевых ролей в компании по трем показателям (риск потери сотрудника, степень влияния сотрудника на бизнес, наличие потока кандидатов на должность).

При высоком риске потери сотрудника, его существенном влиянии на бизнес и слабом потоке кандидатов должность будет являться приоритетной в поиске преемника для нее. При низком риске потери сотрудника, его слабом влиянии на бизнес и высоком потоке кандидатов для должности нет существенной необходимости подбирать специалистов на замену.

II-я практика – привлечение талантов.

Для привлечения талантов организации следует задействовать как внешнюю, так и внутреннюю среду компании, а также разные категории работников: топ-менеджмент, руководителей среднего звена, линейных руководителей, специалистов. При этом непосредственные руководители и сотрудники отдела по управлению персоналом должны уведомить сотрудников о будущем отборе в число талантов компании.

Для привлечения в компанию новых талантливых сотрудников возможно использование технологии краудсорсинга [9], заключающейся в мобилизации человеческих ресурсов посредством информационных технологий с целью решения задач, стоящих перед бизнесом, для чего, например, целесообразно выложить новость в социальных сетях и на официальном сайте о старте процесса формирования пула талантов, в который можно попасть, предложив решение нескольких задач. После чего менеджер по управлению персоналом оценит предложенные инновационные идеи и из числа всех участников выберет тех, кто пройдет на этап отбора.

III-я практика. Отбор талантов.

После привлечения определенного числа кандидатов на место в пуле талантов необходимо провести отбор и выявить высокопотенциальных сотрудников (HiPo). Следует отметить, что стоит различать понятия высокоэффективного и высокопотенциального сотрудника. Высокоэффективные сотрудники обладают необходимыми профессиональными компетенциями и демонстрируют хорошие результаты работы, однако при переходе на следующую карьерную

степень они теряют данное преимущество. Так, согласно исследованию компании SHL [5], 46% успешных руководителей, заняв новую должность, не справляются со своими обязанностями на соответствующем уровне.

Высокопотенциальные работники (HiPo) также показывают хорошие результаты работы, но это не является их «пределом»: внутренний потенциал данной категории сотрудников в несколько раз шире того, который они демонстрируют. Высокопотенциальные работники обладают большим желанием развиваться и выраженными лидерскими и организационными способностями. Для того чтобы определить потенциал работника, необходимо оценить следующие три показателя.

1. Стремление к достижениям — потенциал к профессиональному развитию, карьерному росту, достижению более амбициозных целей. Оценка стремления и критического поведения в управлении карьерой проводится для того, чтобы понять, поднимется ли сотрудник на более высокую и ответственную должность и превратит ли мотивацию в карьерный успех.

2. Компетенции — потенциал к эффективному решению рабочих задач в условиях высокой ответственности, сложности, неопределенности. Оценка компетенций должна проводиться регулярно для определения профессионального соответствия работника требованиям к занимаемой должности.

3. Вовлеченность — проявление преданности и приверженности организации. Оценка вовлеченности в процессе отбора HiPo проводится для того, чтобы узнать, заинтересован ли сотрудник в организации и видит ли он в ней наилучшее место для реализации своих карьерных целей.

Оценка стремления к достижениям и оценка вовлеченности чаще всего проводятся с применением методов опроса и анкетирования, после чего результаты заносятся в отчет по оценке потенциала каждого сотрудника. Согласно американскому исследованию [5], к амбициям талантливого работника должны относиться:

- погружение — талант ищет в компании роль, которая требует личной приверженности выше нормы;
- деятельность — талант предпочитает быструю многозадачную рабочую среду;
- власть — талант желает иметь возможность тренироваться, влиять и формировать то, как происходит деятельность компании;
- интерес — талант ищет в компании роль и задания, которые обеспечивают разнообразие его деятельности и стимулируют его;

– гибкость — талант ищет такие условия работы, которые позволили бы ему работать более гибко;

– автономия — таланта привлекают роли, которые позволили бы ему самостоятельно выполнять его обязанности;

– инициатива и принятие ответственности — талант готов пойти на рассчитанный риск, чтобы реализовать возможность и взять на себя позицию ответственности, с помощью которых он сможет координировать и влиять на задачи, проекты, цели;

– достижение целей и стремление к саморазвитию — талант добивается результатов и готов инвестировать в свое личное развитие.

Наличие вышеописанных амбиций может говорить о стремлении к достижениям сотрудника в целом. По завершении оценки трех составляющих сотрудника формируется матрица потенциалов, в число талантов попадают высокопотенциальные работники.

IV-я практика. Адаптация талантов.

Процесс адаптации талантливых работников может включать в себя несколько составляющих:

1) ориентационные форумы, например, новое руководство по ориентации сотрудников;

2) инструменты и процессы поддержки, например, встречи с ключевыми заинтересованными сторонами; интеграционные совещания;

3) инструменты обратной связи, например, обратная связь на 360 градусов, оценка работы, поиск отзывов.

Успешная адаптация высокопотенциальных работников происходит в срок до 12 месяцев. После того, как пул талантов сформирован и адаптирован, организация должна приступить непосредственно к работе с высокопотенциальными сотрудниками.

Подсистема работы с пулом талантов (см. рис. 1) включает в себя последующие три практики.

V-я практика. Обучение и развитие талантов.

С помощью матрицы оценки было определено число работников, которым необходимо предоставить обучение, развитие и продвижение. Ответственному за талант-менеджмент специалисту совместно с непосредственными руководителями сотрудников необходимо разработать индивидуальные планы обучения, которые могут включать курсы повышения квалификации, программы профессиональной подготовки и программы по развитию как личностных, так и профессиональных компетенций.

В программу обучения талантливого сотрудника должны входить методы развития, направленные на: планирование карьеры;

операционное и стратегическое планирование; участие персонала в организационных процессах; проведение оценки трудовой деятельности; наставничество.

VI-я практика. Построение карьерной карты.

Для каждого высокопотенциального сотрудника следует разработать индивидуальную карьерную карту, включающую текущую позицию специалиста, его возможные пути продвижения (как по вертикали, так и по горизонтали), список задач, заданий, проектов, которые ему необходимо выполнить, разработать, реализовать, и четкие сроки их выполнения. Так, руководитель высокопотенциального сотрудника сможет подобрать задания и проекты, которые необходимо поручить работнику для самостоятельного выполнения, а сотрудник в свою очередь увидит возможности собственного роста.

VII-я практика. Удержание талантов.

Удержание талантов в организации должно быть основано на ценностном предложении, которое компания может выдвинуть высокопотенциальному работнику. Ценностное предложение для таланта в общем виде состоит из шести аспектов и формируется индивидуально для каждого сотрудника:

1) признание достижений (ценности, репутация компании, уверенность в трудоустройстве, имидж компании, идентификация с брендом, миссия компании, признание достижений; уважение);

2) бенефиты (корпоративные мероприятия, пакет бенефитов, поддержка в тяжелых ситуациях, забота о здоровье);

3) компенсации (размер заработной платы, размер премий и бонусов, возможности роста заработной платы, прозрачность);

4) управление эффективностью (наличие вызовов, непосредственный руководитель, управление эффективностью, обратная связь, наличие ресурсов, разнообразие в работе, понимание смысла своей работы, система коммуникаций, ежедневные задачи, стиль лидерства);

5) развитие талантов (равные возможности; ощущение своей ответственности, профессиональное обучение и развитие, персональный рост, карьерные возможности);

6) Work-Life (безопасность, офис, атмосфера в офисе, график работы, сервисы в офисе, корпоративная социальная ответственность, рабочее место, команда, автономия).

При грамотном построении системы удержания талантов высокопотенциальные сотрудники будут привержены компании и вовлечены в работу.

Таким образом, вышеописанный комплекс мероприятий при-

зван обеспечить компанию высокопотенциальными и вовлеченными в работу сотрудниками. Необходимо отметить, что система управления талантами способствует повышению конкурентоспособности организации и укреплению ее HR-бренда. С помощью такой системы организация может создать пул высокопотенциальных сотрудников для реализации своих стратегических целей.

Литература

1. Howells Ch. Global Talent Competitiveness Index: Nurturing entrepreneurial talent identified as key to the competitiveness of nations and cities // Middle East, Asia, Europe. 2019. URL: <https://www.insead.edu/news/2019-global-talent-competitiveness-index-nurturing-entrepreneurial-talent-identified-as-key-to-competitiveness>.

2. Наливалкина К. П. Талант-менеджмент в системе управления персоналом организации // Актуальные вопросы управления персоналом: сборник научных статей II Национальной научно-практической конференции. Сер.: Современные технологии управления. Научно-исследовательские компетенции управленческой деятельности. М., 2020. С. 102-109.

3. Кулапов М. Н., Одегов Ю. Г., Никулин Л. Ф. Менеджмент третьего поколения и модернизация экономики // Вестник РЭА им. Г. В. Плеханова. 2011. № 6 (42). С. 54-62.

4. Latukha M. Talent management in Russian companies: domestic challenges and international experience // The International Journal of Human Resource Management 2015. № 26 (8). Pp. 1051-1075.

5. Cappelli P. Talent management of the 21st century // Harvard business review. 2008. № 86 (3). Pp. 74-81.

6. Грабун В. В. Талант-менеджмент как неотъемлемая часть современной системы управления персоналом в учреждениях культуры и искусств // Огарёв-Online. 2015. № 3 (44). С. 3. URL: <http://journal.mrsu.ru/culturology/5162>.

7. Одегов Ю. Г. Управление талантами – реальность современного менеджмента // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2015. № 1. С. 92-99.

8. Егорова И. А. Концепция управления талантами: основные подходы // Вестник ТИУиЭ. 2018. № 1 (27). С. 76-78.

9. Наливалкина К. П., Соловова Н. В. Использование крауд-технологий в сфере HR-менеджмента // Актуальные вопросы управления персоналом: I Национальная научно-практическая конференция (г. Москва, 3 декабря 2019 г.). М.: «Эдельвейс» (Серпухов), 2019. С. 171-179.

*Статья поступила в редакцию 02.06.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

УДК 331.1:[371.39+004.4]

© Р. И. Аминов¹, Л. Х. Зайнутдинова², Д. А. Яковец³, 2022

^{1,2,3} Астраханский государственный университет

им. В. Н. Татищева (АГУ), Россия

E-mail ¹: rastyam.aminov@asu.edu.ru

E-mail ²: Lzain@mail.ru

E-mail ³: dl_sun@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ ПРОЦЕССОМ НА ФАКУЛЬТЕТЕ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ «ВИРТУАЛЬНЫЙ ОТЛИЧНИК» (ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА)

В статье рассматривается один из подходов к созданию гибкой программы для ЭВМ, с помощью которой управление образовательным процессом на факультете вуза будет осуществляться оперативно в течение семестра. В рамках исследования предложена концепция «Виртуального отличника» – воображаемого идеального студента, имеющего стопроцентную посещаемость и выполняющего все учебные задания своевременно и только на «отлично». На основе предложенной концепции разработан и зарегистрирован «Электронный журнал посещаемости и рейтинга», проведена его апробация, получена количественная оценка взаимосвязанности показателей успеваемости и посещаемости.

Ключевые слова: электронный журнал, учебная группа, «виртуальный отличник», деканат, управление образовательным процессом.

Сейчас наступает период, когда в сфере цифровизации образования актуализируются новые проблемы и задачи.

На начальном этапе учеными-разработчиками основное внимание уделялось созданию контента электронных образовательных ресурсов [1], разработке программ для автоматизации процессов составления расписания семестровых учебных занятий и экзаменов [2, 3]. Известны исследования, посвященные разработкам учебных планов [4] и образовательных программ [5]. Немалое внимание уделялось и уделяется формированию индивидуальных траекторий обучения [6, 7]. Безусловно, необходимы программы, направленные на повышение успеваемости студентов [8], а также программы, позволяющие оценивать показатели качества обучения [9]. Исследования в рассматриваемой области затронули и другие аспекты, такие как: сформированность компетенций выпускника вуза (оценивается в ра-

боте [10]), управление жизненным циклом подготовки магистров (за-
тронуто в работе [11]), анализ эффективности управления подразде-
лениями вуза (приводится в работе [12]), управление образователь-
ной организацией с помощью рейтинговой системы (рассматривается
в [13]). Немало было проведено исследований, в которых информаци-
онные процессы управления образовательным процессом в высшей
школе рассматривались в широком аспекте [14], [15], [16], [17].

Проанализировав тематику данных научных публикаций, мож-
но сделать вывод о том, что задачи оперативного управления обра-
зовательным процессом пока еще решаются в недостаточной степе-
ни. В связи с этим *целью настоящей работы* является исследование
организации образовательного процесса на факультете высшего
учебного заведения для выявления новых возможностей цифрови-
зации образовательной среды, позволяющих повысить качество
управления образовательным процессом.

Для достижения поставленной цели необходимо в рамках ис-
следования решить следующие задачи:

- проанализировать существующие формы организационного
взаимодействия деканата со студентами;
- разработать новые формы и подходы, соответствующие со-
временным возможностям цифровизации;
- разработать и апробировать новые программные средства
для повышения оперативности организационного взаимодействия
деканата со студентами.

Предмет исследования – процесс организационного взаимодей-
ствия деканата со студентами на факультете (*объекте исследования*).

Анализ существующих форм организационного взаимодейст-
вия деканата со студентами вуза показал, что в настоящее время на
факультетах четко отработан алгоритм взаимодействия на основе
обратной связи по результатам зачетно-экзаменационных сессий.
Однако при таком подходе отсутствует оперативность выявления
потенциальных задолжников и принятия по отношению к ним уп-
реждающих воздействий со стороны деканата по ходу семестра.

В современных условиях для решения этой проблемы целесо-
образно использовать возможности информационных технологий
для выработки новых форм и подходов. В связи с этим авторы по-
ставили перед собой задачу разработать такой электронный жур-
нал учебной группы, с помощью которого у декана факультета бу-
дет перед глазами на экране компьютера оперативная информация
о посещаемости занятий и текущем рейтинге студентов. И не про-
сто оперативная информация, но и аналитическая обработка этой
информации с выдачей рекомендуемых управляющих воздействий.

Традиционно контроль учебного процесса строится на основе рабочей программы дисциплины, учебного плана и образовательной программы того или иного направления подготовки. При этом управляющие воздействия декана, как правило, формируются уже по итогам семестра. Таким образом, возникла идея создать гибкую программу для ЭВМ, в которой контроль хода учебного процесса будет осуществляться оперативно в течение семестра и в которой легко можно будет учесть различные нюансы, например, изменение расписания, перенос занятий по уважительным причинам и т.д. Для обеспечения гибкости программы и оперативности управления образовательным процессом на факультете предлагается новое программное средство для повышения оперативности организационного взаимодействия деканата со студентами разработать на основе концепции «Виртуальный отличник».

«Виртуальный отличник» – это воображаемый идеальный студент, имеющий стопроцентную посещаемость и выполняющий все учебные задания своевременно и только на «отлично». В списке учебной группы этого идеального студента будем записывать первым.

На экране компьютера декана успешность того или иного студента оценивается в сравнении с показателями «виртуального отличника». Причем это сравнение осуществляется оперативно каждый день, каждую неделю, а не в конце семестра после окончания сессии, когда зачастую уже поздно принимать меры.

Организация взаимодействия между участниками образовательного процесса на факультете вуза показана на рисунке 1.

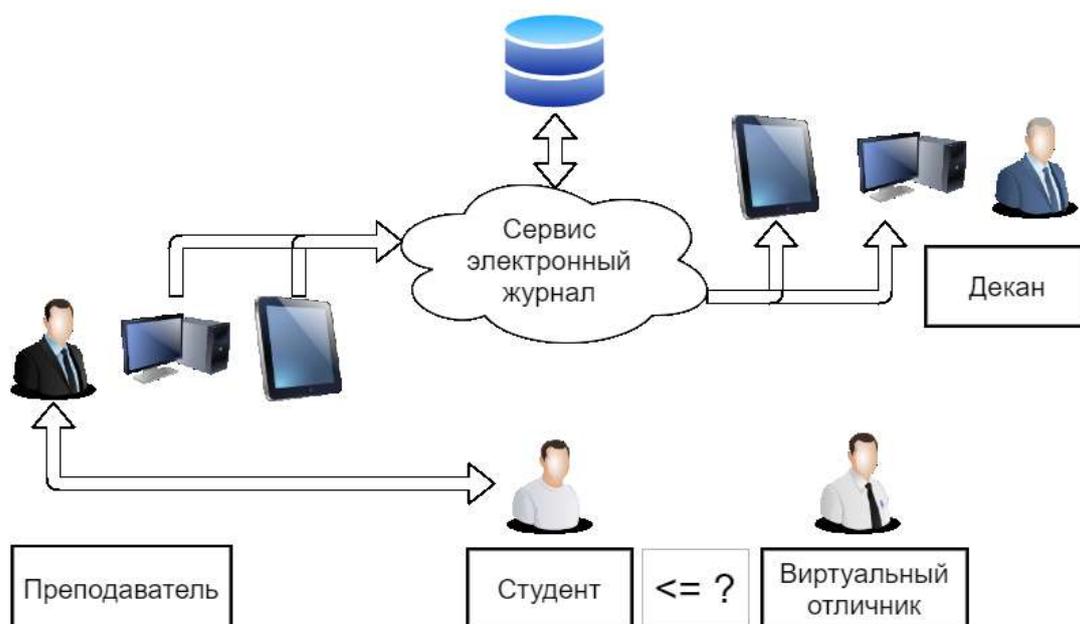


Рис. 1. Организация взаимодействия деканата со студентами с применением концепции «Виртуальный отличник»

Далее на основе предложенной концепции «Виртуальный отличник» была разработана «Программа для оперативного управления учебным процессом на основе учета и анализа посещаемости студентами учебных занятий», которая в июне 2021 года прошла государственную регистрацию в Федеральной службе интеллектуальной собственности [18]. Следующим этапом в данном направлении стало развитие предлагаемой программы для ЭВМ, заключающееся в том, что помимо учета посещаемости в программу была добавлена функция учета и анализа текущего рейтинга. Данная разработка также прошла государственную регистрацию [19].

На рисунке 2 представлены экраны разработанной программы ЭВМ в начале работы с «Электронным журналом посещаемости и рейтинга».

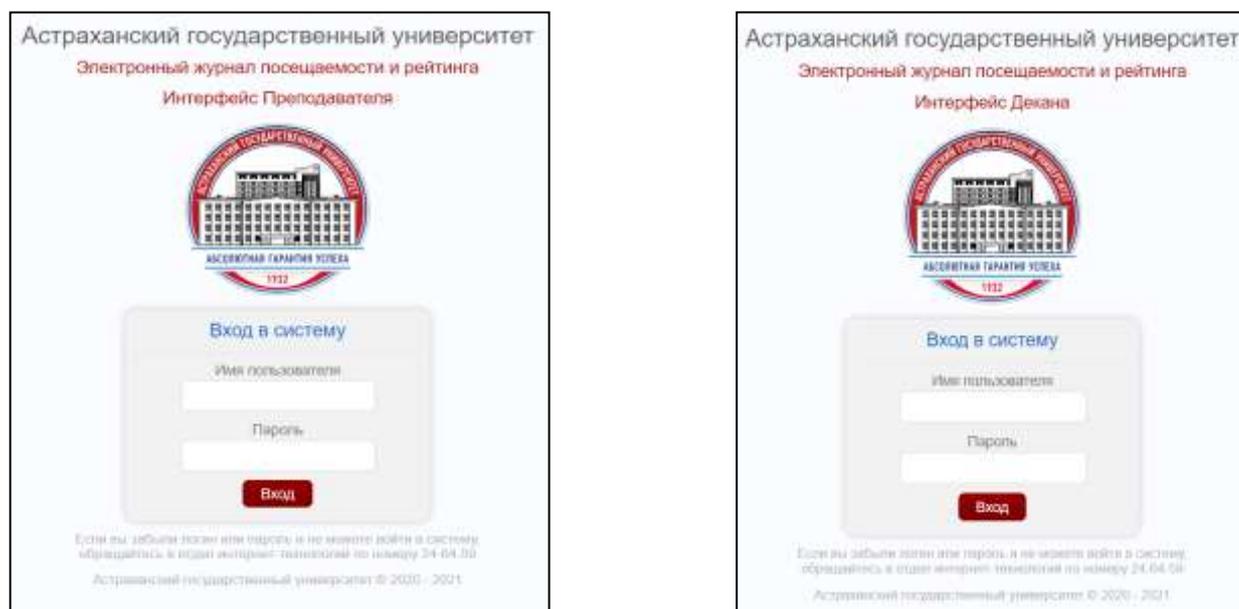


Рис. 2. Интерфейс преподавателя и интерфейс декана «Электронного журнала посещаемости и рейтинга» (при входе в систему)

В период с сентября по декабрь 2021 года проведена апробация разработанной программы «Электронный журнал посещаемости и рейтинга». В эксперименте участвовали преподаватели трех дисциплин и деканат факультета цифровых технологий и кибербезопасности ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет».

Рассмотрим подробнее интерфейс преподавателя и интерфейс декана факультета.

На рисунке 3 представлен экран преподавателя по состоянию, соответствующему седьмой неделе учебного семестра. Как показано на рисунке 3, в верхней строке преподаватель отмечает присутствие

пе в целом (рис. 4). На рисунке 4 представлен экран декана на текущий момент с данными конкретной группы по нескольким дисциплинам. Верхняя строка отражает относительное значение посещаемости, нижняя строка – значение успеваемости (рейтинга) по сравнению с успеваемостью «Виртуального отличника».

Суммарная посещаемость по всем предметам:

№	ФПО студента	Математические основы информационных технологий и вычислительной техники	Теория информации, данные, знания	Инженерный практикум	Средняя относительная посещаемость/ Рейтинг	Рекомендации для декана
0	Отличник	100%	100%	100%	100%	
1	А. М. И	71% 74%	83% 93%	100% 90%	85% 86%	
2	А. Р. П	100% 58%	100% 93%	100% 85%	100% 79%	
3	А. П. П	100% 67%	100% 93%	100% 75%	100% 78%	
4	Е. +	57% 2%	71% 2%	33% 40%	54% 2%	Предупреждение по эл. почте
5	Е. В. И	57% 2%	57% 2%	50% 50%	55% 2%	Предупреждение по эл. почте
6	Е. Ф. И	100% 71%	71% 2%	100% 75%	90% 49%	
7	Г. М. И	100% 58%	100% 86%	100% 75%	100% 73%	
8	Д. +	71% 2%	100% 86%	83% 70%	85% 53%	
9	Е. +	100% 90%	100% 93%	100% 75%	100% 86%	
10	И. Г. И	100% 51%	100% 93%	100% 80%	100% 75%	
11	К. А. И	100% 80%	100% 93%	100% 70%	100% 81%	
12	К. Н. И	71% 2%	71% 2%	100% 75%	81% 2%	

Рис. 4. Интерфейс декана (сведения одной группы по нескольким дисциплинам)

Как видно из рисунков 3 и 4, в «Электронном журнале посещаемости и рейтинга» отражается не просто оперативная информация, но и производится ее аналитическая обработка с выдачей рекомендуемых управляющих воздействий: «вызов к декану», «предупреждение по электронной почте», «распоряжение по факультету».

Для того чтобы выявить, насколько существенна зависимость результатов обучения от посещаемости занятий, используем методику корреляционного анализа [20, 21]. Для корректного выбора меры связи (параметрической или непараметрической) между количественными данными необходима проверка нормальности зако-

на распределения. Для проверки распределения эмпирических данных на нормальность был использован критерий Колмогорова – Смирнова.

Проверка показала на достаточном уровне статистической значимости ($p > 0,05$), что все показатели распределены нормально. Следовательно, для оценки связи между показателями можно использовать параметрическую меру связи – коэффициент корреляции Пирсона, характеризующий направление и тесноту линейной связи между переменными.

В результате корреляционного анализа выявлена высокозначимая (уровень статистической значимости $p \leq 0,01$) сильная (коэффициент корреляции $r > 0,7$) положительная связь между посещаемостью и успеваемостью (чем выше посещаемость, тем выше успеваемость).

Результаты корреляционного анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты корреляционного анализа

<i>Дисциплина</i>	<i>Коэффициент корреляции</i>	<i>Уровень значимости</i>	<i>Вывод</i>
Математические основы ИТ и ВТ	0,902	0,01	высокозначимая сильная положительная связь
Теория информации, данные, знания	0,846	0,01	высокозначимая сильная положительная связь
Инженерный практикум	0,867	0,01	высокозначимая сильная положительная связь

Таким образом, на основе корреляционного анализа подтверждена количественно высокая зависимость результатов обучения от посещаемости занятий. Это означает, что контроль посещаемости, осуществляемый оперативно посредством разработанного «Электронного журнала посещаемости и рейтинга», будет способствовать повышению результатов обучения и, соответственно, сохранению контингента учебной группы.

Анализ программных продуктов, применяющихся в настоящее время в сфере цифровизации образовательной среды, показал актуальность разработки программ для оперативного управления образовательным процессом на факультете высшего учебного заведения.

Литература

1. Кревский И. Г., Глотова Т. В., Деев М. В. Проектирование системы поддержки жизненного цикла электронных образовательных ресурсов // Современные проблемы науки и образования: электронный журнал. 2013. № 5. С. 39. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_20992082_99514901.pdf.
2. Жукова М. Ю., Аль-Габри В. М. Автоматизация построения расписания экзаменов вуза с использованием генетического алгоритма // Инженерный вестник Дона: электронный журнал. 2017. № 3 (46). С. 61. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_30753052_58143136.pdf.
3. Сиделев А. А. Методика формирования семестрового расписания занятий // Успехи современной науки и образования. 2016. Т. 5. № 12. С. 152-154.
4. Чугунов А. П., Столбов В. Ю. Применение генетического алгоритма для решения задачи построения индивидуальных учебных планов студентов в условиях сетевого взаимодействия вузов // Системы управления и информационные технологии. 2016. № 4 (66). С. 101-106.
5. Ботов Д. С. Интеллектуальная поддержка формирования образовательных программ на основе нейросетевых моделей языка с учетом требований рынка труда // Вестник ЮУрГУ. Сер.: Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. 2019. Т. 19. № 1. С. 5-19.
6. Лямин А. В. Формирование индивидуальных траекторий обучения на основе анализа достижений и функционального состояния обучающегося // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. 2018. Т. 18. № 3. С. 543-553.
7. Зайнутдинова Л. Х., Яковец Д. А. Связь адаптивности личности и эффективности учебной деятельности студентов технических направлений подготовки // Человеческий фактор в сложных технических системах и средах: ЭРГО 2018: Материалы III Международной конференции (г. Санкт-Петербург, 4-7 июля 2018 г.). СПб.: СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2018. С. 397-403.
8. Мифтахова А. А. Использование методов искусственного интеллекта для повышения успеваемости студентов вузов // Наука и бизнес: пути развития. 2017. № 5 (71). С. 7-12.
9. Ермакова Т. Н., Ромашкова О. И. Методика выбора информационной модели для оценки показателей качества обучения // Вестник РУДН. Сер.: Информатизация образования. 2015. № 2. С. 14-20.
10. Данилов А. Н., Овчинников А. А., Гитман М. Б., Столбов В. Ю. Об одном подходе к оцениванию уровня сформированности компетенций выпускника вуза // Современные проблемы науки и образования: электронный журнал. 2014. № 6. С. 7. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_22877004_22621590.pdf.

11. Мартынов В. В., Ширяев О. В. Построение системы управления жизненным циклом подготовки магистра в вузе // Вестник УГАТУ. 2014. Т. 18. № 4 (65). С. 142-148.

12. Дюсекеев К. А., Шиккульская Р. М. Анализ эффективности управления подразделениями вуза с использованием метода оболочки данных // Успехи современной науки. 2016. Т. 5. № 6. С. 82-85.

13. Блюмин С. Л., Боровкова Г. С. Управление образовательной организацией с помощью рейтинговой системы // Вестник РГРТУ. 2019. № 2 (67). С. 55-60.

14. Стайн Д. А., Часовских В. П. Исходные данные модели образовательного процесса вуза в среде современных Web-технологий // Современные проблемы науки и образования: электронный журнал. 2015. № 1-1. С. 164. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_25323189_29967324.pdf.

15. Ермакова Т. И., Ромашкова О. И. Повышение эффективности управления информационными потоками в образовательном комплексе // Вестник РГРТУ. 2016. № 57. С. 82-87.

16. Логачев М. С. Разработка универсальной структуры автоматизированной системы контроля и управления образовательным процессом // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Естественные и технические науки. 2016. № 6. С. 56-60.

17. Полетайкин А. Н., Ильина Т. С. Информационная система управления образовательным процессом в высшей школе // Вестник СибГУТИ. 2016. № 2 (34). С. 38-50.

18. Аминов Р. И., Зайнутдинова Л. Х. Электронный журнал учебной группы [свидетельство о гос. рег. программы для ЭВМ № 2021660406, дата публикации 25.06.2021 г.] // Свидетельства о регистрации: программы для ЭВМ / ФИЦ ИУ РАН. URL: <https://www.frccsc.ru/intpropassets/regs/soft?ysclid=15atesb0o7429176586>.

19. Аминов Р. И., Зайнутдинова Л. Х. Электронный журнал посещаемости и рейтинга [свидетельство о гос. рег. программы для ЭВМ № 2021667486, дата публикации 29.10.2021 г.] // Свидетельства о регистрации: программы для ЭВМ / ФИЦ ИУ РАН. URL: <https://www.frccsc.ru/intpropassets/regs/soft?ysclid=15atesb0o7429176586>.

20. Мацкевич И. Ю., Петрова Н. П., Тарусина Л. И. Теория вероятностей и математическая статистика. Практикум: учеб. пособ. Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2017. 200 с.

21. Наследов А. Д. IBM SPSS Statistics 20 и AMOS. Профессиональный статистический анализ данных. СПб.: Питер, 2013. 399 с.

*Статья поступила в редакцию 31.05.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
д-ром техн. наук, профессором И. Н. Хаймович*

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ КОМПОНЕНТЫ УСТОЙЧИВОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КОРПОРАЦИЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Экономический кризис, вызванный глобальной пандемией COVID-19, оказал серьезное негативное влияние на автомобильную промышленность, создал новые вызовы для развития отрасли, связанные с реорганизацией глобальных цепочек поставок, изменением структуры конкурентообразующих факторов, актуализировал вопросы обеспечения устойчивости развития автомобильных корпораций. В статье представлена оценка финансовой компоненты устойчивости экономического развития зарубежных и российской корпораций автомобилестроения в контексте влияния пандемии COVID-19. Выявлены тенденции изменения финансовой устойчивости корпораций в условиях нового глобального экономического кризиса.

Ключевые слова: автомобильная промышленность, устойчивое развитие, устойчивое экономическое развитие, финансовая устойчивость, пандемия COVID-19.

Введение

Концепция устойчивого развития предполагает одновременное достижение трех взаимосвязанных групп стратегических целей — экономических, экологических и социальных. При этом достижение экономических целей компаний является условием успешного достижения экологических и социальных целей развития.

Уровень устойчивости экономического развития компаний, в свою очередь, определяется уровнем развития всех функциональных компонентов экономической устойчивости (производственной, финансовой, инновационной, маркетинговой, организационно-управ-

ленческой) [2], при этом особый интерес для стейкхолдеров представляет развитие финансовой компоненты экономической устойчивости компании, обеспечивающей удовлетворение их экономических интересов.

Особую актуальность вопросы обеспечения устойчивости развития корпораций, в том числе финансовой устойчивости, приобретают в периоды экономических кризисов, приводящих к падению потребительского спроса и объемов производства, сокращению занятости, снижению прибыльности корпораций. Следствием снижения финансовой устойчивости корпораций является свертывание инновационных проектов, сокращение социальных и экологических инвестиций.

Целью данной работы является сравнительный анализ финансовой компоненты устойчивости экономического развития корпораций автомобильной промышленности, оценка влияния пандемии COVID-19 на уровень финансовой устойчивости корпораций.

Исходя из данной цели поставлены следующие задачи:

– провести анализ динамики продаж автомобилей на глобальном и российском рынках;

– провести расчет и сравнительный анализ интегральных показателей финансовой компоненты устойчивости экономического развития зарубежных и российской корпораций автомобилестроения в контексте влияния пандемии COVID-19;

– выявить тенденции изменения финансовой устойчивости корпораций автомобилестроения в условиях нового глобального экономического кризиса.

Объектом исследования выступают корпорации автомобилестроения, предметом исследования – финансовая составляющая устойчивости их развития.

Материалы и методы исследования

В качестве материалов исследования использованы статистические данные Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (OICA) [12], Association of European Businesses (AEB) [7] для оценки состояния и тенденций развития автомобильной промышленности. Для оценки финансовой компоненты устойчивости развития корпораций автомобильной промышленности использованы данные их публичной финансовой отчетности [6, 8-11, 13-15].

Для проведения оценки финансовой компоненты устойчивости экономического развития корпораций использована методика, предложенная в работе [1].

Для оценки финансовой устойчивости предложены следующие показатели (табл. 1).

Таблица 1

Показатели оценки финансовой устойчивости компаний

Группы показателей	Показатели	Формулы расчета
Дивидендная доходность	Коэффициент дивидендных выплат (R_{DP})	Выплаченные дивиденды / Чистая прибыль
Платежеспособность	Коэффициент текущей ликвидности (R_C)	Оборотные активы / Краткосрочные обязательства
	Коэффициент абсолютной ликвидности (R_{AL})	(Денежные средства + Финансовые вложения) / Краткосрочные обязательства
Финансовая независимость	Коэффициент автономии (R_E)	Собственный капитал / Совокупный капитал
Долговая нагрузка	Коэффициент финансового рычага (R_L)	Кредиты / Собственный капитал
	Коэффициент долговой нагрузки (R_D)	Сальдо финансовых расходов и доходов / ЕБИТ
Рентабельность	Коэффициент рентабельности активов (ROA)	Чистая прибыль / Среднегодовая величина активов
	Коэффициент рентабельности собственного капитала (ROE)	Чистая прибыль / Среднегодовая величина собственного капитала
Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов (R_A)	Выручка / Среднегодовая величина активов
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (R_{AR})	Выручка / Среднегодовая величина задолженности покупателей
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности (R_{AP})	Себестоимость продаж / Среднегодовая величина задолженности перед поставщиками

Примечание. Составлено на основе работы [1].

Нормативные соотношения темпов роста показателей оценки финансовой устойчивости можно представить в следующем виде:

$$\left\{ \begin{array}{l} \Delta K_{al} > \Delta K_c > 1, \\ \Delta K_l < \Delta K_e > 1, \\ \Delta K_d < \Delta ROA > \Delta ROE > 1, \\ \Delta K_a > 1, \\ \Delta K_{ar} > \Delta K_{ap} > 1, \\ \Delta K_{dp} > 1. \end{array} \right.$$

Для расчета интегральных показателей функциональных компонентов устойчивости экономического развития, включая финансовую компоненту, и общего интегрального показателя устойчивости развития предлагается использование математического аппарата теории матриц, этапы оценки отражены на рисунке 1.

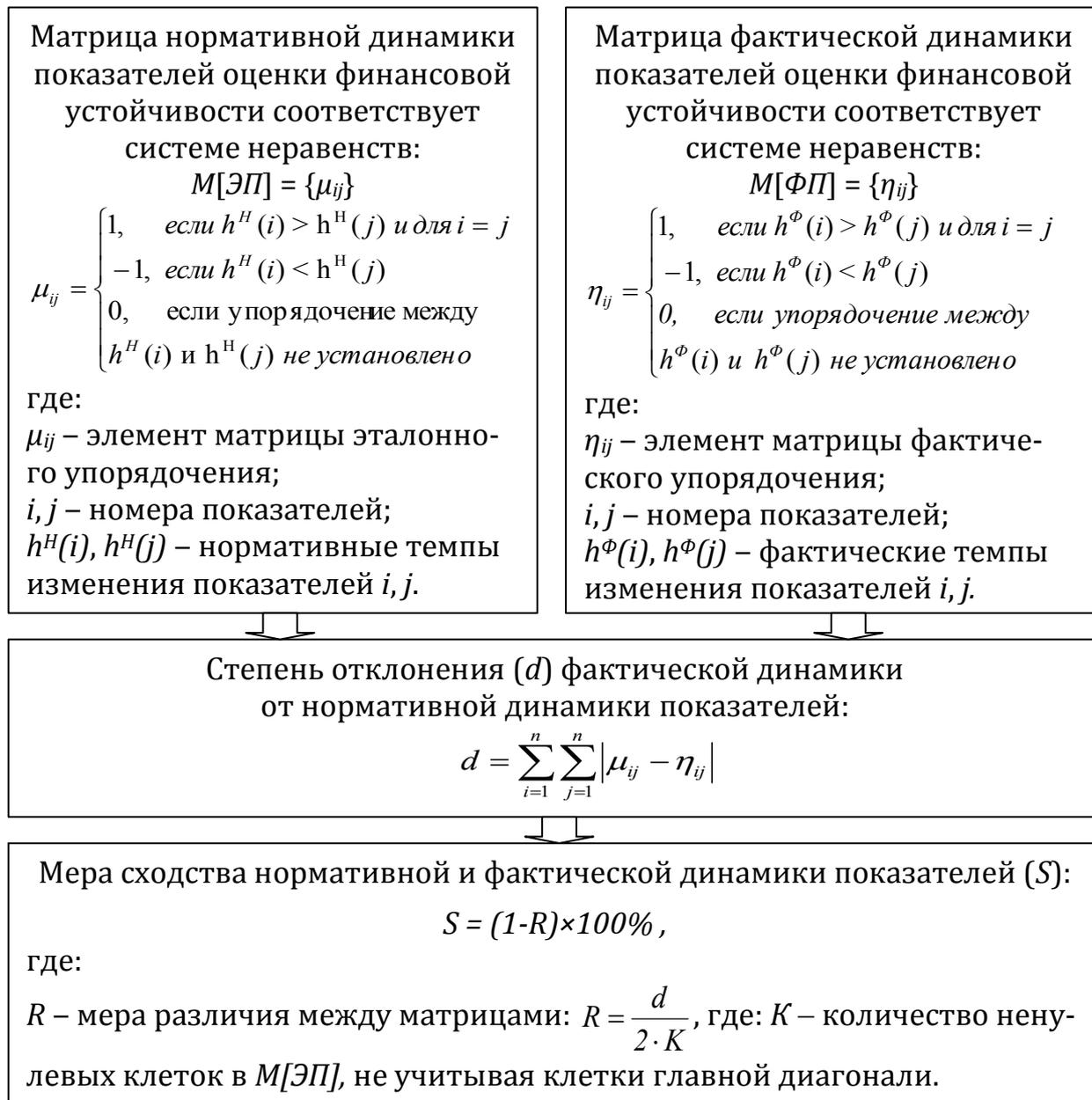


Рис. 1. Использование математического аппарата теории матриц для интегральной оценки функциональных компонентов и общего уровня устойчивости экономического развития компании

При наличии убытков для интерпретации результатов расчета и построения фактической матрицы динамики показателей оценки финансовой устойчивости необходимо скорректировать темпы роста

показателей $R_{DP}, R_E, R_L, R_D, ROA, ROE$. Для этого введем следующие правила интерпретации результатов расчета отрицательной динамики:

- если $(R_{i0} < 0, R_{i1} < 0)$, то $\Delta R_i = 0$,
- если $(R_{i0} \geq 0, R_{i1} < 0)$, то $\Delta R_i = 0$,
- если $(R_{i0} < 0, R_{i1} > 0)$, то $\Delta R_i = +\Delta R_i$,

где:

R_{i0}, R_{i1} — значения показателя в предыдущем и отчетном периодах соответственно.

Для интерпретации полученных результатов расчета интегральных показателей функциональных компонентов и интегрального показателя устойчивости экономического развития компании введена следующая градация:

- $S \leq 25\%$ — низкий уровень;
- $25\% > S < 50\%$ — ниже среднего,
- $S = 50\%$ — средний уровень;
- $50\% > S < 75\%$ — выше среднего;
- $75\% > S$ — высокий.

Результаты исследования

Исследуя вопросы оценки финансовой устойчивости корпораций, для начала рассмотрим динамику мировых и российских продаж автомобилей (табл. 2).

Таблица 2

Динамика продаж легковых и легких коммерческих автомобилей на мировом и российском рынках сбыта, млн шт.

Регион	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Мир	89,7	93,9	95,9	95,6	91,2	78,8	82,7
Россия	1,44	1,40	1,66	1,82	1,78	1,63	1,74

Примечание. Составлено по данным OICA [12].

Экономический кризис, обусловленный пандемией COVID-19, негативно отразился на автомобильной промышленности. По данным OICA, мировые продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей снизились в 2020 г. на 13,7% по сравнению с 2019 г., продажи на российском рынке снизились на 8,3% [12]. Отметим, что в преддверии экономического кризиса 2020 г. мировой и российский автомобильные рынки уже демонстрировали сокращение спроса на новые автомобили.

Восстановление спроса во второй половине 2020 г. и начале 2021 г. обусловило рост производства и продаж автомобилей. Одна-

ко из-за разрыва цепочек поставок и дефицита микросхем по итогам 2021 г. мировые продажи легковых и легких коммерческих автомобилей увеличились всего на 5% по сравнению с 2020 г., продажи на российском рынке выросли на 6,8% [12], не достигнув докризисного уровня.

В I квартале 2022 г. мировые продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей составили 19,6 млн шт., что на 5,9% меньше аналогичного периода 2021 г. [3]. Отрицательная динамика продаж автомобилей обусловлена продолжающимися перебоями в поставках новых автомобилей из-за дефицита микросхем, которые усугубились введенными антироссийскими санкциями в связи с военной спецоперацией на Украине. Продажи новых автомобилей на российском рынке за первые три месяца 2022 г. сократились на 28,4% по сравнению с аналогичным периодом 2021 г., составив 277,3 тыс. шт. [7].

В 2020 г. продажи сократились у всех автомобильных корпораций. В таблице 3 представлена динамика продаж Топ-5 крупнейших автомобильных корпораций мира.

Таблица 3

Объемы продаж новых легковых и легких коммерческих автомобилей крупнейших автомобильных корпораций

Корпорации	Продажи, млн шт.					Отклонение, % (1 кв. 2022 г. к 1 кв. 2021 г.)
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	1 кв. 2021 г.	1 кв. 2022 г.	
Toyota Group	10,74	9,53	10,5	2,32	2,59	-11,9
Volkswagen Group	10,96	9,16	8,58	2,33	1,99	-14,5
Renault-Nissan Alliance	8,93	6,86	6,76	1,82	1,46	-19,7
Hyundai-Kia	7,1	6,36	6,67	1,69	1,59	-6,0
Stellantis	8,0	6,4	6,5	1,25	1,4	-12,0

Примечание. Составлено по данным автокорпораций [8-11; 13-15].

В 2021 г. продажи Volkswagen Group и Renault-Nissan Alliance сократились, основная причина – дефицит микросхем. Зависимость автомобилестроения ЕС от азиатских производителей микросхем и полупроводников актуализировало вопросы импортозамещения. В марте 2021 г. Еврокомиссия объявила о «Плане цифрового компаса», предусматривающем увеличение производства микросхем в ЕС вдвое, достигнув 20% в мировом производстве [5].

На российском автомобильном рынке более трети продаж приходится на альянс AVTOVAZ-Renault-Nissan-Mitsubishi (табл. 4).

Таблица 4

Продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России по группам автопроизводителей

Корпорации	Продажи, млн шт.				Отклонение, %	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	1 кв. 2022 г.	2021 г. к 2020 г.	1 кв. 2022 г. к 1 кв. 2021 г.
AVTOVAZ-Renault-Nissan-Mitsubishi, в т.ч. АВТОВАЗ (бренд LADA)	639,5	581,9	563,3	92,6	-3,2	-30,7
	362,4	343,5	350,7	52,7	2,1	-37,2
Hyundai Kia	407,0	366,3	377,6	64,2	3,1	-30,4
Volkswagen Group	216,9	215,7	198,0	27,8	-8,2	-44,9
Toyota Group	126,0	112,2	117,3	18,6	4,6	-34,5
ГАЗ (коммерческие автомобили)	63,9	51,2	56,5	9,3	10,4	-5,4

Примечание. Составлено по данным АЕВ [7].

Основным производителем легковых автомобилей в России является Группа АВТОВАЗ. Объемы продаж автомобилей LADA производства Группы АВТОВАЗ по итогам 2020 г. сократились на 5%, доля автомобилей LADA на российском рынке составила 21,5%. Фактором, сдерживающим сокращение автомобильного рынка, явилась реализация государственных программ стимулирования спроса на автомобильную технику (льготное автокредитование, закупки автомобильной техники федеральными и региональными органами исполнительной власти и др.).

Из-за дефицита электронных компонентов АВТОВАЗ в 2021 г. неоднократно останавливал конвейер, что отрицательно сказалось на объемах производства и продаж. Продажи автомобилей LADA по итогам 2021 г. увеличились всего на 2,1%.

В 2022 г. после начала военной спецоперации на Украине зарубежные автокорпорации приостановили производство автомобилей на территории России (завод Haval был одним из немногих, продолжающих работу). Приостановка производства автомобилей LADA в Группе АВТОВАЗ связана с недостатком комплектующих, в том числе электронных компонентов. Объем продаж автомобилей LADA в I квартале 2022 г. сократился на 37,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В мае 2022 г. доля Renault s.a.s. в АО «АВТОВАЗ» перешла к ФГУП НАМИ (сделка подразумевает возможность обратного выкупа доли иностранным концерном в течение последующих шести лет),

оставшуюся долю сохранил «Ростех», завод «Рено Россия» перешел к Правительству Москвы.

Проведем сравнительную оценку финансовой компоненты устойчивости развития автокорпораций. Для целей исследования выбраны крупнейшие европейские корпорации Volkswagen Group и Renault Group и российская корпорация – Группа АВТОВАЗ. Представим в таблице 5 показатели корпораций, используемые для интегральной оценки их финансовой устойчивости.

Таблица 5

Финансовые показатели автомобильных корпораций

Корпорации	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
<i>Доля дивидендных выплат в чистой прибыли (R_{DP})</i>							
Renault Group	0,273	0,296	0,211	0,328	0	0	0
Volkswagen Group	-0,267	0,248	0,207	0,239	0,210	0,342	0,244
Группа АВТОВАЗ	0	0	0	0	0	0	0
<i>Коэффициент текущей ликвидности (R_C)</i>							
Renault Group	1,014	0,996	1,019	1,031	1,025	1,042	1,075
Volkswagen Group	0,979	0,877	0,998	1,093	1,116	1,179	1,219
Группа АВТОВАЗ	0,412	0,519	0,479	0,870	0,784	1,199	1,269
<i>Коэффициент абсолютной ликвидности (R_{AL})</i>							
Renault Group	0,304	0,255	0,241	0,247	0,239	0,321	0,346
Volkswagen Group	0,242	0,207	0,214	0,274	0,254	0,333	0,379
Группа АВТОВАЗ	0,049	0,147	0,074	0,098	0,087	0,547	0,539
<i>Доля собственного капитала в совокупном капитале (R_E), %</i>							
Renault Group	0,314	0,302	0,306	0,314	0,289	0,219	0,245
Volkswagen Group	0,231	0,227	0,258	0,256	0,253	0,259	0,276
Группа АВТОВАЗ	-0,286	-0,464	-0,588	-0,140	0,384	0,240	0,289
<i>Коэффициент финансового рычага (R_L)</i>							
Renault Group	0,346	0,330	0,265	0,240	0,328	0,685	0,604
Volkswagen Group	1,650	1,666	1,499	1,627	1,629	1,580	1,438
Группа АВТОВАЗ	-2,421	-1,809	-1,391	-4,116	0,831	1,724	1,256
<i>Коэффициент долговой нагрузки (R_D)</i>							
Renault Group	0,062	0,066	0,059	0,078	0,231	-0,067	0,183
Volkswagen Group	12,412	0,186	0,091	0,036	0,081	0,114	0,048
Группа АВТОВАЗ	-0,076	-0,263	-2,600	0,456	0,841	0,403	0,215
<i>Коэффициент рентабельности активов (ROA)</i>							
Renault Group	0,034	0,037	0,050	0,031	0,0002	-0,068	0,008
Volkswagen Group	-0,004	0,014	0,028	0,028	0,030	0,018	0,030
Группа АВТОВАЗ	-0,492	-0,345	-0,081	0,050	0,026	-0,069	0,056

<i>Коэффициент рентабельности собственного капитала (ROE)</i>							
Renault Group	0,111	0,119	0,164	0,099	0,0005	-0,265	0,036
Volkswagen Group	-0,015	0,059	0,114	0,107	0,116	0,070	0,112
Группа АВТОВАЗ	38,808	0,930	0,155	-0,140	0,071	-0,219	0,210
<i>Коэффициент оборачиваемости активов (R_A)</i>							
Renault Group	0,527	0,531	0,554	0,511	0,468	0,365	0,403
Volkswagen Group	0,582	0,549	0,552	0,536	0,534	0,452	0,488
Группа АВТОВАЗ	1,177	1,425	1,891	2,431	1,152	0,904	0,961
<i>Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (R_{AR})</i>							
Renault Group	1,595	1,550	1,520	1,358	1,233	0,984	1,127
Volkswagen Group	18,872	18,634	17,973	15,097	14,102	13,040	15,754
Группа АВТОВАЗ	13,723	14,761	14,701	18,177	16,134	16,492	22,984
<i>Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности (R_{AP})</i>							
Renault Group	4,691	4,516	4,782	4,680	4,680	4,060	4,618
Volkswagen Group	8,971	8,150	8,115	8,124	8,780	8,099	8,767
Группа АВТОВАЗ	4,813	4,144	4,098	5,462	6,057	5,199	4,857

Примечание. Расчеты сделаны по данным консолидированных финансовых отчетов автокорпораций [6; 8; 15].

Снижение объемов продаж автомобилей по итогам 2020 г. привело к сокращению выручки корпораций: выручка Volkswagen Group сократилась на 11,8% (с 252,632 млрд евро в 2019 г. до 222,884 млрд евро), выручка Renault Group сократилась на 21,7% (с 55,537 млрд евро до 43,474 млрд евро), выручка Группы АВТОВАЗ сократилась на 17,5% (с 3,13 млрд евро до 2,581 млрд евро), что привело к ухудшению финансовых показателей корпораций.

Показатели ROA и ROE, рассчитанные с использованием чистой прибыли, в 2020 г. у Renault Group и Группы АВТОВАЗ имеют отрицательные значения, обусловленные получением чистых убытков (в размере 8046 млн евро и 196 млн евро соответственно). Причем российская корпорация получала чистые убытки на протяжении 2013-2017 гг., положительные значения показателей ROE в 2015-2017 гг. обусловлены чистыми убытками в консолидированном отчете о совокупном доходе и непокрытыми убытками в консолидированном отчете о финансовом положении.

Вследствие получения чистых убытков общее собрание акционеров Renault приняло решение о невыплате дивидендов по итогам 2020 г. АВТОВАЗ за весь анализируемый период дивиденды не выплачивал.

Анализ значений показателей (представленных в таблице 5) свидетельствует о высоком уровне платежеспособности зарубеж-

ных корпораций. На конец 2020 г. значения показателей текущей и абсолютной ликвидности российской и европейских корпораций повысились за счет положительной динамики объемов продаж в IV квартале 2020 г.

В структуре финансирования Renault Group и Группы АВТОВАЗ в 2020 г. увеличился объем заемных источников финансирования, что привело к существенному росту финансового рычага корпораций и увеличению финансовых рисков.

Следствием сокращения выручки явилось замедление скорости оборота совокупных активов, дебиторской и кредиторской задолженностей автокорпораций (кроме скорости оборота дебиторской задолженности Группы АВТОВАЗ, обусловленной более жесткой кредитной политикой по отношению к дилерам).

По итогам 2021 г. на фоне сокращения объемов продаж Volkswagen Group и Renault Group, выручка автокорпораций увеличилась вследствие роста средних цен на автомобили, а также увеличения объемов продаж электромобилей. Renault Group и Группа АВТОВАЗ по итогам года получили чистую прибыль. Следствием улучшения финансовых результатов и роста денежных потоков явилось улучшение финансовых показателей автокорпораций.

В таблице 6 представим результаты расчетов интегральных показателей финансовой устойчивости корпораций.

Таблица 6

Оценка финансовой компоненты экономической устойчивости развития ИКС автомобилестроения (S, %)

<i>Корпорации</i>	<i>2015- 2016 гг.</i>	<i>2016- 2017 гг.</i>	<i>2017- 2018 гг.</i>	<i>2018- 2019 гг.</i>	<i>2019- 2020 гг.</i>	<i>2020- 2021 гг.</i>
Renault Group	61,5	71,8	30,8	17,9	23,1	56,4
Volkswagen Group	51,3	61,5	46,2	43,6	35,9	92,3
Группа АВТОВАЗ	15,4	15,4	23,1	43,6	38,5	59,0

Как показывают данные расчетов, представленные в таблице 6, вследствие получаемых убытков уровень финансовой устойчивости Группы АВТОВАЗ в 2015-2018 гг. значительно ниже уровня финансовой устойчивости европейских корпораций и характеризуется как «низкий». Сокращение спроса на новые автомобили на глобальном рынке в 2019 г., последовавший в 2020 г. экономический кризис, обусловленный пандемией COVID-19, негативно отразились на уровне финансовой устойчивости автокорпораций – интегральные показатели финансовой устойчивости продемонстрировали отрицательную динамику (рост интегрального показателя Группы АВТОВАЗ в 2019 г.

обусловлен эффектом «низкой базы сравнения» в предыдущие годы).

Выводы

Определяющим фактором, влияющим на уровень устойчивости экономического развития корпораций, в том числе уровень финансовой устойчивости, является динамика спроса на рынке. Сохраняющийся дефицит микросхем, проблемы с цепочкой поставок, усугубившиеся введенными антироссийскими санкциями в связи с военной спецоперацией на Украине в 2022 г., усложняют работу автомобильных корпораций.

Нынешний кризис болезненно отразится в первую очередь на европейском и российском авторынках. По прогнозам аналитиков Авто.ру, при реализации оптимистичного сценария (предусматривающего возобновление работы зарубежных автопроизводителей в России, восстановление логистических цепочек поставки автокомпонентов, усиление присутствия китайских брендов на российском рынке) продажи новых автомобилей в 2022 г. сократятся до 1 млн единиц, что на треть меньше, чем в 2021 г. При негативном развитии событий (сохранение проблем с логистикой, снижение покупательской способности населения, рост цен на автомобили) продажи могут упасть до 600 тыс. единиц (на 60% по сравнению с 2021 г.) [4].

Сокращение продаж приведет к ухудшению финансовых показателей и снижению уровня финансовой устойчивости автокорпораций, что в свою очередь негативно отразится на развитии других компонентов экономической устойчивости, а также социальной и экологической составляющих устойчивости развития корпораций.

Проблемы, связанные с дефицитом микросхем и нарушением логистических цепочек, актуализируют вопросы импортозамещения по критически значимым автокомпонентам для российского автопрома. Вариантом решения проблем в области импортозамещения является создание центров компетенций внутри страны и развитие отечественной автокомпонентной отрасли. При этом полностью перейти на локальное производство автокомпонентов невозможно (например, ABS/ESP российские поставщики поставлять не могут вследствие отсутствия опыта разработок, знаний, требуемого масштаба использованных кейсов), любой проект в современном автопроме вынужден встраиваться в глобальные цепочки поставок.

Литература

1. Афоничкин А. И., Журова Л. И. Модель оценки экономической устойчивости предприятий // *Фундаментальные исследования*. 2015. № 10-1. С. 131-136.

2. Журова Л. И. Управление устойчивым развитием интегрированных корпоративных систем: теория и методология: монография. Самара: Университет «МИР», 2021. 316 с.

3. Статистика продаж автомобилей в мире в 2022 году. URL: <http://greenway.icnet.ru/cars-sales-actual-world.html>.

4. Что ждет российский авторынок в 2022 году: прогнозы экспертов Авто.ру. URL: <https://mag.auto.ru/article/what-awaits-russian-car-market-2022/>.

5. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Empty: 2030 Digital Compass: the European Way for the Digital Decade. Brussels, 09.03.2021. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52021DC0118>.

6. АО «АВТОВАЗ». URL: <http://info.avtovaz.ru>.

7. Association of European Businesses [AEB]. URL: <https://aebus.ru/en/media/press-releases>.

8. Официальный сайт Group Renault. URL: <https://group.renault.com>.

9. Hyundai Motor Company. URL: <https://www.hyundai.com>.

10. Kia Corporation. URL: <https://worldwide.kia.com>.

11. Nissan Motor Corporation. URL: <https://www.nissan-global.com>.

12. Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles [OICA]. URL: <https://www.oica.net/category/sales-statistics>.

13. Stellantis N.V. URL: <https://www.stellantis.com>.

14. Toyota Motor Corporation. URL: <https://www.toyota-global.com>.

15. Volkswagen AG. URL: <https://www.volkswagenag.com>.

Статья поступила в редакцию 07.06.22г.

*Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом Е. С. Поротькиным*

РОЛЬ ЛИДЕРА В ФОРМИРОВАНИИ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Статья посвящена роли лидера в формировании организационно-управленческой культуры. Проведен анализ количества российских и зарубежных научных публикаций по категории «организационная культура», размещенных на платформах научной электронной библиотеки eLibrary, Российской государственной библиотеки и платформе Scholar.google.com. Выявлен современный концептуальный подход в иностранных научных публикациях к формированию и развитию организационной культуры. Подробно рассмотрены идеи российских ученых. Выявлен феномен политического лидерства. Акцентируется внимание на том, что от развитой управленческой культуры политического лидера зависит его успех в национальном и мировом масштабе.

Ключевые слова: лидерство, организационная культура, управленческая культура, личностные качества руководителя, политический лидер, девиантное поведение, ценностно-нормативная система.

Принято считать, что интерес к исследованию социального феномена «организационная культура» не ослабевает на протяжении многих лет. И, безусловно, данной проблематикой интересуются исследователи самых разных областей знаний, что доказывает междисциплинарность исследуемого феномена.

В рамках данной статьи хотелось бы обратить внимание на значимость роли руководителя-лидера в организации, который так или иначе заинтересован в формировании уникального социокультурного пространства организации, которое должно стать конкурентным преимуществом. Для этого автором было решено изучить публикационную активность по данной тематике.

Цель исследования — на основе анализа научных публикаций выявить роль лидера в процессе формирования организационно-управленческой культуры (*объекте исследования*).

Эмпирической базой для анализа стали статьи, книги, материалы конференций, кандидатские и докторские диссертации на русском языке, изданные с 1990-2022 гг. и размещенные на платформах научной электронной библиотеки eLibrary и Российской государственной библиотеки. Для анализа англоязычных публикаций была использована и платформа Scholar.google.com. Для удобства сравнения российских и зарубежных публикаций для анализа был взят тот же временной период, хотя необходимо отметить, что первая зарубежная публикация по заявленной тематике датируется 1963 годом. Объем генеральной совокупности при учете данных, размещенных на вышеназванных ресурсах, составил около 1 млн публикаций.

Предваряя раскрытие заявленной в цели исследования темы, *предметом* которой выступает роль лидера в формировании организационно-управленческой культуры, отметим, что смысловыми единицами при анализе научных публикаций в русскоязычных текстах выступили схожие по значению культуры, а именно: организационная, корпоративная, профессиональная, деловая и управленческая. Категории для поиска и подсчета англоязычных публикаций представляют собой перевод категорий на английский язык, однако было выявлено, что в иностранных публикациях указанные дефиниции не встречаются в подобной трактовке, а встречаются только в смысловых единицах «organizational culture» и «corporate culture».

На рисунке 1 показано количество публикаций по категории «организационная культура», представленных на сайте электронной научной библиотеки eLibrary.ru за период с 1990 по 2022 годы. Анализ публикационной активности показал следующие результаты:

- 1) рост числа публикаций начинается с 1999 года;
- 2) пик приходится на 2017 год (почти 2000 научных работ);
- 3) с 2017 года наблюдается сокращение публикуемых материалов по данной тематике, и эта тенденция сохраняется и на сегодняшний день.

На рисунке 2 представлено количество научных публикаций, посвященных проблемам организационной культуры (для сравнения — на русском и английском языках). Для наглядности количество публикаций на русском языке построено по вспомогательной оси. Пик публикаций на русском и английском языках приходится на 2017 (1972 ед.) и 2021 (118 000 ед.) годы соответственно.

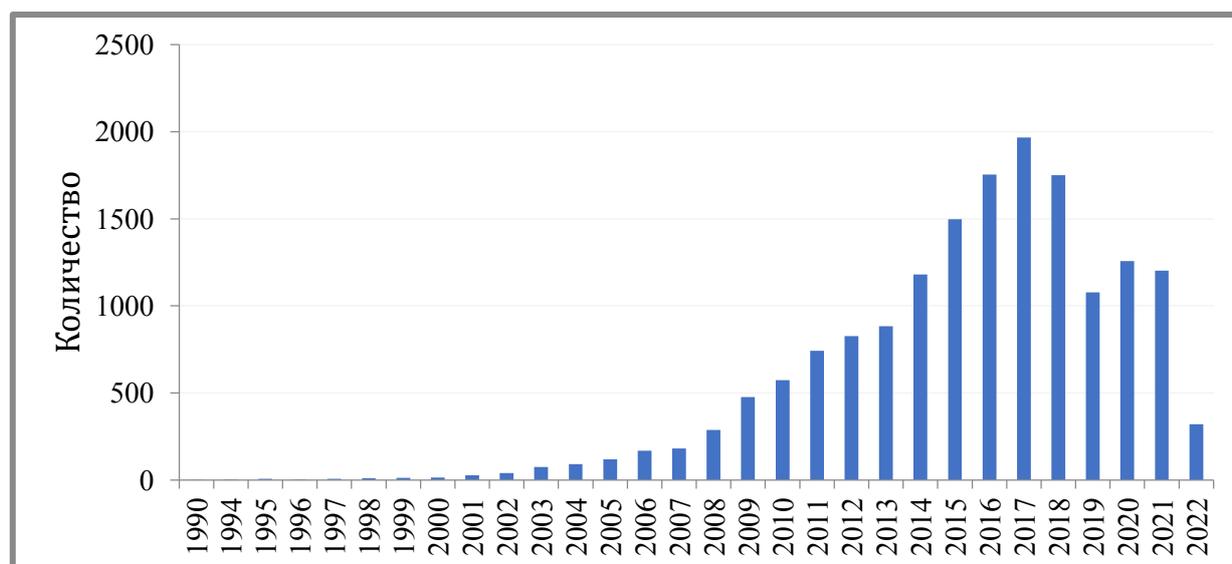


Рис. 1. Количество публикаций по категории «организационная культура», представленных на сайте eLibrary.ru с 1990 по 2022 гг.

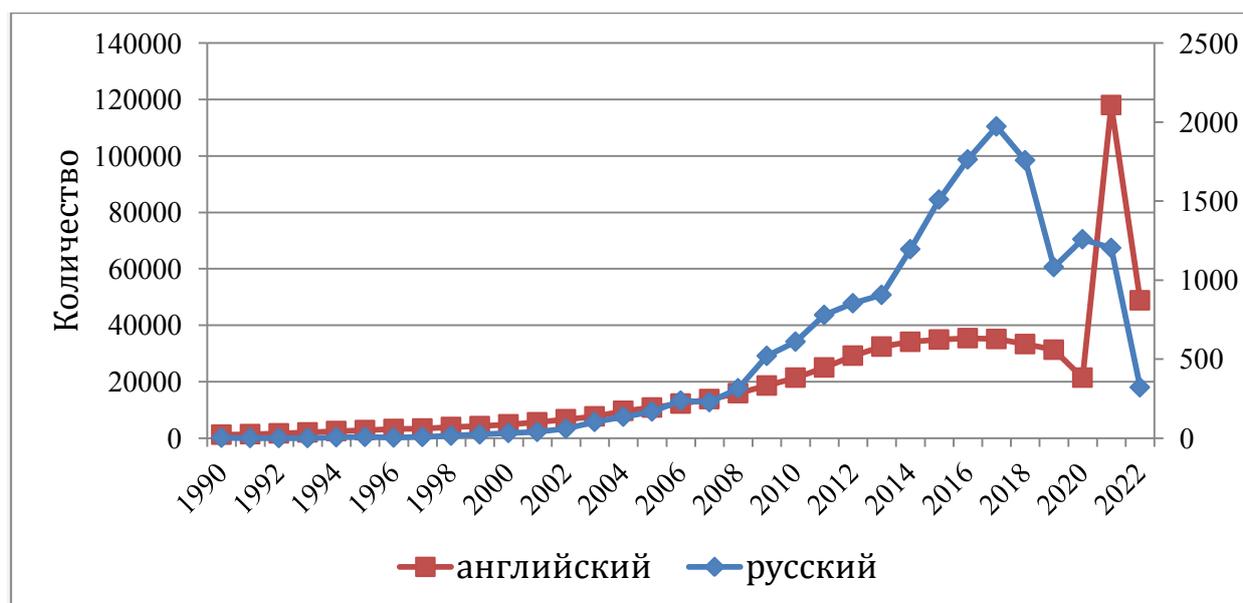


Рис. 2. Количество научных публикаций по категории «организационная культура» на русском и английском языках

Приведенные данные (см. рис. 2) указывают, что зарубежные исследователи гораздо раньше начали проявлять интерес к организационной культуре, для русскоязычных научных исследований огромное значение сыграла ситуация «железного занавеса», что тормозило доступ к материалам исследования зарубежных коллег и собственно развития экономических наук. Кроме того, только после прихода рыночной экономики стали говорить о важности управленческих аспектов трудовой деятельности.

Анализ публикационной активности свидетельствует о том, что данной проблематике посвящено достаточное количество научных работ, среди которых есть исследования, напрямую рассматривающие значимость роли руководителя-лидера для формирования уникального социокультурного пространства организации (М. Х. Рахман, Т. Дей и М. Аль-Амин, А. А. Дружинина, Е. Ратманова, М. В. Галенко, Д. М. Сафина, Г. Н. Пряхин и др.).

Современный концептуальный подход к формированию и развитию организационной культуры предусматривает рассмотрение данных процессов как управленческую деятельность, которая обусловлена миссией, стратегией и базовыми общественно значимыми ценностями, внутренними и внешними факторами воздействия, личностными качествами руководителя-лидера и требует обоснования управленческих решений путем диагностирования и оценки организационной культуры [1].

В этом случае актуализируются такие стратегические аспекты процесса формирования и развития организационной культуры, как контроль и ключевая роль руководителя-лидера. Доказано, что руководитель-лидер является тем субъективным фактором, который предопределяет неповторимость организационной культуры, которая исключает назначения случайных лиц (специальное образование, опыт управленческой деятельности в системе управления, рекомендации, личностные качества и черты характера и т.д.) [2]. Современные условия деятельности предприятий предъявляют качественно новые требования к руководителям различного уровня управления, обуславливают необходимость более высокой интенсивности их труда, умение ценить время, обладать комплексом организационных и психологических качеств и обеспечивать творческий подход к работе, то есть соответствовать требованиям инновационной организационной культуры.

Рассмотрим подробнее идеи российских ученых.

Например, М. В. Галенко, исследуя управленческую культуру отдельной личности, характеризует ее как «сложное и комплексное образование, основу которого составляют теоретические знания и технологические навыки в сфере руководства» [3]. Полностью согласны с этим утверждением и всегда подчеркиваем важность именно управленческих компетенций руководителя, которые формируются исходя из знаний и практического опыта. При этом М. В. Галенко проводит взаимосвязь лидерского потенциала личности (который можно диагностировать различным арсеналом методик) с уровнем управленческой культуры, которая формируется несмотря на опыт руководящей работы.

Д. М. Сафина, говоря о культуре организации, определяет ее как «уникальное, неповторимое явление, хрупкий инструмент в руках менеджера» [4]. Обратим внимание на то, какой тонкий смысл вкладывает автор в данное определение. А последняя его часть подчеркивает главенствующую роль лидера-руководителя в формировании уникальной организационной культуры. В работе [4] также отмечается, что сегодня особенно востребованы руководители-лидеры, которые создают клиентоориентированную культуру, так как это повышает имидж руководителя и деловую репутацию организации.

В своих исследованиях мы делаем акцент на том, что все вышперечисленное формирует внутриорганизационный и внеорганизационный социальный капитал предприятия или фирмы (например, [5]).

А. А. Дружинина рассматривает управленческую культуру как важную характеристику лидерства, способствующую «эффективной реализации стратегических и тактических задач управленческой деятельности» [6]. Кроме того, автор утверждает, что реализация различных социальных проектов развития организации способствует и развитию управленческой культуры руководителя и его команды.

Интерес представляет концепция Е. Ратмановой, во-первых, потому, что в своей теории автор данной статьи также считает целесообразным использование термина «организационно-управленческая культура» и, во-вторых, Е. Ратманова исследует данную культуру применительно к политическому лидерству и предлагает рассматривать ее с двух сторон: как сложную нормативно-ценностную систему, существующую независимо от руководителя-лидера, и как систему лидерских качеств, сформировавшихся в процессе профессиональной деятельности по реализации важнейших стратегических задач [7]. Кроме того, она выделяет четыре уровня организационно-управленческой культуры: социальный, профессиональный, межличностный и персональный.

Согласимся, что феномен политического лидерства уникален тем, что он относится к субъекту публичной власти, и если руководители-лидеры используют свои компетенции в рамках отдельной организации, то лидеры-политики своим влиянием охватывают гораздо большее социокультурное пространство. Считаем, что от того, насколько развита управленческая культура у политического лидера, зависит его успех в национальном и мировом масштабе.

Сегодня на мировой арене происходят события, свидетелями которых мы становимся благодаря СМИ, заставляющие нас пере-

смотреть понятия «лидерство», особенно применительно к политическому сообществу. Демонстрационное лидерство — именно так можно назвать ситуацию в западных странах, когда лидеры государств демонтируют модель поведения, которая, по сути, носит девиантный характер.

Данная модель поведения искусственно выдается за нормы демократии, которые приобретают ошеломляющие масштабы. Возникает вопрос: «Как это может быть допустимо в разрезе общечеловеческих норм, ценностей и установок поведения, может приниматься обществом этих государств?». Публичный характер реализации политического лидерства дает нам возможность оценить ценностно-нормативную систему, порождающую особенности поведения некоторых глав государств.

Так, действующий президент США Джо Байден замешан в скандалах, которые раздуваются СМИ, относительно фривольного общения с дочерью в детстве. А видео с его сыном, где он в гостинице в наркотическом опьянении находится в ванной комнате абсолютно в ненадлежащем виде, уже облетело весь Интернет — и это не фэйк. В своей книге «Прекрасные дела» Байден-младший признается, что тратил огромные деньги на наркотики и алкоголь, которые заработал, занимая пост в газовой компании *Burisma*. Издание «*The Washington Post*» опубликовало отрывок этих мемуаров, которые и содержат информацию о периодах жизни сына президента США, в которые он «потерял себя», жил в дорожных гостиницах, и многие другие подробности его жизни [8].

Бывший премьер-министр Великобритании Борис Джонс благодаря СМИ прославился громкими вечеринками еще во время ограничительных мер периода пандемии [9].

Мировая история не помнит событий, когда первым лицом государства становился человек, построивший карьеру в сфере юмора и индустрии развлечений. Несмотря на номинальное наличие у президента Украины В. А. Зеленского юридического образования, весь его профессиональный путь связан со съемками в юмористических шоу и комедийных сериалах.

Именно этот случай ярко демонтирует ситуацию профессиональной культуры, которая подразумевает интеграцию людей на основании принадлежности к той или иной профессии (только возникает вопрос — какой?), а именно некоторой совокупности их знаний, умений, способов коммуникации. Их регламентация, как правило, находит отражение в профессиональных стандартах. Для общества существование подобных стандартов необходимо, поскольку

формируются общественные ожидания к определенным профессиональным сообществам, выполняющим свои задачи.

Если говорить о поведении вышеуказанных политических лидеров, то необходимо отметить, что их управленческая культура далека от идеала. Трудно представить, чтобы лидеры Российской Федерации и восточных государств могли позволить себе или членам семей подобное аморальное поведение, потому что национальная культура формирует исторически сложившуюся ценностно-нормативную систему, не способную изменяться под воздействием культуры отдельного политического лидера.

Считаем, что главой государства должен быть исключительно харизматичный лидер — это человек, который обладает особыми качествами личности, способный своим примером мотивировать окружение становиться лучше, способного вести за собой людей. Возникает вопрос: куда может повести за собой президент США, который даже не знает, куда идти самому после публичного выступления, и протягивает руку в пустоту, чтобы с кем-то поздороваться...? [10]. Только деградирующее общество выберет на пост главы государства президента, позволяющего себе подобное поведение. Считаем, что во многом сегодняшний раскол в мировом сообществе связан со столкновением национальных, политических, профессиональных, управленческих и информационных культур между Западом и Востоком.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, проведенный контент-анализ публикаций подтверждает неугасаемый интерес к феномену организационно-управленческой культуры, а теоретический анализ трудов зарубежных и отечественных исследователей доказывает определяющую роль лидера в формировании культуры организации.

Во-вторых, исходя из того, что лидер способен объединять людей вокруг себя за счет набора личностных качеств, благодаря которым он является «ориентиром» и транслятором определенной ценностно-нормативной системы, считаем, что поведенческие нормы и установки некоторых глав государств, которые можно наблюдать через СМИ, носят исключительно девиантный характер.

В-третьих, интерпретировав данное ранее автором статьи определение управленческой культуры [11], можно уточнить понятие «управленческая культура главы государства»: это совокупность профессиональных навыков и лидерских качеств первого лица государства, выражающихся в стиле управления, методах мотивации сотрудников государственного аппарата, профессиональном под-

ходе к принятию управленческих решений в интересах государства, которые направлены на интеграцию всего общества на основе единых норм, ценностей и установок, влияющих на поведение каждого гражданина.

Литература

1. Mulyadi Robin Eva N., Sendjaya S., van Dierendonck D., Liden Robert C. *Servant Leadership: A Systematic Review and Call for Future Research* // *The Leadership*. 2019. № 1 (30). P. 111-132. URL: doi:10.1016/j.leaqua.2018.07.004.
2. Rahman M. H., Dey T., Al-Amin M. *Relationship between Organizational Strategy and Leadership Style in Performance Efficiency* // *Asian Business Review*. 2019. № 9 (1). Pp. 17-22. URL: <https://doi.org/10.18034/abr.v9i1.221>.
3. Галенко М. В. *Лидерство как фактор формирования управленческой культуры: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. социол. наук: 22.00.08* / М. В. Галенко. Волгоград, 2007. 26 с.
4. Сафина Д. М. *Влияния лидера на формирование организационной культуры* // *Актуальные проблемы экономики и права*. 2011. № 4. С. 208-212.
5. Колмыкова М. А. *Формирование внутриорганизационного и внеорганизационного социального капитала образовательной организации: от теории к практике* // *Вестник Самарского муниципального института управления*. 2022. № 1. С. 108-115.
6. Дружинина А. А. *Управленческая культура лидера в социальной сфере: зарубежные подходы* // *Общество: социология, психология, педагогика*. 2018. № 8 (52). С. 95-98.
7. Ратманова Е. *Организационно-управленческая культура политического лидера: интерактивный подход* // *Власть*. 2009. № 6. С. 24-26.
8. СМИ: сын Байдена потратил заработанные на Украине деньги на наркотики // *Риа Новости*. 01.04.2021 г. URL: <https://ria.ru/20210401/bayden-1603731581.html?in=t>.
9. В Британии разоблачили «винные вечеринки» Джонсона // *Официальный сайт News.ru*. 15.01.2022 г. URL: https://news.ru/world/kupili-holodilnik-v-britanii-razoblachili-vinnye-vecherinki-dzhonsona/?utm_source=uxnews&utm_medium=desktop.
10. Байден вновь протянул руку в никуда // *Риа Новости*. 23.04.2022 г. URL: <https://ria.ru/20220423/ruka-1785034688.html?ysclid=l8ismxhj3v876174179>.
11. Колмыкова М. А. *Управленческая культура: многообразие теоретических подходов* // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*, 2019. № 12. С. 75-78.

Статья поступила в редакцию 13.06.22г.

Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой

УДК 332.14+316

© М. О. Скивко¹, А. О. Зубова², Н. А. Волкова³, 2022

^{1,2,3} Самарский национальный исследовательский
университет им. академика С. П. Королева
(Самарский университет);

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

E-mail ¹: maria.skivko@gmail.com

E-mail ²: zubovaalya@mail.ru

E-mail ³: volkova@ssau.ru

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС: ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ УСТОЙЧИВОЙ ПОВЕСТКИ

Дискуссия об устойчивом развитии общества затрагивает сегодня самые разные сферы человеческой деятельности. Социальное предпринимательство, в частности, рассматривается как один из способов достижения показателей устойчивости. Данная статья, во-первых, обозначает точки пересечения устойчивой повестки и социального бизнеса; во-вторых, на конкретных кейсах социального бизнеса показывает, каким образом сегодня можно решать социальные, культурные или экологические проблемы с помощью концепции устойчивого развития.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальный бизнес, устойчивое развитие, концепция устойчивого развития, цели устойчивого развития.

Гражданское законодательство Российской Федерации дает определение предпринимательской деятельности, под которой понимается самостоятельный процесс, осуществляемый на риск предпринимателей, направленный на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Существует законодательное понимание того, кто и в какой форме может осуществлять такую практику. Так, в 2019 г. появилось новое направление предпринимательской деятельности — социальное предпринимательство [1]. Безусловно, о такой форме ведения бизнеса говорилось и раньше. С теоретической стороны разные исследователи в своих трудах рассматривали вопросы, связанные с социальным предпринимательством [2, 3, 4, 5]. С

практической стороны можно обозначить конкретные примеры организации социального бизнеса (частные детские сады, социальные парикмахерские, различные оздоровительные центры, в том числе для инвалидов, и т.д.). Однако законодательное понимание такого процесса появилось именно в 2019 году.

Под социальным предпринимательством следует понимать деятельность, которая направлена на достижение общественно полезных целей и способствует решению социальных проблем граждан и общества. При этом социальный бизнес в отличие от благотворительности также имеет целью получение прибыли. Указанный вид бизнеса развивается своими темпами и имеет свои особенности. Предполагается, что бизнес с социальной направленностью может способствовать устойчивому региональному развитию.

В связи с вышеизложенным *цель работы* — проанализировать деятельность социальных предпринимателей на предмет их возможного вклада в устойчивое развитие региона.

Исходя из данной цели были поставлены следующие *задачи*:

- описать повестку устойчивого развития для регионов;
- обозначить возможности для эффективного взаимодействия социального бизнеса и повестки устойчивого развития для регионов;
- исследовать кейсы социального предпринимательства в регионе.

Объектом данного исследования выступили практики ведения социального бизнеса в Самарском регионе, *предмет исследования* — возможности социальных предпринимателей в контексте вклада в устойчивое развитие региона.

Цифровизация, глобализация, достижения научно-технического прогресса, роль информации в повседневной жизни меняют ценности и жизненные ориентиры мирового сообщества. Последствия изменения климата, влияющие на глобальном и локальном уровнях на жизнь людей во всем мире, заставляют бизнес, в частности, разрабатывать новые стратегии и применять инновационные идеи. Такие идеи должны, с одной стороны, отражать интересы современного бизнес-сообщества, с другой стороны, следовать актуальным запросам потребителей. Более того, социальные, экономические, экологические кризисы ускорили и подчеркнули необходимость изменений, для которых бизнес-сообщество должно придумать решения.

Концепция устойчивого развития подразумевает тесную взаимосвязь экологии, экономики и общества. Устойчивым называется развитие общества, при котором удовлетворяются основные потреб-

ности человека в настоящем времени и сохраняются такие же возможности для будущих поколений, при этом устойчивое развитие формирует жизнеспособные модели для экономики и социально ожидаемые — для общества.

В 2015 году ООН были сформированы 17 целей в рамках Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года (далее — Повестка), которые определили план действий для человечества на ближайшие 15 лет [6]. Так, в рамках этой Повестки обозначаются такие глобальные проблемы, как нищета, голод, качество жизни, доступ к ресурсам и др. Соответственно, социальные акторы, принимающие во внимание все цели данной Повестки (а это 169 задач), занимаются вопросами улучшения благосостояния населения, доступности образования, здравоохранения, социальной защиты и трудоустройства, а также разработкой мер по ликвидации бедности, наращиванию экономического роста, борьбе с изменением климата и защитой окружающей среды. При этом глобальные проблемы имеют отражение на локальном уровне как неизбежные последствия бездействия и невнимания со стороны власти, бизнеса и самого населения планеты. Соответственно, включенность в Повестку устойчивого развития предполагает деятельность как на глобальном уровне (международные организации, правительства стран), так и на локальном уровне (региональные правительства, малый и средний бизнес).

Традиционный малый и средний бизнес может включиться в реализацию целей устойчивого развития с помощью основного вида деятельности компании, благотворительности или публично-частного партнерства. Кроме этого повестку устойчивого развития общества может отражать и социально ориентированный бизнес, также нацеленный на поддержку и продвижение социальных изменений [7]. При этом социальный бизнес должен использовать другие возможности. Например: разработка системы ценностей, которая заключатся в следующем.

Во-первых, на стадии разработки продукта (услуги) можно внедрить использование этических принципов, а на стадии производства — создать рабочие места для маргинализованных социальных групп. Во-вторых, сам продукт или услуга могут решать социальную или экологическую проблему. В-третьих, прибыль можно использовать для решения социальных и (или) экологических проблем, для поддержания социальных и (или) экологических программ и проектов [8].

Социальные предприниматели сегодня имеют все возможности реализовывать стратегии, отражающие и дополняющие меры по достижению целей устойчивого развития [9]. Основными направлениями в этой сфере могут стать: забота о человеке, бережное отношение к природным ресурсам, налаживание эффективного взаимодействия между членами одного сообщества, между разными сообществами для совместной разработки необходимых решений [10].

Тем не менее, цели социального бизнеса необязательно отражают только повестку целей устойчивого развития. Социальные предприниматели также включены в систему взаимодействия между социально незащищенными слоями населения (потребителями товаров (услуг), участниками производства и продажи экономических и социальных ценностей) и государством [11]. Кроме того, социальные предприниматели часто взаимодействуют с органами власти, представителями различных сообществ, некоммерческими организациями, что отвечает 17-ой цели Повестки, а именно развитию партнерства. Именно партнерство в интересах устойчивого развития может стимулировать создание и реализацию инновационных проектов.

Более того, именно социальный бизнес может реализовывать инновационные идеи, осуществлять коллаборации с различными сегментами бизнеса и создавать акции, ориентированные на действия. Предпринимательское мышление может стимулировать развитие устойчивого бизнеса и удовлетворение потребительских запросов путем воплощения устойчивых решений.

Вопросы эффективного использования ресурсов и снижения негативного влияния на окружающую среду, вопросы условий труда, снижения безработицы напрямую касаются задач социальных предпринимателей. Проблема ликвидации нищеты, проблема хорошего здоровья и благополучия, проблема гендерного равенства (т.е. цели 1, 2 и 5 Повестки соответственно) непосредственно касаются сферы деятельности социального предпринимателя. Сюда также можно отнести задачи социального предпринимательства по продвижению инклюзивности, борьбе с неравенством. Проблемы последствий, связанных с изменением климата для различных регионов (цель 13 Повестки), и проблемы последствий использования токсинов на производстве касаются как сфер развития социального бизнеса, так и повестки устойчивого развития регионов. Наконец, социальные предприниматели могут обеспечить экономический рост (цель 8 Повестки) региона путем реализации креативных идей и создания рабочих мест для социально незащищенных групп населения [12].

Корпоративная социальная ответственность рассматриваемой группы предпринимателей должна включать следующие аспекты [13]:

– социальный (сохранение культурного наследия и целостности, предотвращение конфликтов, снижение социальной напряженности);

– экологический (обеспечение жизнеспособности экосистем);

– экономический (оптимальное использование ресурсов, использование экологичных, энергоэффективных технологий, переработка отходов и др.).

На практике это может выражаться как в благотворительных программах, так и в социальном маркетинге или спонсорстве. При этом социальный бизнес может использовать различные финансовые потоки для решения социальных проблем.

Рассмотрим возможности решения социальных проблем в рамках повестки устойчивого развития на примере практик ведения социального бизнеса в Самарском регионе.

Самарская область активно поддерживает организации, которые участвуют в решении ряда социальных проблем региона. По состоянию на 30 июля 2021 года в субъекте федерации была зарегистрирована 1241 социально ориентированная некоммерческая организация [14].

Набольшее развитие в регионе получили разнообразные практики ведения социального бизнеса по следующим направлениям.

Во-первых, можно выделить опыт, направленный на развитие доступного образования (цель 4 Повестки). Так, в качестве примера следует отметить центр детского развития «Ступени», который находится в г.о. Тольятти. Учреждение относится к дошкольному образованию детей в возрасте от 1 года до 3 лет. Целью учреждения является не просто организация присмотра и ухода за детьми, а помощь в адаптации и социализации для маленьких детей перед переходом в более взрослые группы. Центр детского развития существует более десяти лет, что говорит о востребованности данного учреждения. Это не единственный пример реализации цели доступного образования. Стоит отметить практику студии детского творчества «Фантазия» (для детей от 4 до 16 лет), где педагогами раскрываются таланты воспитанников в различных сферах деятельности, таких как аппликация, лепка, рисование, батик, живопись, валяние, торцевание, декупаж. Также центр организует мастер-классы для взрослых по живописи и валянию, реализует интересное направление – ЭБРУ – рисунки на воде.

Во-вторых, стоит отметить опыт по реализации цели обеспечения хорошего здоровья и благополучия. В Самарской области также представлены практики, отвечающие заявленной цели. Например, общество с ограниченной ответственностью «Опора» — протезно-ортопедическое предприятие, которое изготавливает протезы для людей с ампутированными конечностями. Одним из основных заказчиков предприятия является Государственное бюджетное учреждение здравоохранения Самарской области «Тольяттинская городская детская клиническая больница» [15].

Для поддержания хорошего здоровья в регионе организованы учреждения для занятия спортом. В качестве примера можно выделить тренажерный зал «Атлант». Примечательно, что данный проект стал победителем Всероссийского конкурса проектов «Социальный предприниматель — 2012». В настоящее время тренажерный зал успешно функционирует, предлагая своим посетителям возможность улучшить свое физическое здоровье по доступным ценам.

Подводя итог анализу практик в сфере образования, обеспечения здоровья и благополучия, необходимо отметить, что учреждений данной направленности, созданных социально ориентированными предпринимателями на территории Самарской области, по состоянию на 30 июля 2021 г. действует более трехсот [14].

Однако есть цели Повестки, в реализации которых социальные предприниматели еще могли бы поучаствовать, например, цель 9 «Индустриализация, инновации и развитие инфраструктуры» или цель 16 «Мир, правосудие и эффективные институты». Для этого необходимы: дальнейшее развитие социального бизнеса в регионах, соответствующая комплексная поддержка со стороны муниципальной и региональной власти, а также меры по увеличению включенности населения в устойчивую повестку.

Представленный в статье анализ показал, что социальное предпринимательство является одним из вариантов реализации целей повестки устойчивого развития. Более того, региональные власти осуществляют определенную поддержку организаций, с помощью которых решаются социальные проблемы региона.

Литература

1. Федеральный закон Российской Федерации от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/>.
2. Лысенко В. В. Социальное предпринимательство как новая форма взаимодействия гражданского общества и бизнеса // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 10. С. 43-47.

3. Журавлев В. И. Конституционная политика государства в области благотворительности и ее значение для развития гражданского общества // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 8. С. 15-20.

4. Плетень А. С. Социальное предпринимательство в современной России: законодательное регулирование и основные направления государственной поддержки // Актуальные проблемы российского права. 2016. № 10. С. 94-101.

5. Александрова А. В. Социальное предпринимательство в условиях цифровой экономики // Цифровая экономика и Индустрия 4.0: новые вызовы: Труды научно-практической конференции с международным участием (г. Санкт-Петербург, 02-04 апреля 2018 г.) / Под редакцией А. В. Бабкина. СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2018. С. 448-452.

6. Цели устойчивого развития ООН URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/>.

7. Skivko M. Digital Technologies, Social Entrepreneurship and Governance for Sustainable Development // Research in Social Change 2021. Vol. 13. № 1. Pp. 165-173.

8. Littlewood D. C., Holt D. How social enterprises can contribute to the Sustainable Development Goals (SDGs) — A conceptual framework / N. Apostolopoulos, H. Al-Dajani, D. Holt, P. Jones, R. Newbery (eds.) // Entrepreneurship and the Sustainable Development Goals. Contemporary Issues in Entrepreneurship Research. 2018. № 8. Pp. 33-46.

9. Гришин А. И., Мельников М. С., Строганов И. А. Социальное предпринимательство и социальные проекты бизнеса в рамках концепции устойчивого развития // Вестник Академии. 2015. № 1. С. 9-15.

10. Зеленский А. Г., Ракутина М. М. Роль социального предпринимательства в обеспечении устойчивого развития // Безопасность в современном мире: Всероссийская научно-практическая конференция (г. Волгоград, 2020 г.) / под ред. Д. В. Семикина. Волгоград: Волгоградский институт управления — филиал РАНХиГС, 2020. С. 40-45.

11. Дегтярева С. В., Дегтярева Т. О. Социальное предпринимательство как источник социальных изменений в современной экономике: системный подход // Вестник ОмГУ. Сер.: Экономика. 2019. № 2. С. 99-111.

12. Горьковая О. П., Петров А. В. Социально ответственный бизнес и реализация целей устойчивого развития в России как возможность снижения комплаенс-рисков // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2019. № 1 (50). С. 32-37.

13. Федько А. А., Позднякова Ж. С. Социальное предпринимательство как форма корпоративной социальной ответственности // Управление в современных системах. 2020. № 1 (25). С. 49-55.

14. Реестр социально ориентированных некоммерческих организаций, сформированный в соответствии с Постановлением Правитель-

ства Российской Федерации от 30 июля 2021 г. № 1290 // Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. URL: <https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko/region/125>.

15. Официальный сайт СБИС. URL: <https://sbis.ru/contragents/6321384173/632401001>.

*Статья поступила в редакцию 15.06.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА ПРИ РАЗРАБОТКЕ И ПРЕДОСТАВЛЕНИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

В предлагаемой статье автор рассматривает социальный капитал как значимый ресурс при разработке и предоставлении интеллектуальных услуг. Уделено внимание доверию и социальной сети как структурным элементам социального капитала. Показано, что процесс интеграции знания приводит к социальной интеграции, и наоборот — социальная интеграция приводит к эффективной интеграции знаний при разработке и предоставлении интеллектуальных услуг.

Ключевые слова: социальный капитал, интеллектуальные услуги, знания, интеграция знаний, социальная интеграция, инновации, социальный ресурс.

В современном обществе давно и достаточно активно в последнее десятилетие развивается сфера услуг. Появление новых сервисных процессов (например, Internet) позволило разрабатывать новые методы и технологии предоставления услуг, а влияние различных факторов способствовало формированию и выделению особого сегмента услуг — интеллектуальных. В условиях «общества знаний» интеллектуальные услуги выполняют роль драйвера всей отрасли. Именно в сфере интеллектуальных услуг происходит формирование основополагающих факторов социально-экономического роста и развития — нового научного знания, интеллектуального капитала, информационных технологий, консалтинга и др. [4, 9].

В этой связи, капитал организаций, оказывающих услуги интеллектуального характера, складывается из неэкономических, «неосязаемых активов» — знаний и интеллектуальных ресурсов, человеческого и социального капитала, доверия и приверженности общим ценностям и т.д. [15]. Знания становятся ресурсом производства, но особую роль занимает социальный капитал, способствующий интеграции знаний, которые как результат воплощаются в новом продукте, услуге.

Таким образом, актуальность исследования роли социального капитала определена стремлением показать значимость социаль-

ного капитала как ресурса при создании интеллектуальных услуг и инноваций.

Цель данной работы – раскрыть роль социального капитала при разработке и предоставлении интеллектуальных услуг.

Предмет исследования – роль социального капитала при разработке и предоставлении организацией интеллектуальных услуг, выступающих объектом исследования.

Социальный капитал представляет собой ресурс, объединяющий людей и позволяющий им заниматься совместной (коллективной) деятельностью в рамках решения определенных задач. В работе «Теоретико-методологические основы исследования социального капитала как социально-экономической категории» автор представляет взгляды исследователей по вопросу структурных компонентов социального капитала в рамках различных современных теорий и подходы в исследовании феномена [13]. При всем многообразии исследовательских позиций наиболее распространенными – классическими остаются взгляды П. Бурдье, который в структуре социального капитала выделяет социальные нормы, сети, связи, основанные на доверии или принадлежности к группе [2], Дж. Коулмена, по мнению которого одним из аспектов социального капитала является способность облегчить совместную деятельность и увеличить эффект групповой кооперации. Группа, «внутри которой существует полная надежность и абсолютное доверие, способна совершить много больше по сравнению с группой, не обладающей данными качествами» [5]. Доверие создает внутренний «комфорт» в организации, что способствует эффективной коллективной работе [6]. Таким образом, в данном исследовании мы остановимся на таких компонентах социального капитала как социальная сеть (по мнению Р. Д. Патнэма, представляет собой межличностное общение [7]) и доверие. Раскрыть роль социального капитала при разработке и предоставлении интеллектуальных услуг без указанных характеристик представляется маловероятным.

Несмотря на то что интеллектуальные услуги являются ключевым элементом в новой системе социально-экономических отношений и целой отрасли экономики, общепринятого определения в научной литературе сущностной составляющей данной категории не сложилось. Наряду с термином «интеллектуальные услуги» в литературе можно встретить термин «деловые интеллектуальные услуги». В контексте данного исследования мы будем рассматривать эти термины как близкие по смыслу и содержанию.

В таблице 1 представлены взгляды исследователей на сущность и содержание термина «интеллектуальные услуги».

Таблица 1

Сущность и содержание термина «интеллектуальные услуги»

<i>Подходы к определению термина «интеллектуальные услуги»</i>	<i>Автор</i>
Профессиональная форма услуг, включающая такие группы, как правовые, аудиторские, консалтинговые, инжиниринговые, услуги здравоохранения	Ф. Махлуп [9]
Сфера услуг, охватывающая сегменты экономической и социальной деятельности (строительство, архитектура, банковская и финансовая деятельность, страхование, подбор персонала и другие)	П. Уиндрам и М. Томлинсон [1]
Часть сервисного сектора, потенциал создания добавленной стоимости которого основывается на использовании интеллектуального и творческого труда, связанного с потреблением новых знаний и умений и внедрением новых процессов и технологий	М. Б. Левина [9]
Специфическая форма услуг по разработке и реализации решений, которые приводят к повышению эффективности определенных сторон хозяйственной деятельности потребителя (заказчика, клиента)	С. И. Селюто [11]
Вид экономической деятельности, связанный с процессом производства новых знаний на основе осуществления научных исследований и предоставления заказчику необходимой для него информации	В. А. Шапошников [14]

По данным, представленным в таблице 1, видно, что границы сектора интеллектуальных услуг размыты, нет однозначной классификации и единого подхода, но, обобщая представленную информацию, интеллектуальные услуги можно представить следующим образом:

— в основе процесса создания услуг лежат профессиональные знания;

— при создании услуг используется интеллектуальный и творческий труд;

– высокая степень индивидуализации, так как при разработке и предоставлении такого вида услуг необходимо учитывать индивидуальные потребности и запросы конкретного потребителя;

– результатом предоставления (производства) услуги может являться консультация, рецензия, проект, рекомендация по решению вопроса, что описывает такие виды услуг, как управленческое консультирование;

– другим результатом производства услуги может являться непосредственное выполнение определенных функций (на основе аутсорсинга (например, услуг по управлению персоналом)).

В. Р. Пиримов отмечает, что интеллектуальные услуги предоставляются небольшими организациями с небольшим числом участников, в которых максимально возможно удовлетворить потребность в личном контакте и доверии между акторами (поставщиками услуг и потребителями). Во многих случаях вопросы доверия становятся главными в отношении как доступа к конфиденциальной информации, так и имиджа квалифицированного и профессионального поставщика услуг [8]. Высокий уровень доверия способствует долговременному сотрудничеству, позитивно влияет на развитие организации. В такой ситуации доверие можно рассматривать как источник социального капитала организации и как его результат на мезоуровне (см. рис. 1), а социальный капитал рассматривать как ресурс социально-экономического развития.



Рис. 1. Доверие как структурный компонент и результат социального капитала организации при разработке и предоставлении интеллектуальных услуг

По мнению Т. А. Гужавиной, «социокультурные механизмы доверия позволяют построить человеческую деятельность наиболее рациональным образом, избежать излишних рисков, сформировать нравственное ядро, обеспечивающее основу коллективных действий и взаимодействий» [3]. Таким образом, доверие, которое возникает у внешних акторов (потребителей услуг) по отношению к организации, по сути своей сформировалось благодаря практической

деятельности работников организации. Совместная деятельность работников в благоприятном социально-психологическом климате, высокий уровень мотивации, эффективные коммуникации, активная и открытая политика получения, накопления и использования знаний способствуют выстраиванию доверительных отношений в организации, тем самым превращая социальный капитал в ресурс. Ресурсом, в частности, является «верность слову», «уровень доверительности» [3].

В работе Д. М. Сафиной «Доверие в организации» можно найти следующее утверждение: «Доверие в организации дает синергетический эффект. Получение эффекта синергизма заключается в увеличении добавленной стоимости за счет интеграции. Взаимодействие в группах строится на взаимном влиянии и взаимозависимости, при этом члены групп осознают, что они как единое целое обладают большим потенциалом для совместного достижения целей и удовлетворения совместных и индивидуальных запросов» [10].

Таким образом, в доверительных отношениях проявляются особенности процесса разработки и предоставления интеллектуальных услуг как процесса интеграции знаний. Ниже представлены этапы процесса интеграции знаний (см. рис. 2).



Рис. 2. Этапы процесса интеграции знаний [15]

Представленные этапы важны в многостадийном процессе движения знаний, но каждый из этих этапов становится более эффективным благодаря социальному капиталу. Проявляясь в социальных отношениях субъектов от этапа создания и до этапа использования и преобразования в услуги, происходит укрепление отношений, формируется доверие, что в свою очередь влияет на систему ценностей и организационную культуру сервисного предприятия.

Посредством межличностного общения между работниками сервисного предприятия (диалоги, обмен опытом или процесс обу-

чения) происходит формирование социальных контактов. Эта сеть взаимодействий, в которую они вовлечены, позволяет продуктивно воспользоваться этим ресурсом для решения как повседневных задач, так и в перспективе. Отмечая роль и значимость социального капитала Дж. Коулмен заметил, что социальный капитал облегчает действия акторов внутри социальной структуры и способствует достижению определенных целей [5]. Таким образом, социальная сеть взаимодействий (межличностное общение как в формальной, так и неформальной форме) как элемент социального капитала обладает достаточно важным и серьезным потенциалом в ситуации совместной деятельности.

На каждом из этапов совместной деятельности в организации важно понимание развития социальных связей между работниками, их позитивных оценок и удовлетворенности отношениями. Интеграция знания как основа создания интеллектуальных услуг приводит к интеграции социальной. Социальная интеграция представляет собой состояние и процесс объединения в единое целое на основе взаимозависимости и взаимодополняемости, в том числе как процесс гармонизации отношений между различными социальными группами. С. С. Фролов отмечает высокую роль руководителя организации в этом процессе — создание условий для взаимодействия для достижения общих организационных целей, формирования единства группового сознания [12]. Таким образом, социальная интеграция приводит к эффективной интеграции знаний.

Рассматривая этапы процесса интеграции знаний (рис. 2) нами замечено, что каждый из них значим, но именно на этапе «Преобразование знаний» происходит то, что максимально определяет значимость социального капитала при производстве интеллектуального продукта — трансформация индивидуального знания в коллективное в процессе межличностного общения. И если на этом и последующих этапах не происходит только «механического исполнения ролевых требований» [12], присутствует достаточная вовлеченность на этапе «Обмен и сохранения знаний» и члены организации координируют свои усилия на достижение общей цели, то процесс преобразования в готовый интеллектуальный продукт (услугу) можно отнести к завершенному эффективному процессу.

Подводя итоги вышесказанному, можно сделать следующие выводы.

1. В действительности система разработки и предоставления интеллектуальных услуг гораздо сложнее, чем может показаться на первый взгляд. Помимо осязаемых элементов, контактного персо-

нала, потребителя услуги, она включает в себя множество других элементов. Необходимо четко представлять ожидаемые результаты, типы и формы взаимодействий, так как процесс разработки и предоставления интеллектуальных услуг не может быть всегда одинаковым.

2. Главной ценностью и центральным звеном в организации разрабатывающей и предоставляющей интеллектуальные услуги являются человеческие ресурсы. Именно они закладывают основу доверительных отношений в организации и во внешней среде.

3. Социальный капитал способствует достижению наиболее высокой стадии интеграции знания при создании и предоставлении интеллектуальных услуг различных категорий.

4. Роль социального капитала в разработке и предоставлении интеллектуальных услуг выражается в значимости социальных отношений.

5. Социальные отношения (межличностное общение) должны присутствовать на всех этапах интеграции знаний, что в долгосрочной перспективе приведет не только к результативному, но и эффективному предоставлению интеллектуальной услуги.

6. Социальные отношения — это добавочная стоимость к производимым и предоставляемым интеллектуальным услугам, формирующие основу доверительного долгосрочного сотрудничества.

Литература

1. Windrum P., Tomlinson M. Knowledge-Intensive Services and International Competitiveness: A Four Country Comparison // *Technology Analysis and Strategic Management*. 1999. № 3. Pp. 391-408.

2. Бурдые П. Формы капитала // *Экономическая социология*. 2002. № 3. С. 60-74.

3. Гужавина Т. А. Социальный капитал региона как фактор модернизации // *Проблемы развития территории*. 2016. № 1. С. 130-142.

4. Захарова Е. Н., Тамов А. А., Земцова А. В. Сущностные особенности «Экономики знаний» и их проявление в секторе интеллектуальных услуг // *Вестник Адыгейского государственного университета*. Сер. 5: Экономика. 2017. № 1. С. 91-98.

5. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность*. 2001. № 3. С. 122-139.

6. Кропачева Д. С. Доверие как один из основных компонентов социального капитала в формировании трудовых отношений // *СГН*. 2019. № 1. С. 426-433.

7. Мачеринскене И. М., Минкуте-Генриксон Р. В., Симанавичене Ж. Й. Социальный капитал организации: методология исследования // Экономика образования. 2009. № 2-1. С. 28-38.

8. Пиримова В. Р. Инфраструктура развития сектора интеллектуальных услуг // Вестник РЭА им. Г. В. Плеханова. 2018. № 1. С. 174-179.

9. Садофьев А. А., Юрханян К. А. Интеллектуальные услуги как инструмент воспроизводства человеческого капитала в условиях «Экономики знаний» // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 5: Экономика. 2016. № 4. С. 43-49.

10. Сафина Д. М. Доверие в организации // Ученые записки Казанского университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2005. № 3. С. 196-203.

11. Селюто С. И. Особенности рынка деловых интеллектуальных услуг в странах ЕС: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / С. И. Селюто. М., 2015. 184 с.

12. Фролов С. С. Социальная интеграция системных компонентов организации как одна из целей управленческой деятельности // Вестник ГУУ. 2016. № 3. С. 259-264.

13. Четверикова Н. А., Колмыкова М. А. Теоретико-методологические основы исследования социального капитала как социально-экономической категории // Вестник Самарского муниципального института управления. 2020. № 4. С. 90-98.

14. Шапошников В. А. Интеллектуальные услуги как категория в системе маркетинга // Практический маркетинг. 2010. № 5. С. 4-12.

15. Шитухина Н. С. Информационно-аналитические услуги как элемент системы интеллектуальных услуг «общества знаний» // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 5: Экономика. 2018. № 4. С. 187-193.

Статья поступила в редакцию 27.05.22 г.

*Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© Л. В. Орлова¹, А. А. Моисеева², 2022

¹ Московский государственный университет технологий
и управления им. К. Г. Разумовского (ПКУ)
(МГУТУ им. К. Г. Разумовского (ПКУ)), Россия

² Медицинский университет «Реавиз», г. Самара, Россия

E-mail ^{1,2}: orlovalv313@mail.ru

РОЛЬ SOFT SKILLS И HARD SKILLS В КАРЬЕРНОМ РАЗВИТИИ ЖЕНЩИН-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В современном мире требования к образованию кардинально меняются, преимущество получают те профессионалы, которые умеют комбинировать знания из разных отраслей науки. Интерес к soft и hard skills и потребность в них — это требование конкурентоспособного рынка труда. Представленные в данной статье результаты социологического исследования показывают роль hard skills для предпринимательской деятельности и важность развития soft skills для дальнейшего процветания бизнеса женщин-предпринимателей.

Ключевые слова: soft skills, hard skills, бизнес, женщина-предприниматель.

На современном этапе общественного развития, характеризующемся динамичными инновационными бизнес-процессами, для предпринимателя представляют ценность не только профессиональные компетенции, но и дополнительные знания и навыки, освоение которых необходимо бизнесмену для дальнейшего карьерного роста в предпринимательской деятельности.

Последние исследования рынка труда показывают, что интерес работодателей к soft skills (мягким навыкам) усиливается, 93% предпринимателей из 16 европейских стран сочли их в той же степени важными, что и профессиональные знания и умения (hard skills) [1]. Это подтверждается и результатами эмпирического исследования, проведенного авторами данной работы в апреле 2022 года, часть из которых представлена в работе [2]. Цель исследования — выявить влияние soft skills и hard skills на карьерное развитие женщин-предпринимателей. Новизна работы заключается в определении роли сформированных hard skills компетенций для открытия бизнеса и значимости постоянного развития soft skills, их степени

влияния на развитие и процветание бизнеса (на основе субъективных представлений респондентов).

Объектом для исследования выступили женщины-предприниматели Самарской области, предмет исследования – soft skills и hard skills компетенции.

В качестве методов эмпирического исследования использовались качественное (свободное) интервью и количественный опрос методом анкетирования.

Качественный анализ роли влияния soft skills и hard skills на успешное развитие бизнеса женщин-предпринимателей проводился с использованием метода глубинного интервью (n=6), в ходе которого были заданы вопросы: «Помогло ли вам высшее образование в открытии своего дела?» и «Какие дополнительные (важные) навыки вам понадобились для развития и процветания своего бизнеса?». Полученные от информантов ответы сведены в таблицу 1.

Таблица 1

Варианты ответов на вопросы:

**«Помогло ли вам высшее образование в открытии своего дела?»
и «Какие дополнительные (важные) навыки вам понадобились для
развития и процветания своего бизнеса?»**

Образование	Сфера бизнеса	Влияние hard skills на открытие бизнеса	Влияние soft skills на развитие и процветание бизнеса
Информант 1			
Педагогическое (иностранные языки)	Школа иностранных языков	Образование очень пригодилось, открыт свой бизнес, связанный с полученной специализацией. В школе проходила экономические курсы, что тоже очень пригодилось	Не хватало в работе следующих личностных навыков: – способность к деловому сотрудничеству; – готовность работать совместно с другими людьми; – терпимость к чужому мнению; – навыки коммуникативного взаимодействия. Занималась самообразованием, онлайн-курсы, тренинги и сейчас продолжает обучаться. Считает, что в школе этим навыкам мало уделяют внимания, как и в вузе; чтобы карьерно расти и «идти в ногу со временем», надо самой искать современные курсы по развитию личностных навыков

Продолжение табл. 1

Информант 2			
Экономическое	Кондитерский (семейный) бизнес	Считает важным подспорьем в развитии предпринимательской деятельности	Считает, что предпринимателем может стать каждый, у кого есть желание (так как не все предприниматели вышли из семей предпринимателей), можно развивать, воспитать в себе предпринимательские качества. Не хватало умения говорить так, чтобы тебя слушали и слышали, чтобы прислушивались, понимали и доверяли (трудно было общаться с людьми), поэтому стала посещать тренинг, онлайн-курсы по коммуникациям
Информант 3			
Техническое	Мебельная фабрика	Скорее помогло, но в экономические вопросы все равно пришлось вникать. Важность высшего образования считает в том, что оно помогает «научиться учиться», а учиться приходится постоянно, поскольку в экономике постоянно происходят изменения, появляются новые технологии	Сначала для ведения бизнеса не хватало специальных знаний, навыков для преодоления трудностей, налаживания контактов, приобретения коммуникационных навыков. Потом выяснилось, что не хватает креативности для создания продуктов, отличающихся новизной, оригинальностью, уникальностью, поэтому приходится постоянно учиться, проходя курсы и тренинги, саморазвиваться
Информант 4			
Экономическое	Ногтевой салон	Полностью разочаровалась в высшем образовании	Главными личностными факторами, которыми должен обладать предприниматель, считает силу воли, дисциплину, работоспособность, доброту, благородство, а в вузе этому не учат. При открытии бизнеса не знала, как рекламировать услуги, предоставляемые своим ногтевым салоном, поэтому начала учиться ораторскому искусству, коммуникативным навыкам

Информант 5			
Педагогическое (физкультурное отделение)	Фитнес-индустрия	Высшее образование помогло при создании фитнес-клуба, а также при наборе групп детей (так как родители поверили в профессиональные навыки тренерского состава)	Считает, что нужно постоянное активное обучение для развития навыков, необходимых в работе, таких как умение: <ul style="list-style-type: none"> – работать с командой, общаясь и налаживая конструктивный диалог с любым ее членом; – координировать, управлять процессами и людьми; – договариваться при ведении переговоров; – управлять своими эмоциями и эмоциями своей команды. Для ведения бизнеса необходимы стрессоустойчивость, креативность, желание обучаться новым технологиям и методам (без этого не достичь высокой ступени карьерного роста в данном бизнесе)
Информант 6			
Экономическое (бухгалтер-аудитор)	Торговля (сеть магазинов аксессуаров)	Высшее образование не пригодилось. Считает, что у нее просто есть «корочка» о высшем образовании, а изучать пришлось все самостоятельно. Из знаний, полученных в вузе, понадобился только маркетинг	Работая с коллективом, поняла, что нужны умения и навыки в организации времени, распределении задач, в поиске и структурировании информации; коммуникативные навыки. <p>Очень не хватало навыков работы в информационной среде – умения находить нужную информацию в сети Интернет; видеть и понимать, что же хочет потребитель, а также закрывать эти потребности.</p> <p>Приобретала навыки через онлайн-платформы (вебинары, видеоконференции), посещала тренинги, занималась саморазвитием</p>

Несмотря на разные истории вхождения в мир предпринимательства, все информанты подчеркивают важность для успешного осуществления своего дела наличия определенного опыта работы и образования в соответствующей сфере. В своих неудачах в большей степени винят сами себя, считая, что нужно работать над своими ка-

чествами, постоянно развиваться, дисциплинировать себя, искать новые возможности. Все информанты, кроме одного, сошлись в едином мнении, что высшее образование им пригодилось для открытия и (или) ведения бизнеса. Кроме этого были названы важные soft skills, которые информанты развили при получении высшего образования, такие как приобретение специальных знаний, способов преодоления трудностей, коммуникационных навыков, а также умение налаживать контакты. Все информанты отметили, что учиться приходится постоянно, постоянно проходить какие-то курсы, саморазвиваться, поскольку развитие бизнеса напрямую зависит от меняющейся конъюнктуры рынка, появления новых технологий.

Количественный анализ роли влияния soft skills и hard skills на успешное развитие бизнеса женщин-предпринимателей проводился с помощью анкетирования (n=130), результаты которого представлены на рисунке 1.

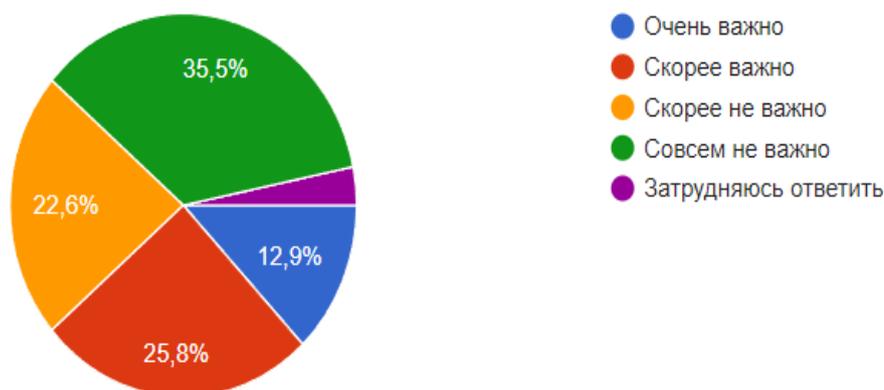


Рис. 1. Распределение ответов респондентов о важности наличия высшего образования (любого уровня и направленности) для открытия своего бизнеса

Анализ ответов, полученных при анкетировании, показал, что 35,5% респондентов (самая большая доля от общей выборки) считают наличие высшего образования (любого уровня и направленности) совсем не важным для открытия своего бизнеса, 22,6% — скорее не важным, что в совокупности составляет 58,1%. Только 12,9% респондентов считают наличие высшего образования для открытия своего бизнеса очень важной составляющей, а 25,8% — скорее важной, что в совокупности составляет 38,7%.

Таким образом, доводов в пользу «неважности» высшего образования на 19,4% больше, чем противоположного мнения.

Иная картина сложилась относительно «важности» специальности и (или) направления при наличии высшего образования для успешного осуществления предпринимательской деятельности. Так,

в анкетном опросе было отражено наличие трех направлений, которые могут быть востребованы для открытия своего бизнеса, — юридического, экономического, технического. 1/3 респондентов сошлись во мнении о том, что наличие каждого из трех направлений высшего образования в чем-то важно, а в чем-то нет. Чуть меньше респондентов считают наличие специального образования по всем трем направлениям скорее важным и в среднем 18% считают его очень важным.

В конце анкеты женщинам-предпринимателям был задан вопрос: «Как ваше дополнительное образование (по развитию компетенций soft skills) отразилось на вашем бизнесе?», при ответе на который нужно было отметить все возможные варианты. Варианты полученных ответов представлены в таблице 2.

Таблица 2

Варианты ответов на вопрос: «Как ваше дополнительное образование (по развитию компетенций soft-skills) отразилось на вашем бизнесе?»

<i>Варианты ответов</i>	<i>Количество чел.</i>	<i>Доля (%)</i>
Увеличилась клиентская база (больше стало заказчиков, покупателей)	64	49,2
Улучшилось качество продукции и услуг	79	60,8
Повысилась управленческая эффективность в принятии решений	82	63
Повысилась эффективность во взаимодействии с коллективом (с командой)	48	36,9
Увеличилась прибыльность предприятия	42	32,3
Удалось преодолеть собственные психологические проблемы в работе	39	30
Это привело к моему карьерному росту	81	62,3
Пока никак не отразилось	9	6,9
Другое (напишите)	1	0,8

Как видно из таблицы 2, более половины респондентов отметили следующие варианты ответов на вопрос о влиянии дополнительного образования в области развития компетенций soft skills:

- привело к карьерному росту (62,3%);
- повысилась управленческая эффективность в принятии решений (63%);
- улучшилось качество продукции и услуг (60,8%).

Только один респондент в строке «Другое (напишите)» ответил: «Появилось новое направление: открытки и книги, и меня не

штрафовали за нарушение законодательства, в связи с тем что я его старалась правильно применять».

Таким образом, женщины-предприниматели сначала акцентируют внимание на профессиональных навыках, понимая, что soft skills, важные для карьеры и отвечающие за успешное участие в рабочем процессе предпринимательской деятельности, они смогут развить в процессе работы. Развитие soft skills поможет им стать настоящим бизнес-профессионалом, привести свой бизнес к процветанию.

Следовательно, soft skills настолько же важны, как и hard skills. Современному бизнес-управленцу необходимо развивать как те, так и другие компетенции: посещать всевозможные курсы, вебинары, конференции, тренинги, получать новые умения, знания и сразу применять их в действии [2, 3]. Важность двух укрупненных групп компетенций нельзя оспорить, так как hard отвечает на вопрос «Что нужно делать?», а soft – отвечает на вопрос «Как это можно сделать наилучшим образом?» [4].

Проведенные исследования среди женщин предпринимательской сферы подтвердили значимость и важность soft skills и hard skills в карьерном развитии.

В заключение можно отметить, что технологии развиваются так стремительно, что успех в карьерном развитии достигает тот, кто умеет быстро учиться, эффективно приспосабливаться к новым условиям и находить нестандартные решения.

Литература

1. Soft skills – ключ к карьере. URL: <https://www.pro-personal.ru/article/>.
2. Орлова Л. В. Развитие soft skills как тренд современного образования // Профессиональная ориентация. 2022. № 2. С. 26-30.
3. Орлова Л. В. Влияние института образования и образовательных практик на особенности развития женского бизнеса Республики Казахстан // Вестник Самарского муниципального института управления. 2022. № 1. С. 83-88.
4. Клюковская И. Функциональных навыков уже не достаточно? URL: http://www.management.com.ua/notes/soft_skills.html.

*Статья поступила в редакцию 15.06.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© Е. В. Кольчугина¹, Т. Л. Сыщикова², 2022

^{1,2} Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

Email¹: kolchugina@imi-samara.ru

Email²: siesta53@mail.ru

МОТИВАЦИЯ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОПЫТА РЕГИОНАЛЬНОГО ВУЗА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Ежегодно система образования фиксирует прирост доли обучающихся, получающих дополнительное профессиональное образование (далее – ДПО), при этом система ДПО по объективным и субъективным причинам претерпевает существенные изменения. В статье представлен успешный опыт реализации региональной модели дополнительного профессионального образования на примере деятельности Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», реализующего программы ДПО как для органов публичной власти, так и для коммерческих организаций.

Ключевые слова: дополнительное профессиональное образование, корпоративный университет, профессиональное развитие, мотивы получения дополнительного профессионального образования.

Дополнительное профессиональное образование (далее – ДПО) – термин, закрепленный на уровне федерального законодательства, однако на практике профессиональное развитие и образование реализуется не только через традиционные формы: повышение квалификации и профессиональную переподготовку. Вызовы, с которыми сталкивается система дополнительного профессионального образования в Российской Федерации, вынуждают искать новые подходы в организации обучения и проактивно реагировать на актуальные мотивы получения дополнительного профессионального образования.

В связи с вышеизложенным, *цель данного исследования* заключается в изучении мотивационной структуры получения дополнительного профессионального образования слушателями программ ДПО для выявления направлений развития соответствующего рынка услуг.

В рамках исследования были определены следующие задачи:

- выявить тренды, влияющие на изменения мотивационной структуры получения услуг ДПО;
- изучить динамику развития одного из региональных рынков ДПО;
- оценить структуру мотивации получателей услуг в системе ДПО, представляющих интересы коммерческого сектора и органов публичной власти;
- рассмотреть основные изменения в мотивационной структуре слушателей программ ДПО;
- обозначить направления для дальнейшего развития регионального рынка ДПО.

Объектом для исследования выступил опыт одного из региональных вузов Самарской области – Автономной некоммерческой организации высшего образования Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка» (далее – Университет «МИР») – в реализации программ ДПО.

Предмет исследования – особенности мотивационной структуры слушателей программ ДПО.

В 1943 году американский психолог Абрахам Маслоу в своей книге «Теория человеческой мотивации» [5] представил пирамиду потребностей человека, разместив в основании физиологические потребности, потребности в безопасности, а также потребности в принадлежности и любви. А затем, по мере удовлетворения этих «низших» потребностей, человеку становится необходимым одобрение, признание, уважение, заслужить которое можно только будучи компетентным в какой-либо области, достигнув определенного успеха.

И вот из этой потребности возникает новая – познавательная потребность: получить знания, овладеть навыками и умениями, исследовать и понять что-то новое и полезное для себя, что поможет стать более успешным, достичь более высокого профессионального уровня. Именно это лежит в основе решения взрослого человека, закончившего когда-то вуз, имеющего семью, работу, получить дополнительное образование, пройти профессиональную переподготовку, точно поучиться на специализированных курсах по отдельным предметам или методам исследования.

Повышение квалификации когда-то являлось неотъемлемой частью трудовой деятельности. Учреждения, организации и предприятия были обязаны планомерно направлять своих работников на курсы повышения квалификации, зачастую с отрывом от работы. В настоящее время финансовые сложности и отсутствие законода-

тельного подкрепления необходимости в обучении персонала привело к тому, что организации либо совсем отказываются обучать сотрудников, либо снижают статьи расходов на их обучение, а в крупных компаниях (например, ОАО «РЖД», ПАО «Сбербанк», АО «Мегафон» и др.) оптимизируют расходы за счет создания собственных корпоративных учебных центров и даже университетов.

На рынке образования именно органы публичной власти во многом остались единственными заказчиками образовательных услуг, в отношении которых законодательно закреплена обязанность в обучении сотрудников, осуществляющих свою деятельность по ряду направлений. Однако к 2022 году и в сфере государственного и муниципального управления около 20% всех субъектов Российской Федерации создали собственные корпоративные университеты.

Кроме того крупные министерства и управления, имеющие широкую сеть подведомственных учреждений, также постепенно формируют собственные аналоги учебных центров либо из числа своих учреждений, либо пользуясь поддержкой высших учебных заведений своих субъектов.

Собственные учебные центры, безусловно, удобны с точки зрения снижения финансовых расходов и обучения сотрудников «без отрыва», однако их автономность по отношению к внешним проверяющим структурам приводит к редкому обновлению образовательных программ, снижению мотивации сотрудников, переходу на полностью дистанционное обучение и в итоге — к снижению качества самого обучения.

Все эти процессы перекраивают рынок дополнительного образования и меняют мотивационную структуру получения этого самого образования.

Для более полного раскрытия заявленной темы исследования необходимо акцентировать внимание на одном из региональных рынков ДПО.

В Самарской области многие годы функции оператора для организации обучения государственных гражданских служащих реализует ГКУ СО «Самарский региональный ресурсный центр», а с 2021 года организация обучающих программ для чиновников становится функционалом вновь созданной АНО ДПО «Центр развития талантов и трансформации управления при Губернаторе Самарской области «Таволга». Финансирование программ идет из регионального бюджета Самарской области. Обучение по программам ДПО, инициированным Администрацией Губернатора Самарской области для государственных гражданских служащих, проходит в стенах тех учебных заведений, которые в жесткой конкурентной борьбе

смогут преодолеть конкурсные испытания и выиграть торги по правилам, закрепленным в Федеральном законе Российской Федерации от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок». Немалый вклад в реализацию подобных программ вносит один из региональных вузов Самарской области — Университет «МИР», в котором ежегодно проходят обучение свыше 1500 государственных и муниципальных служащих Самарской области [2]. Подобная форма работы выгодна всем участникам процесса, поскольку органы власти имеют возможность контролировать качество оказываемых образовательных услуг (через четкие критерии технического задания конкурсной документации), а вуз получает возможность получить дополнительный источник дохода.

При рассмотрении динамики развития регионального рынка ДПО нельзя не отметить структуры (базовые кафедры вузов) по подготовке студентов-целевиков, направленных на учебу предприятиями (обычно крупными компаниями) и обучающихся за их счет, так как в процессе обучения они проходят стажировку и практику на предприятии, а после получения диплома обязаны отработать некоторое количество лет на предоставленном им рабочем месте. При этом целевое обучение — это пример эффективного сотрудничества всех участников процесса. Студент получает гарантированное трудоустройство, работодатель — гарантированно закрытую вакансию и работоспособную рабочую единицу, а вуз выполняет целевой показатель эффективности работы учебного заведения. Что же касается средних компаний, то они менее заинтересованы вкладываться в обучение своих работников, им проще принять на работу готового специалиста, предложив ему более высокую заработную плату. Именно поэтому повышение квалификации и получение дополнительного профессионального образования ложится на плечи самого работника.

Повышение квалификации сотрудников публичных органов власти регламентируется законом только по ряду программ ДПО (по противодействию коррупции, охране труда, законодательству о закупках и некоторых других), в остальных случаях — обучение является доброй волей руководителя и остаточной строкой в бюджете организации. Именно по этой причине обучение сотрудников подведомственных учреждений зачастую инициировано самими работниками, понимающими необходимость в периодичности повышения или подтверждения своей квалификации.

Реалии нынешнего времени, не опровергая шкалу потребностей Маслоу, говорят о том, что основной причиной, заставляющей человека обучаться за свой счет и в свое личное время, является же-

ление сохранить свое рабочее место либо поменять вид деятельности, чтобы получать более высокую оплату труда либо более высокую по статусу должность.

Для оценки структуры мотивации получателей услуг в системе ДПО обратимся к результатам социологического исследования, проведенного в 2020 году Центром экономики непрерывного образования РАНХиГС [3], которое показало, что 30% опрошенных получали дополнительное образование по собственной инициативе, при этом 22% — учились за свой счет. То, что получение диплома о дополнительном профессиональном образовании может существенно способствовать построению или улучшению карьеры, отметила ровно половина респондентов.

Оценка респондентами результата от получения ДПО выглядит следующим образом:

- 1-е место (92,5%) — получение необходимых знаний;
- 2-е место (67%) — удержание на рабочем месте;
- 3-е место (25,4%) — получение более высокой заработной платы;
- 4-е место (17,1%) — получили повышение в должности;
- 5-е место (6,8%) — после обучения перешли на новую работу.

По данным [1], в структуре мотивации потенциальных слушателей факультета дополнительного образования (далее — ФДО) Университета «МИР» на 1-е место вышли два других показателя: стремление получить более высокую должность с более высокой зарплатой и (или) желание поменять работу.

Считаем, что разница в результатах сложилась главным образом из-за того, что зачастую учиться на ФДО приходят работающие специалисты, предполагающие закрытие своей организации или существенное сокращение ее деятельности и, соответственно, персонала. Такие лица стараются освоить новую профессию, которая, на их взгляд, позволит им получить достойную работу с достойной оплатой [1].

Для уточнения данной информации авторами был проведен социологический опрос слушателей программ ДПО Университета «МИР» об их мотивации в получении дополнительного образования. При анализе ответов респондентов (см. табл. 1) учитывался профиль обучения, поскольку программами ДПО занимаются два подразделения вуза: ФДО и ИГиМС (Институт государственной и муниципальной службы). Слушатели ФДО в основной своей массе представляют коммерческий сектор и учатся за собственный счет, а слушатели ИГиМС, как правило, обучаются за счет работодателя, что коренным образом сказывается на основных мотивах получения ДПО.

Мотивы получения ДПО

<i>Мотивы</i>	<i>Слушатели ФДО</i>	<i>Слушатели ИГиМС</i>
Получение дополнительных профессиональных компетенций	55,3	52,8
Возможности карьерного роста	38,5	10,5
Требование законодательства, документальное подтверждение квалификации	24,9	67,8
Повышение уровня заработной платы	25,6	10,6
Смена профессионального профиля, новая профессия	15,6	5,3
Требование работодателя	2,6	40,8
Расширение кругозора	4,5	1,6
Приобретение профессиональных связей	1,8	-
Другое	0,3	-

Примечание. Данные указаны в процентном соотношении от числа опрошенных, n=300. Поскольку респондентам задавался открытый вопрос, то общая сумма ответов превышает 100%.

В результате анализа ответов на вопрос о мотивах получения ДПО слушателями Университета «МИР» можно сделать следующие выводы.

1. Работники коммерческого сектора преимущественно ориентированы на получение дополнительных профессиональных компетенций, которые дают возможности для карьерного роста и повышения уровня заработной платы. Кроме того, для многих респондентов имеет значение необходимость документального подтверждения своей квалификации, например, вследствие принятия в организации профессиональных стандартов.

2. У слушателей – работников органов публичной власти на первый план выходит мотив – требование законодательства, что и объясняет востребованность программ по противодействию коррупции и закупочной деятельности. Далее следует мотив, связанный с получением дополнительных профессиональных навыков, а на третьем месте – требование работодателя.

Интересно, что мотив «получение дополнительных профессиональных компетенций» занимает высокий рейтинг среди всех групп слушателей. Актуальный сегодня тезис «от образования на всю жизнь – к образованию через всю жизнь» в отношении профессио-

нального образования означает «непрерывное обновление профессиональных знаний и навыков» [4].

При этом непрерывное развитие в настоящее время трактуется чрезвычайно широко. В соответствии с традиционным подходом (ст. 76 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [6]) определены две основные формы программ ДПО: программа профессиональной переподготовки и программа повышения квалификации. В отношении органов публичной власти эти образовательные формы были расширены: с 2019 года Указом Президента РФ от 21.02.2019 г. «О профессиональном развитии государственных гражданских служащих РФ» [5] в лексикон кадровых служб введен новый термин – профессиональное развитие государственного гражданского служащего РФ.

Наиболее значимый постулат гласит, что профессиональное развитие гражданского служащего должно осуществляться в течение всего периода прохождения им государственной гражданской службы Российской Федерации. Кроме того, в соответствии с документом результаты участия гражданского служащего в мероприятиях по профессиональному развитию могут учитываться при рассмотрении вопросов о его аттестации, направлении для участия в других мероприятиях по профессиональному развитию, а также назначении на иную должность государственной гражданской службы Российской Федерации.

Интересен перечень форм профессионального развития гражданских служащих, включающих не только традиционные форматы, но и альтернативные варианты. К таким формам относятся:

- дополнительное профессиональное образование;
- семинары, тренинги, мастер-классы, иные мероприятия, направленные преимущественно на ускоренное приобретение гражданскими служащими новых знаний и умений;
- конференции, круглые столы, служебные стажировки, иные мероприятия, направленные на изучение передового опыта, технологий государственного управления, обмен опытом;
- самостоятельное изучение гражданскими служащими образовательных материалов, тематика которых соответствует направлению их профессиональной служебной деятельности и которые размещены на предназначенном для профессионального развития гражданских служащих едином специализированном информационном ресурсе, созданном на базе федеральной государственной

информационной системы в области государственной службы, а также в иных информационных системах;

– образовательные курсы, доступ к которым предоставляется гражданским служащим в дистанционной форме, в том числе с использованием единого специализированного информационного ресурса и иных информационных систем.

Безусловно, широкий перечень форм профессионального развития отражает тенденцию LLL (Long life learning), то есть «образование в течение всей жизни», что актуально даже для такой консервативной сферы, как госслужба. С другой стороны, остается открытым вопрос о документальном подтверждении полученного уровня развития, который поможет подтвердить соответствие требованиям профессионального стандарта или послужит подтверждением необходимого уровня квалификации.

Опыт Университета «МИР» на рынке коммерческого образования показывает, что организации для поддержания ее конкурентоспособности необходим большой набор программ профессиональной переподготовки: в настоящее время параллельно идет набор на более десятка программ, начиная от общих («Экономика и управление на предприятии») и заканчивая специализированными («Единая программа подготовки арбитражных управляющих»).

Учебные программы профессиональной переподготовки разрабатываются с учетом квалификационных требований и утвержденных профессиональных стандартов. Дисциплины учебных планов выстроены в порядке, позволяющем, не нарушая логику учебного процесса, объединять одинаковые дисциплины в поточные лекционно-практические занятия, что позволяет оптимизировать затраты на организацию учебного процесса.

Самая сложная с организационной точки зрения программа подготовки арбитражных управляющих завершается теоретическим экзаменом, который принимает комиссия, утвержденная Росреестром. Подготовка к теоретическому экзамену арбитражных управляющих выстраивается на основании ежегодного договора с Росреестром на право набора слушателей по «Единой программе подготовки арбитражных управляющих». Ежегодно ДПО формирует две таких группы, обучающихся с сентября по февраль и с января по июнь. Слушатели, успешно сдавшие экзамен, включаются в реестр арбитражных управляющих страны. В качестве преподавателей по данному направлению привлекаются специалисты-практики: судьи, действующие арбитражные управляющие, адвокаты, аудиторы, специалисты Росреестра, что позволяет не только подготовить слуша-

телей к сдаче экзамена, но и дать практические навыки работы в арбитражном управлении.

Перечень программ повышения квалификации, востребованных на рынке, менее внушителен — порядка десяти наименований.

На курсах повышения квалификации (объемом более 100 академических часов) обучаются в основном уже работающие или только устроившиеся на работу по соответствующей профессии лица. Их цель — получение профессиональных навыков и знаний, позволяющих им быстрее вникнуть в специфику и тонкости профессии, работать более эффективно и результативно.

Университет «МИР» в сотрудничестве с Центром ИПБ России по Самарской области проводит на ежегодной основе повышение квалификации профессиональных бухгалтеров, а вместе с Учебным центром № 35 СРО НП ААС повышение квалификации аудиторов.

Большинство обучающихся по программам профессиональной переподготовки и долгосрочных курсов повышения квалификации оплачивают свою учебу самостоятельно, в то время как обучение на краткосрочных курсах повышения квалификации и ежегодное повышение квалификации профессиональных бухгалтеров и аудиторов оплачивают в основном работодатели.

В соответствии с распоряжением Губернатора с 2004 года Университет «МИР» имеет статус базового уполномоченного вуза Правительства Самарской области по подготовке и переподготовке государственных и муниципальных служащих, выполняя на протяжении многих лет функции учебно-методического и научного центра по проблемам государственной и муниципальной службы в Самарской области и управления государственными и муниципальными закупками. Задачами развития и обучения государственных гражданских служащих Самарской области занимается ИГиМС.

ИГиМС выступает площадкой для проведения Региональных кадровых практических сессий для специалистов кадровых служб органов публичной власти, в 2021 году по заказу Администрации Губернатора Самарской области на базе вуза проходило обучение государственных и муниципальных служащих региона по Модели компетенций государственного и муниципального служащего Самарской области (Модель 5А).

На базе ИГиМС создан Учебно-методический центр поддержки и сопровождения органов местного самоуправления, который организует выездные обучающие программы для органов местного самоуправления Самарской области. С 2019 года на ежегодной основе на базе вуза проходят обучающие мероприятия по муниципальной про-

грамме г.о. Самара «Развитие муниципальной службы в городском округе Самара на 2019-2023 годы», утвержденной Постановлением Администрации городского округа Самара от 01.08.2018 г. № 617.

Образовательный центр по государственным, муниципальным и корпоративным закупкам Университета «МИР» является лидирующим в регионе центром компетенций в области закупочной деятельности. Преподаватели ИГиМС входят в «Гильдию общественных закупщиков и специалистов по закупкам и продажам», а слушатели программ автоматически включаются в межвузовский реестр специалистов в области управления государственными и муниципальными закупками.

В области кадрового делопроизводства ИГиМС ведет системную работу по повышению квалификации специалистов кадровых служб муниципальных учреждений образования и культуры г. о. Самара.

Обучение государственных и муниципальных служащих, а также работников бюджетных учреждений Самарской области осуществляется, как правило, за счет заказчика – работодателя, для которого в приоритете, безусловно, качество полученных знаний, поскольку оно напрямую влияет на качество работы и количество замечаний, выявляемых в ходе контрольной деятельности. С другой стороны, над заказчиком программ обучения для государственных и муниципальных служащих довлеют требования закупочного законодательства, обязывающего проводить конкурентные процедуры определения исполнителя для заключения с ним обучающего контракта. Следовательно, участие Университета «МИР» в названных программах происходит на конкурсной основе в жесткой конкурентной борьбе.

Оптимальными с точки зрения мотивации к обучению можно назвать программы Малой академии государственного управления (далее – МАГУ), созданной на базе ИГиМС в 2008 году по инициативе Полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе. Слушатели МАГУ формируются на конкурсной основе из числа лидеров общественных движений и организаций области, выпускников ведущих государственных и негосударственных вузов и ссузов Самарского региона, специалистов, нуждающихся в профессиональной переподготовке, при этом обучение проводится на средства областного бюджета. Приоритетной задачей МАГУ является подготовка и формирование кадрового резерва органов государственной и муниципальной власти Самарской области и ПФО, подготовка лидеров социально значимых молодежных организаций.

Практика реализации данного проекта показала его эффективность в достижении поставленных целей и задач. Выпускники и

слушатели МАГУ составляют основу Молодежного правительства, Общественного молодежного парламента Самарской области, общественного объединения «Молодая гвардия», Самарского отделения Российского союза молодежи, студенческих профсоюзов и ряда других ведущих молодежных и студенческих организаций региона, входят в резерв управленческих кадров ключевых министерств Самарской области.

С 2022 года на базе МАГУ реализуется программа профессиональной переподготовки по направлению «Менеджмент в молодежной политике». Слушатели и выпускники Университета «МИР» являются участниками и организаторами многих крупных социально значимых инициатив Самарского региона и вносят весомый вклад в развитие молодежного движения, являясь руководителями и активистами молодежных общественных организаций, руководителями молодежного форума ПФО «iВолга», составляют основу кадрового молодежного резерва области.

Основными мотивами обучения для слушателей МАГУ выступают не только карьерные ориентиры, но и желание профессионально развиваться самому и развивать свое учреждение.

Изучив мотивы получения ДПО слушателей Университета «МИР», можно прийти к выводу о том, что в вузе развиваются именно те направления, которые на сегодняшний день наиболее востребованы на соответствующем рынке услуг. А дополнительное профессиональное образование, полученное и до начала карьеры, и в процессе трудовой деятельности, дает возможность человеку расширить возможности построения карьеры, повысить самооценку, развить свой интеллектуальный и профессиональный потенциал.

Литература

1. Баранова В. В., Сыщикова Т. Л., Непрерывное обучение — основа формирования кадрового потенциала // Вестник Международного института рынка. 2015. № 2. С. 48-57.

2. Березовский Д. В., Кольчугина Е. В. Перспективы развития кадрового потенциала органов государственной власти и местного самоуправления Самарской области // Государственная служба. 2020. Т. 22. № 1 (123). С. 103-108.

3. Логинов Д. М. Востребованность дополнительного профессионального образования различными категориями работников // Сборник трудов по проблемам дополнительного профессионального образования 2020. № 38. С. 161-171.

4. Маслоу А. Х. Мотивация и личность. М.: Директ-Медиа, 2008. 947 с.

5. Указ Президента Российской Федерации от 21.02.2019 г. № 68 «О профессиональном развитии государственных гражданских служащих Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс». URL: <https://www.consultant.ru>.

6. Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс». URL: <https://www.consultant.ru>.

*Статья поступила в редакцию 18.04.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

SUMMARIES

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

IDENTIFYING THE SUBJECT AREA OF NETWORK ECONOMY

O. M. KALIEVA, N. V. LUZHNOVA

The article studies the main components of the network economy that make up its subject area. The authors carried out a comparative analysis of the approaches which domestic and foreign authors used to identify the content of the following concepts: “network economy”, “electronic commerce”, “electronic trading”. It is substantiated that the main components of the network economy are electronic commerce, a system for the transmission of digital information and big data, a system of electronic money transactions and Internet marketing.

Keywords: network economy, e-commerce, electronic trading, internet marketing.

DIGITALIZATION PROBLEMS AND PROSPECTS OF OIL AND GAS COMPLEX OF RUSSIA

E. S. POROTKIN

The article is devoted to the study of the current state, problems and prospects for the digitalization of the oil and gas complex (OGC) in Russia. The article presents the priority areas for the introduction of digital technologies by oil and gas companies. The author considers the possibilities of using digital twins in the activities of oil and gas producing and processing companies.

Keywords: digital economy, digital technologies, digitalization, oil and gas complex, digital twin, digital field, digital plant.

ANALYSIS OF APPROACHES TO ESG

T. L. SYSCHIKOVA, V. M. RAMZAEV

The article is devoted to the analysis of the existing approaches of the heads of enterprises and boards of directors of large companies and holdings to the inclusion of ESG principles in the development strategies. The authors have analyzed the reports for 2021 of three modern giants: the international consulting company BCG, operating in the western segment, the largest Russian oil company Rosneft, including its regional enterprises, and the most significant financial organization, Sberbank of Russia. The study revealed differences in the priorities and structure of ESG approaches.

Keywords: ESG strategy, environment, climate policy, gender ratio.

APPLICATION OF KANO MODEL IN PLANNING A CUSTOMER-ORIENTED BUSINESS PROCESS

V. E. PAVLOVICH

The article is devoted to the use of the Kano model in a plan development for a customer-oriented business process, taking into account the features of the latter. The author considers approaches to planning a business process operation. The development of the assessment of the quality characteristics of products by analogy with the strategic outline of the "Blue Ocean Strategy" is proposed. The article describes the i -th operation of a customer-oriented business process, and specifies the single event equation from the plan for the amount of corrective action in the $(i+1)$ -st process operation.

Keywords: business process, customer-oriented business process, planning, Kano model, blue ocean strategy.

RESEARCH OF SUB-PROCESS OF "PERSONNEL ASSESSMENT MANAGEMENT IN AN ORGANIZATION"

T. P. KARPOVA, A. V. PETROVA, N. V. MURATOV

The article is devoted to the study of the sub-process "Personnel assessment management of the organization", during which the analysis of the personnel assessment system is carried out on the example of one of the logistics companies in the region. As a result of this analysis, it was revealed that there are a number of problems in the current system of personnel assessment of the organization. To eliminate them, the authors propose the technology of the sub-process (system) "Personnel assessment management of the organization".

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

TALENT MANAGEMENT SYSTEM: CONTENT AND STRUCTURE

K. P. NALIVALKINA, D. A. KALMYKOVA

In the context of the knowledge economy formation, high-potential employees who are able to generate new knowledge and have unique professional competencies acquire the highest value for the organization. To carry out the effective work of such employees, it is necessary to implement a set of practices that contribute to the creation of special working conditions at each stage of personnel management in an organization and represent a talent management system.

Keywords: talent management, talent management, talent management system, high-potential employee, high-performance employee.

**MANAGEMENT OF THE EDUCATIONAL PROCESS AT THE DEPARTMENT
BASED ON THE CONCEPT OF "VIRTUAL HONORS STUDENT"
(PROCESS DIGITALIZATION)**

R. I. AMINOV, L. KH. ZAINUTDINOVA, D. A. YAKOVETS

The article discusses one of the approaches to the creation of a flexible computer program, with the help of which the management of the educational process at the department of the university will be carried out promptly during the semester. As part of the study, the concept of a "Virtual Honors Student" is proposed – an imaginary ideal student who has 100% attendance and completes all educational tasks on time and only "excellently". On the basis of the proposed concept, the "Electronic Journal of Attendance and Rating" was developed and registered, it was tested, and the authors obtained a quantitative assessment of the interconnectedness of academic performance and attendance indicators.

Keywords: electronic journal, training group, "virtual honors student", dean's office, learning administration.

ECONOMICS, FINANCES, ACCOUNTING

**ASSESSMENT OF THE FINANCIAL COMPONENT OF THE SUSTAINABILITY
OF THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF AUTOMOTIVE INDUSTRY
CORPORATIONS UNDER THE CONDITIONS
OF THE COVID-19 PANDEMIC**

L. I. ZHUROVA

The economic crisis caused by the global COVID-19 pandemic has had a serious negative impact on the automotive industry, created new challenges for the industry development related to the global supply chain reorganization, changes in the structure of competitive factors, and updated the issues of ensuring the sustainability of the development of automotive corporations. The article presents an assessment of the financial component of the sustainability of the economic development of foreign and Russian automotive corporations in the context of the COVID-19 pandemic impact. The authors revealed the tendencies of changes in the financial stability of corporations in the context of a new global economic crisis.

Keywords: automotive industry, sustainable development, sustainable economic development, financial sustainability, COVID-19 pandemic.

SOCIOLOGY

THE ROLE OF A LEADER IN THE FORMATION OF ORGANIZATIONAL AND MANAGEMENT CULTURE

M. A. KOLMYKOVA

The article is devoted to the role of the leader in the formation of organizational and managerial culture. The author carried out the analysis of the number of Russian and foreign scientific publications in the category "organizational culture" posted on the platforms of the scientific electronic library eLibrary, the Russian State Library and the Scholar.google.com platform. The article reveals a modern conceptual approach in foreign scientific publications to the formation and development of organizational culture. The ideas of Russian scientists are considered in more detail. The phenomenon of political leadership is revealed. Attention is focused on the fact that his success on a national and global scale depends on the developed managerial culture of a political leader.

Keywords: leadership, organizational culture, managerial culture, personal qualities of a leader, political leader, deviant behavior, value-normative system.

SUSTAINABILITY AND SOCIAL BUSINESS: OPPORTUNITIES FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP TO IMPLEMENT A SUSTAINABLE AGENDA

M. O. SKIVKO, A. O. ZUBOVA, N. A. VOLKOVA

The discussion about the sustainable development of society today affects a variety of areas of human activity. Social entrepreneurship, in particular, is seen as one way to achieve sustainability indicators. This article, firstly, marks the points of intersection of a sustainable agenda and social business; secondly, on specific cases of social business, it shows how today it is possible to solve social, cultural or environmental problems using the concept of sustainable development.

Keywords: social entrepreneurship, social business, sustainable development, the concept of sustainable development, sustainable development goals.

THE ROLE OF SOCIAL CAPITAL IN THE DEVELOPMENT AND PROVISION OF INTELLECTUAL SERVICES BY THE ORGANIZATION

N. A. CHETVERIKOVA

In the article, the author considers social capital as a significant resource in the development and provision of intellectual services. Attention is paid to trust and social network as structural elements of social capital. It is shown that the pro-

cess of knowledge integration leads to social integration, and vice versa – social integration leads to effective integration of knowledge in the development and provision of intellectual services.

Keywords: social capital, intellectual services, knowledge, knowledge integration, social integration, innovations, social resource.

THE ROLE OF SOFT SKILLS AND HARD SKILLS IN BUSINESSWOMAN CAREER DEVELOPMENT: A SOCIOLOGICAL RESEARCH

L. V. ORLOVA, A. A. MOISEEVA

In the modern world, the requirements for education are changing dramatically; those professionals who are able to combine knowledge from different branches of science will get an advantage. Interest in soft and hard skills and the need for them is a requirement of a competitive labor market. The results of a sociological study presented in this article show the role of hard skills for entrepreneurial activity and the importance of developing soft skills for the further prosperity of the businesswomen.

Keywords: soft skills, hard skills, business, businesswoman.

MOTIVATION TO GET FURTHER PROFESSIONAL EDUCATION BY THE EXAMPLE (OF EXPERIENCE OF REGIONAL UNIVERSITY OF THE SAMARA OBLAST)

E. V. KOLCHUGINA, T. L. SYSCHIKOVA

Every year, the education system records an increase in the proportion of students receiving further professional education (hereinafter referred to as FPE), while the FPE system undergoes significant changes for objective and subjective reasons. The article presents the successful experience of implementing a regional model of further professional education on the example of the activities of the Samara University of Public Administration "International Market Institute", which implements FPE programs for both public authorities and commercial organizations.

Keywords: further professional education, corporate university, professional development, motives for obtaining further professional education.

АВТОРЫ СТАТЕЙ

**Аминов
Растям
Ильдусович**

начальник отдела Интернет-технологий Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева, Россия

E-mail: rastyam.aminov@asu.edu.ru

**Волкова
Наталья
Анатольевна**

старший преподаватель кафедры «Социальные системы и право» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия

E-mail: volkova@ssau.ru

**Журова
Людмила
Ивановна**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: zhurova.li@mail.ru

**Зайнутдинова
Лариса
Хасановна**

доктор педагогических наук, профессор, руководитель научно-образовательного центра Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева, Россия

E-mail: Lzain@mail.ru

**Зубова
Алевтина
Олеговна**

кандидат юридических наук, доцент кафедры «Конституционное и административное право» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка»;

доцент кафедры «Социальные системы и право» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия

E-mail: zubovaalya@mail.ru

**Калиева
Ольга
Михайловна**

доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Маркетинг и торговое дело» Оренбургского государственного университета, Россия

E-mail: kom34@rambler.ru

**Калмыкова
Диана
Александровна**

начальник отдела автоматизации управления образовательной деятельностью учебно-методического управления Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия

E-mail: kalmikova.da@ssau.ru

Карпова Татьяна Петровна	кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: tpkarpova@mail.ru
Колмыкова Марина Александровна	кандидат социологических наук, доцент кафедры «Государственное и муниципальное управление» Оренбургского государственного университета, Россия E-mail: mari_kol@mail.ru
Кольчугина Елена Владимировна	кандидат психологических наук, доцент, заместитель директора института государственной и муниципальной службы Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: kolchugina@imi-samara.ru
Лужнова Наталья Валерьевна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Маркетинг и торговое дело» Оренбургского государственного университета, Россия E-mail: nat_val@inbox.ru
Моисеева Анна Александровна	директор центра продвижения Медицинского университета «Реавиз», г. Самара, Россия E-mail: orlovalv313@mail.ru
Муратов Николай Владимирович	кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: tpkarpova@mail.ru
Наливалкина Ксения Павловна	специалист по учебно-методической работе кафедры «Управление человеческими ресурсами» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия E-mail: nalivalkinaks@yandex.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

Павлович Виталий Евгеньевич	кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и кадастр» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка»; доцент кафедры «Автоматика, телемеханика и связь» Самарского государственного университета путей сообщения, Россия E-mail: vit-pavlovch@yandex.ru
Петрова Анастасия Владиславовна	специалист центральной диспетчерской службы технической дирекции Самарских сетей АО «ССК», г. Самара, Россия E-mail: tpkarpova@mail.ru
Поротькин Евгений Сергеевич	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка»; доцент кафедры «Экономика промышленности и производственный менеджмент» Самарского государственного технического университета, Россия E-mail: evg.porotkin@mail.ru
Рамзаев Владимир Михайлович	доктор экономических наук, доцент, первый проректор – проректор по науке и экономическому развитию Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: siesta53@mail.ru
Скирко Мария Олеговна	PhD (кандидат наук), доцент кафедры «Социальные системы и право» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия E-mail: maria.skivko@gmail.com
Сыщикова Татьяна Леонидовна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и кадастр» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: siesta53@mail.ru
Четверикова Надежда Анатольевна	кандидат социологических наук, доцент кафедры «Управление персоналом, сервис и туризм» Оренбургского государственного университета, Россия E-mail: nadinka.81@mail.ru

**Яковец
Диляра
Ахтямовна**

кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры «Конфликтология и организационная психология» Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева, Россия
E-mail: dl_sun@mail.ru

THE AUTHORS OF THE ARTICLES

Aminov Rastyam Ildusovich	Head of Internet Technology Department of Astrakhan State University named after V. N. Tatischev, Russia E-mail: rastyam.aminov@asu.edu.ru
Volkova Natalia Anatolyevna	Senior teacher of Social Systems and Law Department of Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia E-mail: volkova@ssau.ru
Zhurova Luydmila Ivanovna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Management and digital marketing Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: zhurova.li@mail.ru
Zainutdinova Larisa Khasanovna	Doctor of Pedagogic Sciences, professor, head of Scientific and Educational Center of Astrakhan State University named after V. N. Tatischev, Russia E-mail: Lzain@mail.ru
Zubova Alevtina Olegovna	Candidate (PhD) of Legal Sciences, docent of Constitutional and Administration Law Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute"; Docent of Social Systems and Law Department of Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia E-mail: zubovaalya@mail.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
Kalmykova Diana Aleksandrovna	Head of Automation of Educational Activities Management Division of the Educational and Methodological Department of the Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia E-mail: kalmikova.da@ssau.ru
Karpova Tatyana Petrovna	Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent of Management and digital marketing Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: tpkarpova@mail.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

**Kolchugina
Elena
Vladimirovna** Candidate (PhD) of Psychological Sciences, docent, deputy director of Institute for Public and Municipal Service of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia
E-mail: kolchugina@imi-samara.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

**Moiseeva
Anna
Aleksandrovna** Director of the Promotion Center of the Medical University "Reaviz", Samara, Russia
E-mail: orlovalv313@mail.ru

**Muratov
Nikolay
Vladimirovich** Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent of Management and digital marketing Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia
E-mail: tpkarpova@mail.ru

**Nalivalkina
Ksenia
Pavlovna** Specialist in educational and methodological work of the Human Resource Management Department of Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia
E-mail: nalivalkinaks@yandex.ru

**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

**Pavlovich
Vitaliy
Evgenyevich** Candidate (PhD) of Technical Sciences, docent, docent of Economics and Cadastre Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute";
Docent of Automation, Telemechanics and Communications Department of Samara State Transport University, Russia
E-mail: vit-pavlovch@ yandex.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
Porotkin Evgeniy Sergeyevich	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent of Management and digital marketing Department of Samara University of Public Administration “International Market Institute”; Docent of Industrial Economics and Production Management Department of Samara State Technical University, Russia E-mail: evg.porotkin@mail.ru
Ramzaev Vladimir Mikhaylovich	Doctor of Economic Sciences, docent, First Vice-rector – Vice-rector for Science and Economic Development of Samara University of Public Administration “International Market Institute”, Russia E-mail: siesta53@mail.ru
Skivko Maria Olegovna	PhD, docent of Social Systems and Law Department of Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia E-mail: maria.skivko@gmail.com
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
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
Yakovets Dilyara Akhtyamovna	Candidate (PhD) of Psychological Sciences, docent, docent of Conflict Studies and Organizational Psychology Department of Astrakhan State University named after V. N. Tatischev, Russia E-mail: dl_sun@mail.ru

Научное издание

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

№ 2 / 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 29.06.2022.
Бумага офсетная. Печать оперативная.
Объем 8,75 п.л. Формат 60x90/16.
Заказ № 0078. 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 ООО «Прайм»
443067, г. Самара,
ул. Михаила Сорокина, д. 15
<http://prime163.ru>;
e-mail: prime.163@mail.ru