

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО
ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

№ 2 / 2023

Самара
2023

УДК 338.2+330/336+316

ББК 72

В 38-7

ВЕСТНИК

Самарского муниципального института управления

№ 2 / 2023

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 2023. — № 2. — 136 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», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Социальная устойчивость: показатели,
факторы, прогнозы

Минина Ю. И., Хорина И. В. 7

Разработка инновационной модели управления
НКО на основе анализа зарубежных моделей
управления организациями

Юдин В. А., Устина Н. А. 16

Corporate Project Management System
as an Effective Tool to Optimize Modern
Company Activities

Orlova L. V., Mussayeva A. A. 28

Стратегический анализ деятельности
муниципального предприятия

Горбунова О. А., Омелькович А. В. 40

Исследование характера спроса на услуги
почтовой связи УФПС Самарской области
АО «Почта России»

Евстафьева В. А., Симагина С. Г. 48

Исследование подпроцесса «Управление
инновационными идеями» в контексте
управления человеческим капиталом

Карпова Т. П. 56

Нормативное положение о формировании модели
профессиональных компетенций в компании
ОАО «РЖД»: социологический анализ

Федченко А. Д. 64

Влияние санкций, вводимых в отношении Российской Федерации, на криптоактивы <i>Герасимов В. В., Королев А. А.</i>	75
---	----

Социология

Особенности трансформации человеческого сознания в условиях развития ESG-технологий <i>Бодров А. А., Козлова А. В.</i>	85
--	----

Особенности административных реформ в России <i>Кузнецов В. А.</i>	93
---	----

Фокус-группа онлайн как метод решения прикладной проблемы <i>Косицына С. В.</i>	103
---	-----

«Диджитал-мода» как инновационное направление в условиях цифровизации <i>Васильева Д. М., Васильев М. М.</i>	110
--	-----

Институциональные особенности высшего образования <i>Богомолова А. В.</i>	117
---	-----

Аннотации на английском языке	124
--	-----

Авторы статей	129
----------------------------	-----

CONTENTS

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

Social Stability: Indicators, Factors, Expectations

***Y. I. Minina, I. V. Khorina* 7**

Development of an Innovative Management

Model for Non-Profit Organizations

Based on the Analysis of Foreign

Management Models

***V. A. Yudin, N. A. Ustina* 16**

Корпоративная система управления проектами

как эффективный инструмент оптимизации

деятельности современной компании

***Л. В. Орлова, А. А. Мусаева* 28**

Strategic Analysis of the Activities

of a Municipal Enterprise

***O. A. Gorbunova, A. V. Omelkovich* 40**

Research of the Nature of Demand for Postal Services

in FPS of Samara Oblast AO "Russian Post"

***V. A. Evstafyeva, S. G. Simagina* 48**

Study of Sub-process "Management of Innovative

Ideas" in the Context of Human

Capital Management

***T. P. Karpova* 56**

Regulations about the Formation

of a Model of Professional Competencies

in OAO "Russian Railways": Sociological Analysis

***A. D. Fedchenko* 64**

ECONOMICS, FINANCES, ACCOUNTING

Impact of Sanctions against the Russian
Federation on Crypto Assets

V. V. Gerasimov, A. A. Korolev 75

SOCIOLOGY

Features of Human Consciousness
Transformation under the Development
of ESG-technologies

A. A. Bodrov, A. V. Kozlova 85

Features of Administrative Reform in Russia

V. A. Kuznetsov 93

Online Focus Group as a Method
for Solving an Applied Problem

S. V. Kositsyna 103

“Digital Fashion” as an Innovative Direction
in the Conditions of Digitalization

D. M. Vasilyeva, M. M. Vasilyev 110

Institutional Features of Higher Education

A. V. Bogomolova 117

Summaries 124

The authors of the articles 129

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

УДК 316.42::364.2:330.163

© Ю. И. Минина¹, И. В. Хорина², 2023

¹ Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(Университет «МИР»);

² Самарский государственный технический
университет (СамГТУ), Россия

E-mail ¹: yuliya.minina@mail.ru

E-mail ²: irinahorina1970@yandex.ru

СОЦИАЛЬНАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ: ПОКАЗАТЕЛИ, ФАКТОРЫ, ПРОГНОЗЫ

Статья посвящена исследованию категории социальной устойчивости. Уточнен термин «социальная устойчивость», выделены факторы, влияющие на социальную устойчивость. Предложено в качестве индикатора уровня социальной устойчивости использовать показатель ВВП. При помощи программы Statistica осуществлен пример прогнозирования факторов, влияющих на ВВП, а следовательно, и на социальную устойчивость.

Ключевые слова: социальная устойчивость, показатель ВВП, факторы социальной устойчивости, прогнозирование.

Социальная устойчивость является не только основой развития общества, повышения благосостояния населения, улучшения качества жизни, но также и основой развития экономики, проведения независимой политики государства. Увеличение численности населения, здоровье, продолжительность жизни — это все факторы, напрямую влияющие не только на социальную составляющую, но и на экономическую составляющую национальной безопасности страны.

В связи с тем, что социальная устойчивость является следствием взаимодействия целого ряда факторов, обуславливающих системное развитие общества и экономики страны, *цель настоящей работы* — исследовать социально-экономические факторы, влияющие на социальную устойчивость, в частности, на показатель ВВП (отражающий динамику социальной устойчивости), а также спрогнозировать их влияние.

Для реализации цели исследования были поставлены следующие задачи:

- 1) уточнить термин «социальная устойчивость»;
- 2) выделить факторы, влияющие на социальную устойчивость;
- 3) исследовать факторы, имеющие высокую корреляцию с показателем ВВП, а также спрогнозировать изменение данного показателя.

Объектом исследования выступают взаимосвязи, складывающиеся между рядом социально-экономических факторов и социальной устойчивостью в социально-экономической системе современной России.

Предметом исследования являются показатели, факторы, прогнозы социальной устойчивости на современном этапе развития страны.

Социальная устойчивость является комплексной дефиницией, которая включает в себя как социально-демографические, так и экономические показатели.

Социальная неустойчивость приводит к экономической неустойчивости, и наоборот, поскольку экономическое и социальное развитие общества связано и взаимозависимо. Таким образом, под термином «социальная устойчивость» можно понимать такое состояние социума, при котором воздействующие на него социально-экономические факторы не нарушают системную стабильность, обеспечивают развитие, купируют негативные воздействия.

Уровень социальной устойчивости определяется пороговыми и индикативными показателями. Пороговые показатели показывают границы, за пределами которых происходит снижение социально-экономической устойчивости страны. Индикативные показатели показывают значения, которые желательно достичь для устойчивого социально-экономического развития. Важно также соотношение показателей. То есть достижение стратегически важного уровня показателя не должно происходить за счет снижения другого показателя, либо приводить к ухудшению ряда других показателей. Например, снижение уровня инфляции не должно приводить к росту числа бедных. Таким образом, социальная стабильность и устойчивость зависят от устойчивого экономического развития страны, и наоборот [1].

Для оценки социальной устойчивости необходимо определить ряд факторов (показателей), имеющих на нее непосредственное влияние. Также следует определить показатель (или показатели),

уровень которого давал бы ясное представление о том, повышается социальная устойчивость или снижается.

Например, В. А. Ильичев в своей работе [2, с. 66] предлагает в качестве оценки социальной устойчивости такие показатели, как:

- коэффициент Джини;
- доля населения с доходом ниже прожиточного минимума;
- уровень безработицы;
- уровень преступности;
- уровень потребления алкоголя;
- доля людей, употребляющих наркотики;
- количество самоубийств;
- индекс человеческого развития.

Кроме показателей, в работе [2] определен состав факторов, влияющих на социальную устойчивость: социальных, экономических, политических, технологических (рис. 1).

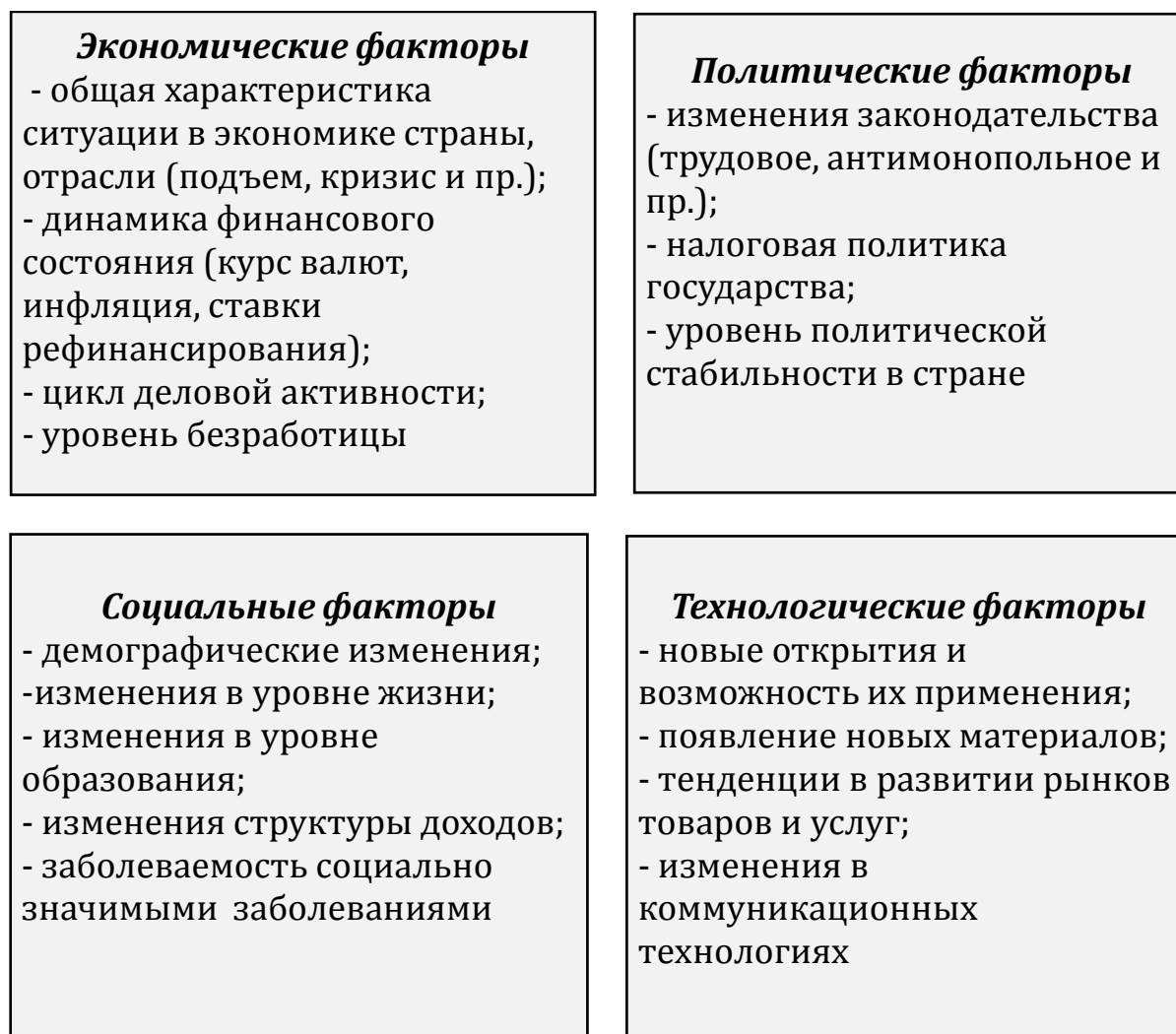


Рис. 1. Факторы социальной устойчивости

Примечание. Составлено авторами по данным [2].

Предлагаем в качестве показателя, который выступил бы индикатором уровня социальной устойчивости, использовать основной экономический показатель — ВВП (валовой внутренний продукт), в связи с тем что, во-первых, экономическое развитие страны способствует развитию социальному, поэтому рост валового внутреннего продукта дает базу для социального развития, а во-вторых, один показатель проще оценивать и интерпретировать, чем комплекс показателей.

Выявить факторные показатели, имеющие наиболее сильное влияние на результативный показатель, вплоть до функциональной зависимости, позволит метод корреляционно-регрессионного анализа. В качестве результативного показателя будет рассмотрен ВВП, как было предложено выше. В качестве факторных показателей выберем следующие:

- 1) демографические:
 - численность населения;
 - естественный прирост населения;
- 2) экономические:
 - уровень бедности;
 - обеспеченность жильем;
 - уровень безработицы;
 - уровень инфляции;
- 3) социокультурные:
 - уровень преступности;
 - потребление алкоголя;
 - потребление наркотиков;
 - заболеваемость социально значимыми заболеваниями.

Данные для проведения многофакторного корреляционно-регрессионного анализа представлены в таблице 1,

где:

- Y — ВВП (результатирующий показатель), трлн руб.;
- X_1 — численность населения (фактор 1), млн чел.;
- X_2 — естественный прирост населения (фактор 2), тыс. чел.;
- X_3 — численность населения с доходами ниже прожиточного уровня (фактор 3), млн чел.;
- X_4 — обеспеченность жилым фондом на душу населения (фактор 4), кв. м;
- X_5 — уровень безработицы (фактор 5), %;
- X_6 — темп инфляции (фактор 6), %;
- X_7 — зарегистрировано преступлений (фактор 7), тыс. ед.;

X_8 — взято под диспансерное наблюдение больных с первично установленным диагнозом «алкоголизм» (фактор 8), тыс. чел. на 100 тыс. чел. населения;

X_9 — взято под диспансерное наблюдение больных с первично установленным диагнозом «наркомания» (фактор 9), тыс. чел. на 100 тыс. чел. населения;

X_{10} — число людей, имеющих болезни, характеризующиеся повышенным кровяным давлением (фактор 10), тыс. чел.

Таблица 1

Сводная таблица показателей

Годы	Y	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	X_{10}
2011	60,1	142,9	-129,1	17,9	23,0	6,5	6,1	2404,8	86,6	15,3	3804
2012	68,1	143,0	-4,3	15,4	23,4	5,5	6,58	2302,2	85,7	13,9	3814
2013	72,9	143,3	24,0	15,5	23,4	5,5	6,45	2206,2	78,2	12,6	4285
2014	79,0	143,7	33,7	16,1	23,7	5,2	11,36	2190,6	74,7	14,5	4205
2015	83,0	146,3	32,7	19,5	24,4	5,6	12,9	2388,5	70,7	14,1	4563
2016	85,6	146,5	-2,3	19,6	24,9	5,5	5,4	2160,1	64,8	11,1	4649
2017	91,8	146,8	-134,4	19,3	25,2	5,5	2,5	2058,5	53,2	11,2	4706
2018	103,8	146,9	-224,6	18,9	25,8	4,9	4,3	1991,5	51,6	10,3	4784
2019	109,1	146,8	-259,6	18,4	26,2	4,9	3,0	2024,0	48,3	9,8	5136
2020	106,6	146,7	-688,7	17,8	26,9	5,9	4,9	2044,0	37,6	9,2	-
2021	135,2	146,2	-613,4	16,0	27,5	4,8	8,4	2004,0	36,6	8,5	-
2022	151,5	146,9	-167,9	14,3	28,2	3,9	11,9	1967,0	37,8	9,5	-

Примечание. Составлено авторами по данным Росстата [3].

При помощи программы Statistica [4] был произведен прогноз изменения ВВП.

Достоинства программы Statistica и применяемого в ней метода Монте-Карло заключается в том, что можно задать показатели индикативные (желаемые, вероятные) и посмотреть, как достижение этих показателей повлияет на результативный показатель, в данном случае – на ВВП.

Программой было определено, что значимыми факторами для модели (факторы с высокой корреляцией) являются X_1 , X_4 , X_6 и X_8 . Поскольку выявлена существенная корреляция выбранных факторных показателей с результативным (показатель ВВП), то изменение их значений окажет существенное влияние на изменение фактора результативного.

Зададим следующие значения показателей (для прогноза 1):

X_1 — 147 млн чел.;

X_4 — 28,5 кв. м;

X_6 — 3%;

X_8 — 48 тыс. чел. на 100 тыс. чел. населения.

Прогноз изменения показателя ВВП с учетом заданных значений факторов с высокой корреляцией представлен в таблице 2.

Таблица 2

Изменение показателя ВВП (прогноз 1)

Показатель	<i>b-Weight</i>	Значение фактора	<i>b-Weight * Value</i>
X_1	-4085,28	147,0000	-600536
X_4	13992,19	28,5000	98778
X_6	929,90	3,0000	2790
X_8	-578,19	48,0000	27753
Свободный член регрессии	368017		
Прогноз ВВП, трлн руб.	141,295		

В результате получили значение результативного показателя — ВВП, равное 141,295 трлн рублей, что меньше значения аналогичного показателя за 2022 год (см. табл. 1), поэтому первый прогноз нельзя назвать оптимистичным вариантом.

Во втором варианте прогноза мы задали следующие значения показателей:

X_1 — 145 млн чел.;

X_4 — 28,5 кв. м;

X_6 — 5%;

X_8 — 47 тыс. чел. на 100 тыс. чел. населения.

Прогноз изменения показателя ВВП с учетом заданных значений факторов представлен в таблице 3.

Таблица 3

Изменение показателя ВВП (прогноз 2)

Показатель	<i>b-Weight</i>	Значение фактора	<i>b-Weight * Value</i>
X_1	-4085,28	145,0000	-592366
X_4	13992,19	28,5000	398778
X_6	929,90	5,0000	4650
X_8	-578,19	47,0000	-27175
Свободный член регрессии	368017		
Прогноз ВВП, трлн руб.	151,904		

В результате получили значение результативного показателя — ВВП, равное 151,904 трлн рублей, что выше значения аналогичного показателя за 2022 год (см. табл. 1), поэтому данный вариант можно назвать оптимистичным.

В третьем варианте прогноза мы задали следующие значения показателей:

X_1 — 150 млн чел.;

X_4 — 28,5 кв. м;

X_6 — 5%;

X_8 — 30 тыс. чел. на 100 тыс. чел. населения.

Прогноз изменения показателя ВВП с учетом заданных значений факторов представлен в таблице 4.

Таблица 4

Изменение показателя ВВП (прогноз 3)

Показатель	<i>b-Weight</i>	Значение фактора	<i>b-Weight * Value</i>
X_1	-4085,28	150,0000	-612792
X_4	13992,19	28,5000	398778
X_6	929,90	5,0000	4650
X_8	-578,19	30,0000	-17346
Свободный член регрессии	368017		
Прогноз ВВП, трлн руб.	141,307		

В результате получили значение результативного показателя — ВВП, равное 141,307 трлн рублей, что меньше значения аналогичного показателя за 2022 год (см. табл. 1), поэтому третий вариант прогноза также нельзя назвать оптимистичным.

Таким образом, рассматривая вариативность, можно выявить влияние желаемых или вероятных факторов на показатель ВВП.

Необходимо отметить, что фактор «алкоголизм» имеет высокую корреляцию с результативным показателем ВВП, даже учитывая тот факт, что в качестве факторного показателя был взят показатель «поставленный первичный диагноз», а не, скажем, «общее число алкоголиков, стоящих на учете» или «количество литров спирта в расчете на душу населения».

На рисунке 2 представлена отрицательная взаимосвязь между результативным показателем ВВП и «алкоголизмом» (на основании результатов, полученных при помощи программы Statistica).

Следовательно, алкоголизм не только является весьма существенной социальной проблемой, но также и непосредственно влияет на снижение ВВП в частности и ухудшение социальной устойчивости страны в целом. Можно сказать, что «алкоголизм» — фактор, увеличивающий смертность населения, ухудшающий здоровье нации, а также влияющий на рождаемость, поэтому данной социальной проблеме необходимо уделять особое внимание, например, проводить

мероприятия, которые будут содействовать снижению потребления алкоголя, в частности:

- увеличение цен на алкогольные напитки;
- уменьшение физической доступности алкогольных напитков (ограничение продажи по времени);
- формирование общественного мнения, медицинская помощь, ограничительное законодательство на потребление алкогольных напитков в общественных местах;
- проверки водителей работниками ГИБДД;
- повышение акцизов на алкогольную продукцию [5].

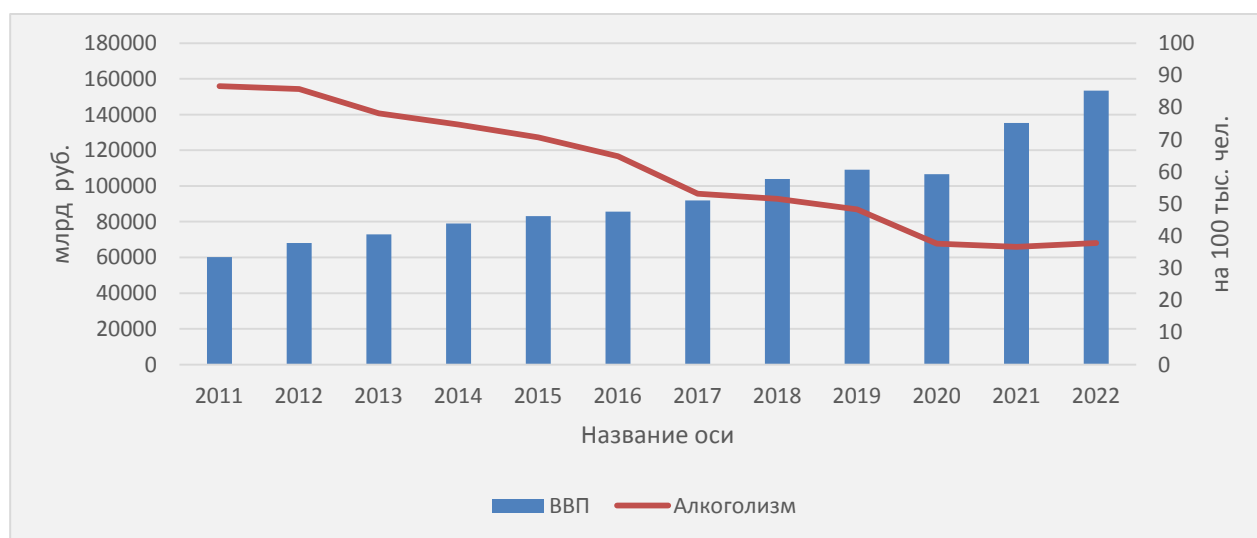


Рис. 2. Динамика ВВП и «алкоголизма»

В то же время необходимо понимать, что высокие цены на алкогольную продукцию могут провоцировать потребление спирто-содержащих веществ, наносящих вред здоровью, что также является социальной проблемой.

Следует отметить, что достаточно сложно сделать прогноз, сохранится ли негативное влияние значимых факторов на ВВП и социальную устойчивость в течение следующих лет, так как пандемия и последующие политические события также влияют на убыль населения и на тенденцию роста инфляции, что, в свою очередь, не способствует социальной устойчивости.

На основании результатов, полученных в ходе исследования, считаем целесообразным рассматривать валовой внутренний продукт как основной показатель для оценки социальной устойчивости, поскольку его уровень и динамика характеризует экономический рост (спад) в целом, а социальная устойчивость не может быть стабильной при экономическом кризисе, то есть падении ВВП. Однако исследование показало и другое: не все социальные или эко-

номические факторы существенно влияют на уровень ВВП. Комплексное исследование позволило выявить социально значимый фактор и его существенное влияние (отрицательную взаимосвязь между результативным показателем ВВП и «алкоголизмом»). Это подтверждает тезис о том, что социальную устойчивость можно оценить, выявить ее динамику, уровень.

Литература

1. Зеленцова И. Ю. Факторы и показатели социальной безопасности // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2012. № 2. С. 5-7.
2. Ильичев В. А. Биосферная совместимость природы и человека – путь к системному решению глобальных проблем // Стратегические приоритеты. 2014. № 1 (1). С. 42-58.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>.
4. Statistica 5.1: программа для начинающих и профессионалов // Издательство «Открытые системы». URL: <https://www.osp.ru/pcworld/1998/03/158779/>.
5. Минина Ю. И., Высоцкая А. А. Прогнозирование ВВП на основе влияния социальных факторов // Организационно-экономические и инновационно-технологические проблемы модернизации экономики России: сборник статей XII Международной научно-практической конференции (г. Пенза, 24-25 июня 2022 г.). Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2022. С. 181-185.

*Статья поступила в редакцию 26.05.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом С. И. Нестеровой*

УДК 338.24:[331.1+316.776]

© В. А. Юдин¹, Н. А. Устина², 2023

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

E-mail ¹: vudin018@gmail.com

E-mail ²: nina_ustina@mail.ru

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ НКО НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ЗАРУБЕЖНЫХ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

В работе представлен анализ зарубежных моделей управления организациями. Выявлена их инновационная составляющая и возможность адаптации для отечественной инновационной модели управления некоммерческими организациями (НКО). С учетом отличительных особенностей в функционировании третьего сектора экономики в регионах сформирована обобщенная модель управления НКО, действующая в России в настоящее время. Результатом данного исследования является авторская инновационная модель управления НКО, при разработке которой за основу взят синтез модели результативности и маркетинговой модели НКО.

Ключевые слова: стратегическое управление, инновационная модель управления, некоммерческие организации, третий сектор экономики, маркетинг.

Введение

Уровень развития третьего сектора российской экономики выражается в многообразии видов деятельности, реализуемой некоммерческими организациями (НКО) в регионах. При этом на сегодняшний день имеются как крупные, так и малые НКО. Определенная часть из них играет главную роль в содействии органам государственной власти субъекта в достижении стратегических целей в социально-экономической, демографической, культурной, сельскохозяйственной, экологической и других сферах [9]. Однако стоит отметить, что любая даже небольшая с организационно-структурной точки зрения некоммерческая организация за счет консолидации приложенных усилий вносит неоценимый вклад в развитие не только третьего сектора экономики, но и региона в целом [8].

Успех деятельности НКО можно определить через объем мероприятий, которые проводятся с целью решения значимых проблем

общественной жизни региона. Также эффективность деятельности данных организаций рассчитывается через объем привлеченных грантовых средств, направленных на реализацию социальных проектов, по отношению к количеству уже реализованных проектов.

Еще одним индикатором, свидетельствующим о высоком уровне развития некоммерческой организации, является наличие эффективной модели управления [9]. Применение подобных моделей прежде всего актуально для сложноструктурированных НКО с количеством сотрудников более чем 100 человек, а также для тех организаций, которые имеют свои представительства в других субъектах РФ (например, «Союз женщин России», Общероссийская общественная организация «Российский Союз Молодежи», «Российский союз промышленников и предпринимателей» и др.).

На текущий момент у руководителей нет ясного понимания того, какие изменения нужно вносить в уже выстроенную модель управления НКО как для обеспечения долгосрочного существования организации на рынке социальных услуг, так и для повышения скорости внутренних организационных процессов с целью улучшения качества предоставляемых услуг населению [1]. Отсутствие инновационной модели управления НКО, которая позволила бы повысить эффективность и узнаваемость ее в регионе, является актуальной темой для данного исследования.

Цель работы состоит в разработке отечественной инновационной модели развития некоммерческой организации с учетом факторов и ограничений внешней среды.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть существующие зарубежные инновационные модели управления организациями;

- дать характеристику действующей модели управления некоммерческими организациями в российских регионах (на примере Самарской области);

- на основе анализа зарубежных моделей управления организациями разработать инновационную модель управления некоммерческими организациями в российских регионах;

- обосновать практическую значимость авторской модели управления НКО.

Объект исследования — зарубежные модели управления организацией, предмет исследования — их инновационная составляющая и возможность ее применения для отечественной инновационной модели управления НКО.

Результаты исследования

Первой на очереди в обзоре моделей стратегического планирования следует охарактеризовать модель Томпсона и Стиркланда, где управление организацией представлено как непрерывный процесс, который содержит 5 этапов [7]:

- 1) определение сферы деятельности и формирование стратегической установки организации;
- 2) формирование стратегических целей и задач организации;
- 3) разработка стратегического плана организации;
- 4) проведение мероприятий по реализации разработанного стратегического плана;
- 5) осуществление оценки результатов деятельности организации (согласно целям и задачам, указанным в стратегическом плане).

Инновационный характер данной модели раскрывается в том, что на 5-ом этапе (после проведения оценок деятельности организации) процесс стратегического планирования не заканчивается, а наоборот, запускается по новой линии, но уже с подходом корректировок слабоэффективных стратегических установок, либо с кардинальной заменой или отказом от не встраивающейся в процесс социального производства стратегической цели.

В итоге данная модель позволяет обеспечивать гибкость некоммерческой организации за счет непрерывности процесса внесения изменений в план деятельности НКО, однако стоит отметить, что эффективность такого подхода можно наблюдать лишь в условиях высокого уровня организационной структуры НКО, которая содержит различные отделы и структурные подразделения. Малые, а также недавно открытые некоммерческие организации с высокой долей вероятности столкнутся с трудностями в постановке процесса стратегического планирования на непрерывный лад, причем для этого потребуются не только дополнительные трудовые ресурсы, но и технологические средства для обеспечения автоматизации отслеживания результатов деятельности организации.

В данной ситуации необходима оперативная модель управления, позволяющая максимально быстро запустить процесс активизации привлечения инвестиционных средств за счет наличия уникальной идеи и инновационных подходов ее презентации по предоставлению социальных услуг отдельным категориям населения региона [4].

Второй зарубежной моделью управления организацией служит модель Ансоффа. Особенность модели состоит в том, что формиро-

вание цели организации вызвано реакцией ее руководства на внешние сигналы. К ним могут быть отнесены как угрозы, так и возможности. В соответствии с целями осуществляется оценка ресурсного потенциала (чего не было в первой модели), а также оценка внешней среды. Далее формируется стратегия диверсификации организации. Предшествует данному этапу процесс обеспечения достижения синергетического эффекта от всех структурных подразделений организации.

На такой основе происходит выбор той или иной стратегии диверсификации (схематично представлено на рисунке 1).

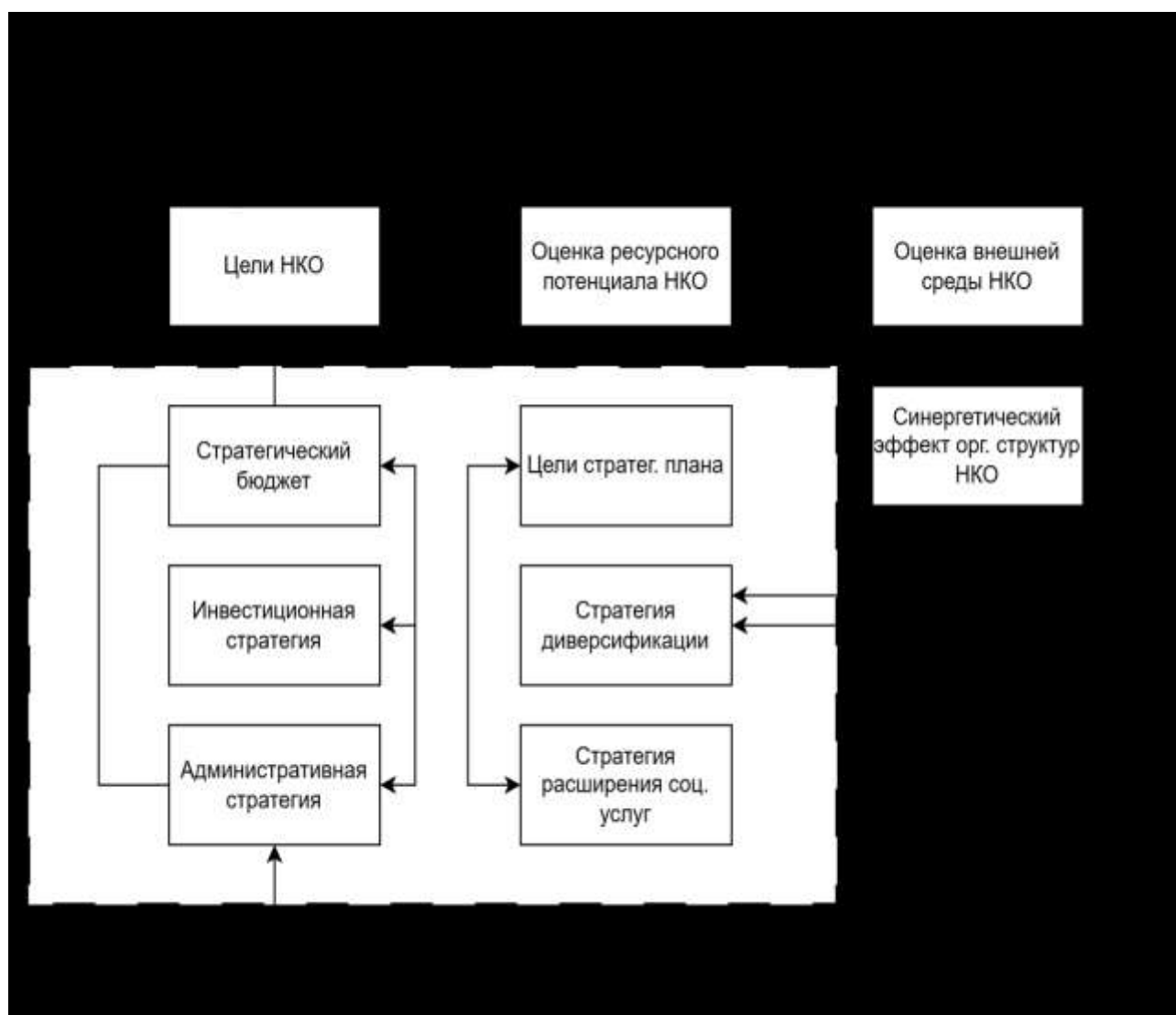


Рис. 1. Модель управления организации И. Ансоффа [4]

Анализ данной модели показал, что ее автор рассматривает стратегию как взаимосвязь деятельности и конечных услуг, которые предоставляются ее потребителям. Под финансовой стратегией подразумевается проведение анализа движения денежных потоков, в основном уже имеющих на старте развития организации.

Третья модель, которую следует описать, называется моделью стратегического плана Г. Стейнера. Особенность данной модели заключена в полной детализации и жесткой регламентации процессов формирования результатов действий. Кроме этого данный подход в управлении организации объединяет все виды планирования (долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное планирование). Предпосылками применения такой модели могут служить определенные ценностные ориентиры руководства организации, тенденции социальной политики государства (в случае с НКО), а также результаты оценки внутренних возможностей и проблем организации (здесь наблюдаются признаки схожести с вышеизложенными моделями управления НКО). По итогам применения модели предполагается принятие стратегического решения, которое вбирает в себя множество нижестоящих локальных решений. Данное решение в результате обладает перечнем различных характеристик: направленность на взаимодействие с внешней средой организации, нацеленность на долгосрочные перспективы, основаны на видении изменений в работе системы организации, соотносятся с оценкой и ожиданиями ключевых участников разработки стратегического решения.

Стратегические решения, имея описанные выше характеристики, в свою очередь подразделяются на три вида категорий, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Распределение стратегических решений по категориям

<i>Вид категории</i>	<i>Содержание категории</i>
Сжатые	1. Использование доступных источников информации. 2. Ограниченное участие заинтересованных сторон в принятии решения. 3. Отсутствие официальных встреч и продолжительных переговоров
Спорадические	1. Большой внутренний лаг в принятии решения. 2. Неоднородность используемой информации. 3. Неформальные взаимодействия и переговоры с привлечением высшего органа управления

Окончание табл. 1

Ускоренные	1. Малый внутренний лаг в процессе принятия решения. 2. Ограниченное участие экспертов. 3. Проведение многочисленных совещаний. 4. Отсутствие временных затрат на принятие окончательного решения
------------	--

Примечание. Составлено авторами по данным [7].

Стоит отметить, что процесс выбора стратегического решения запускается с момента осознания высшим руководством организации о необходимости принятия подобного решения.

Для наглядности описываемой модели Г. Стейнера предлагается представить ее схематичную визуализацию (рис. 2).

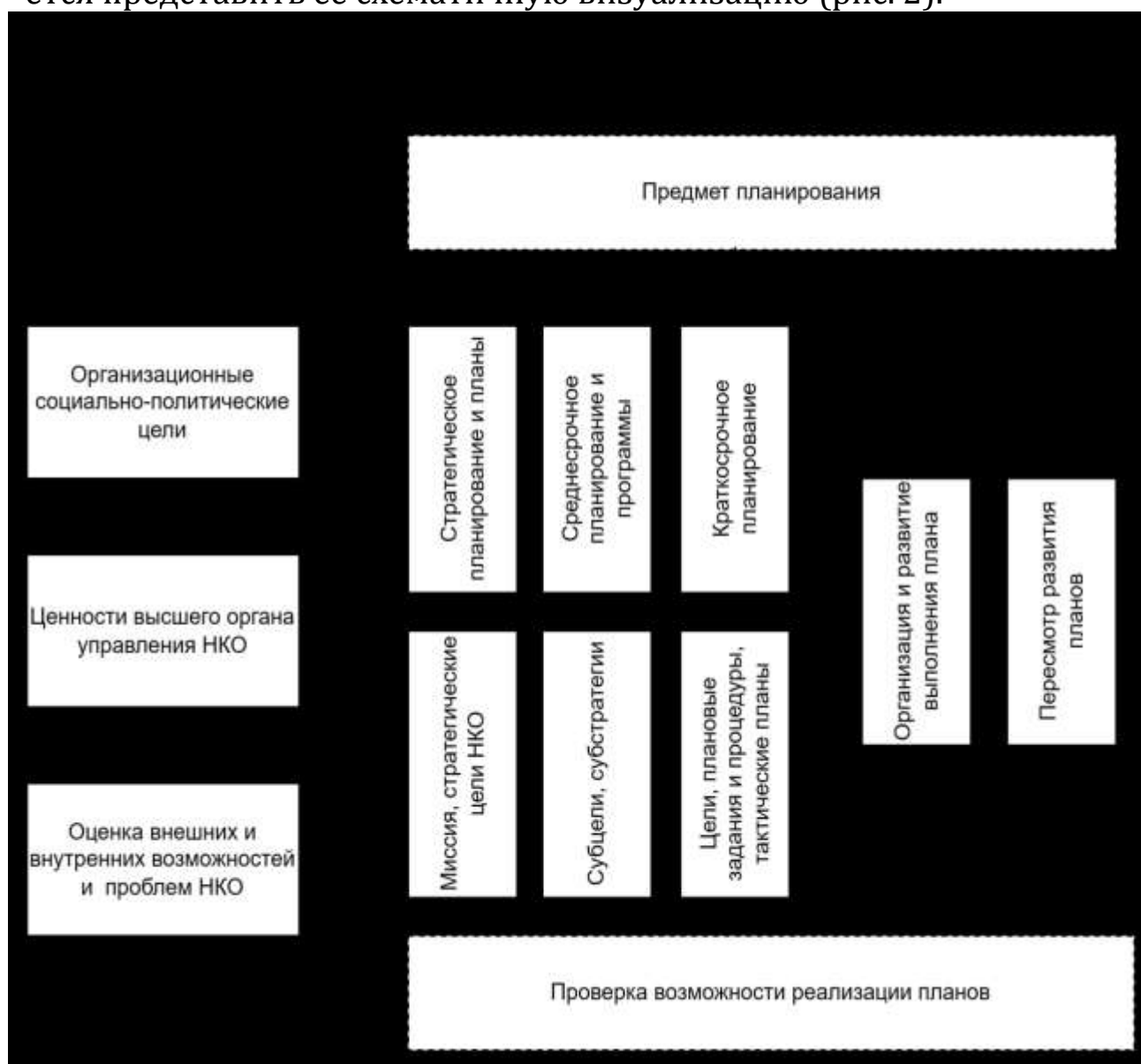


Рис. 2. Модель управления организацией Г. Стейнера [4]

Рассматривая рисунок 2, можно заметить наличие детального описания различных уровней стратегии; наблюдаются элементы гибкости за счет проведения процедур пересмотра уже разработанных планов организации. При этом описываемая модель слабо распространена в практической деятельности НКО. Данное положение вызвано сложностью ее реализации, заключающейся в необходимости разрабатывать сразу несколько уровней стратегии, а также проведения анализа внешней среды, что влечет за собой не только высокие временные затраты, но и финансовые. Таким образом, модель Г. Стейнера для данного исследования вызывает слабый интерес (т.е. ее адаптация для региональных НКО).

В целях применения/адаптации анализируемых моделей управления для региональных НКО охарактеризуем действующую в настоящее время в России модель управления НКО. Для примера рассмотрим Благотворительный фонд «Радость», который реализует мероприятия по оказанию социальной помощи детям, оставшимся без попечения родителей в Самарском регионе.

Структура данной организации содержит высший орган управления — Правление Фонда — надзорный орган, осуществляющий контроль и надзор за деятельностью фонда, принятием другими органами фонда решений и обеспечение их исполнения с использованием средств фонда. Отдельным органом управления выделен Ревизор (избирается Правлением Фонда), который осуществляет контроль над финансово-хозяйственной деятельностью фонда. Кроме этого, в структуру Благотворительного фонда «Радость» входит центр постинтернатного сопровождения, в котором есть педагоги и психологи, осуществляющие работу непосредственно с описанной выше категорией детей.

Представленная структура фонда — одна из множества организационных форм некоммерческих организаций, утвержденных Федеральным законом РФ от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» [10]. В документе отмечается и структура НКО, которая в общем виде содержит два подразделения: высший орган управления и исполнительный орган управления. Причем для автономных некоммерческих организаций устанавливается коллегиальный высший орган управления (например, в АНО ВО Самарском университете государственного управления «Международный институт рынка» — это Собрание учредителей), для ассоциаций установлено собрание членов организации (к примеру, съезд Ассоциации «Совет муниципальных образований Самарской области»). В отношении фондов структуры управления определяются уставом

данной организации. Органы управления общественных организаций и объединений устанавливаются на основании закона, регулирующего деятельность данных форм НКО.

Таким образом, можно представить обобщенную модель управления НКО, которая присутствует и действует во всех формах некоммерческих организаций не только в Самарском регионе, но и в целом по стране (рис. 3).

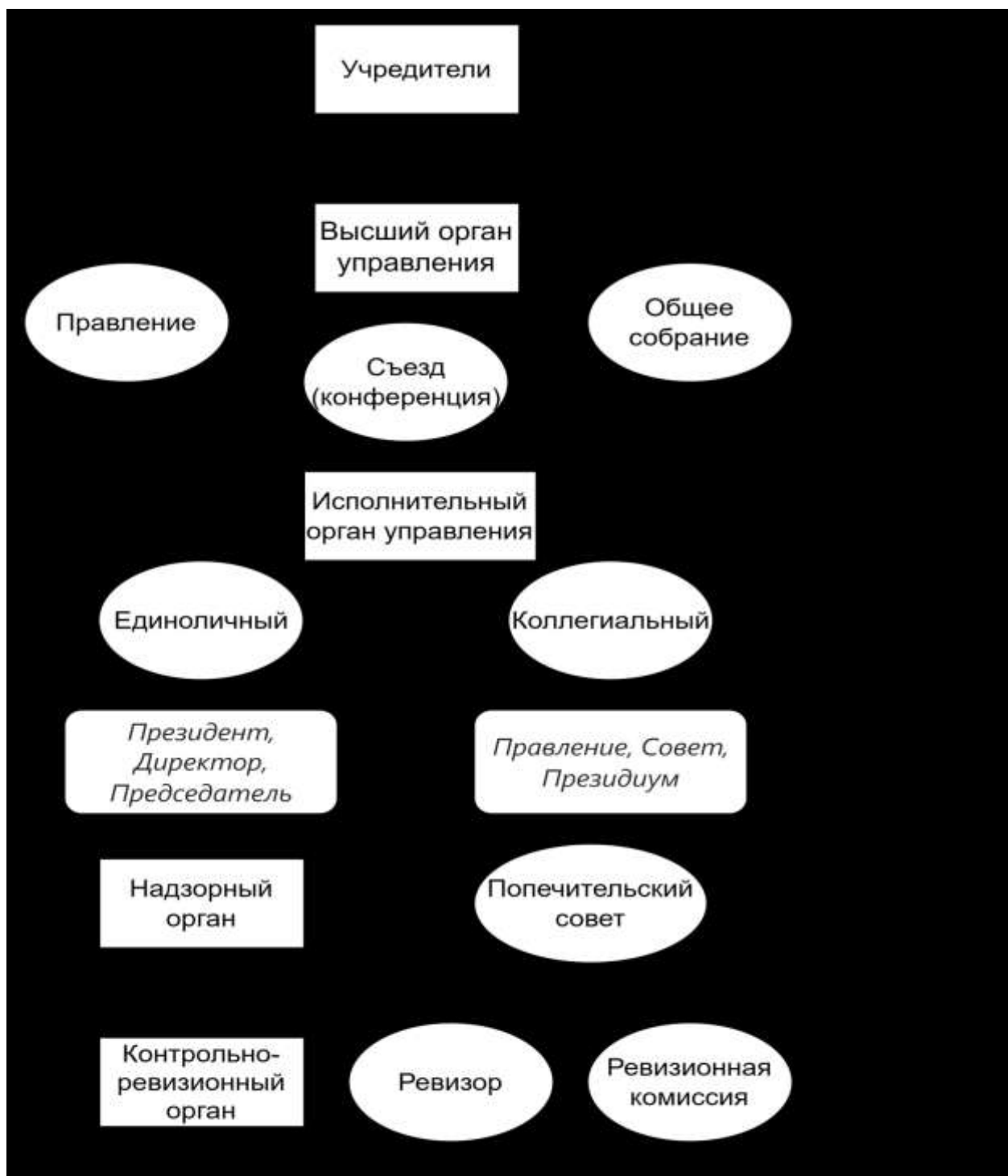


Рис. 3. Обобщенная модель управления НКО в России

Примечание. Составлено авторами по данным [10].

Таким образом, в качестве инструментария для формирования инновационной модели управления НКО предлагается использовать две модели:

- 1) модель оценки эффективности/результативности;
- 2) маркетинговую модель развития организации.

В своей сущности разрабатываемая модель должна позволять руководству организации проводить грамотный самоанализ деятельности организационных структур, при этом стоит не забывать об активности в медиапространстве, а также стремиться к повышению узнаваемости НКО как бренда.

Результативность НКО выражается не только в количестве проведенных мероприятий, но и в проценте удовлетворенности граждан при обращении в организацию с целью получения социальной помощи. При этом необходимо внедрять инструменты обратной связи подобно ЕПГУ, чтобы по итогам года можно было увидеть средние значения, характеризующие качество оказываемых услуг [2].

Маркетинговое направление предлагаемой модели подразумевает наличие в деятельности НКО направления, ориентированного на повышение узнаваемости организации в СМИ, социальных сетях и т.д. Данная деятельность должна быть вторым по значимости вектором развития НКО. Например, для проведения маркетинговой политики можно попытаться привлечь сторонние организации (в этом случае речь идет об аутсорсинге). Для крупных региональных НКО (например, федерации профсоюзов, торгово-промышленные палаты, ассоциации Союза работодателей и т.д.) можно попытаться создать отдельное структурное подразделение либо выделить штатную единицу, которая будет обеспечивать функции PR-менеджера организации [3].

Рассмотрим маркетинговую модель развития организации, представленную К. С. Казаковой в работе [5].

Данная модель содержит в себе пять блоков:

- 1) маркетинговый анализ;
- 2) разработка маркетингового планирования;
- 3) реализация разработанного плана;
- 4) мотивация сотрудников организации;
- 5) контроль за реализацией маркетингового плана.

Предлагаем соотнести данные блоки с общей структурой НКО, видоизменив схему, а также увязав с моделью результативности. Полученный результат в виде авторской инновационной модели управления НКО представлен на рисунке 4.

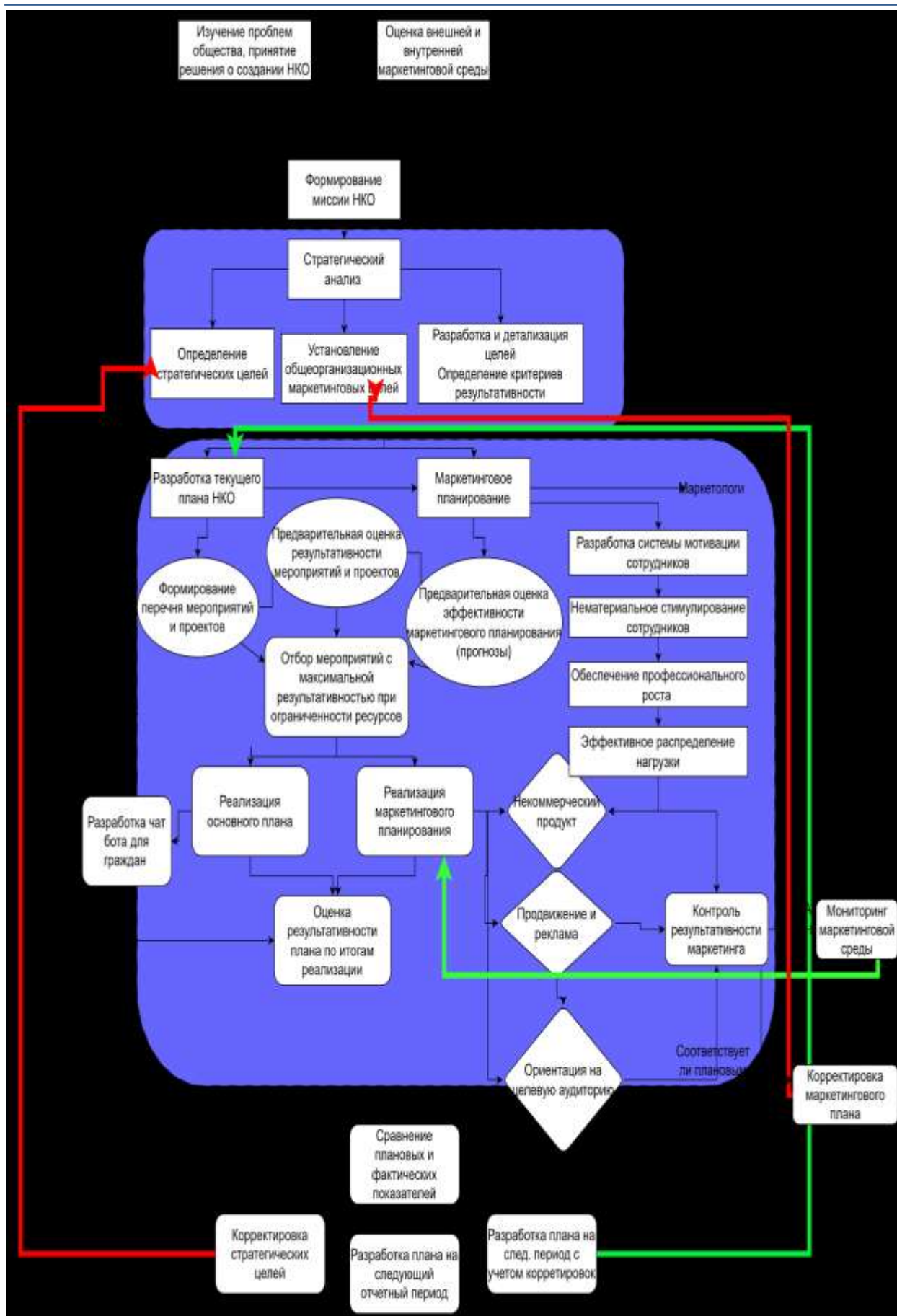


Рис. 4. Инновационная модель управления НКО

Примечание. Авторская разработка.

Вышеуказанная модель отличается тем, что носит универсальный характер и дает возможность ее применения в различных формах некоммерческих организаций. При этом в качестве обоснования предложенной модели следует указать, что основное внимание должно уделяться результативности и эффективности деятельности НКО. Внедряя элементы разработки маркетинговых планов, руководство решает задачу по повышению узнаваемости своей организации, что влечет рост вероятности получения грантов на реализацию основной деятельности.

Маркетинговая составляющая не может реализовываться без применения цифровых сервисов, позволяющих гражданину оперативно получить информацию и поддержку со стороны некоммерческой организации [5]. В данной ситуации речь идет о цифровой зрелости НКО, уровень которой постепенно повышается. Однако для ускорения такого процесса следует поддерживать сторонние организации, предоставляющие ресурсы для проведения цифровизации НКО (как основополагающего фактора успешности реализации маркетингового направления инновационной модели) на государственном уровне [3].

Заключение

Обобщим вышеизложенное и перечислим ряд преимуществ разработанной инновационной модели управления НКО.

Преимуществом стоит назвать ее системный характер, поскольку модель объединяет сразу несколько подходов других авторов, а также строится на уже имеющейся и действующей в рамках российского законодательства модели. Кроме этого модель показывает процесс оценки деятельности по разработке планов организации. Инновационным преимуществом выделяется предложение по дальнейшему созданию чат-бота, который позволит в удобном формате взаимодействовать с НКО и получать качественную адресную помощь. Инновационность обеспечивается за счет имеющихся научных подходов по развитию продвижения услуг в среде некоммерческого сектора. Анализ зарубежных моделей показал их несостоятельность и сложность в применении в российских НКО.

Литература

1. Авдеева Е. А., Логвинова В. А. Назначение и сфера применения моделей стратегического планирования для обеспечения устойчивости деятельности компаний в изменяющейся среде // Проектное управление в строительстве. 2022. № 1 (26). С. 83-89. EDN VJVCZT.

2. Белова Ю. И. Модель управления НКО на основе оценки результативности // Наука и инновации — современные концепции: сборник научных статей по итогам работы Международного научного форума (г. Москва, 08 февраля 2019 г.) / Отв. ред. Д. Р. Хисматуллин, в 2 т. М.: Инфинити, 2019. Т. 2. С. 28-33. EDN ZBFXTN.

3. Вишнева К. В. Цифровая трансформация некоммерческих организаций: проблемы и направления развития // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 4-3 (106). С. 152-155. DOI 10.23670/IRJ.2021.106.4.094. EDN MRDGLO.

4. Терехова-Пушная Д. В. Модели стратегического управления и планирования // Московский экономический журнал. 2019. № 9. С. 162. DOI: 10.24411/2413-046X-2019-19088.

5. Казакова К. С. Модель управления маркетингом некоммерческих организаций // Современная наука: Актуальные вопросы, достижения и инновации: Международная научно-практическая конференция (г. Пенза, 05 сентября 2021 г.). Пенза: Наука и Просвещение, 2021. С. 141-144. EDN TLDWIG.

6. Марьянов Е. О., Поклонский А. Ю. Анализ опыта применения информационных технологий в некоммерческом секторе и перспективы их использования и развития в России // Вектор экономики. 2021. № 11 (65). EDN MXDTRQ.

7. Мусаев М. М., Петерсонс А. Д., Янкина И. А. Использование зарубежных моделей управления в российском менеджменте // Естественно-гуманитарные исследования. 2023. № 1 (45). С. 409-413. EDN RYSIOL.

8. Положенцева Ю. С., Согачева О. В. Сравнительный анализ законодательного регулирования деятельности некоммерческих организаций // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2022. № 1 (59). С. 93-104. DOI 10.47581/2022/IE.1.59.14. EDN OVWPUM.

9. Суровнева А. А., Полянин А. В., Головина Т. А. Особенности менеджмента некоммерческих организаций // Труд и социальные отношения. 2017. Т. 28. № 4. С. 33-48. EDN ZBMWAJ.

10. Федеральный закон Российской Федерации от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» // СПС «КонсультантПлюс». URL: <https://consaltika.ru/>.

*Статья поступила в редакцию 07.06.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. юрид. наук, доцентом Д. В. Березовским*

UDC (УДК) 338.24:316.77

© L. V. ORLOVA¹, A. A. MUSSAYEVA², 2023

© Л. В. Орлова¹, А. А. Мусаева², 2023

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

² Казахская национальная академия искусств им. Тимирбека
Жургенова (КазНАИ), г. Алматы, Казахстан

E-mail ¹: orlovalv313@mail.ru

E-mail ²: aiman_mussayeva@mail.ru

CORPORATE PROJECT MANAGEMENT SYSTEM AS AN EFFECTIVE TOOL TO OPTIMIZE MODERN COMPANY ACTIVITIES

The study emphasizes the significance of applying the project corporate management model into production industries to enhance project quality, shorten project completion timelines, enhance staff engagement, lower costs, and maximize resource utilization. The main benefits that companies receive from training their managers and employees in the corporate project management system are identified. It has been found that it is necessary to implement a set of practices that contribute to the creation of special working conditions at each stage of project management in the organization in order to maintain the effectiveness of employees' work.

Keywords: project management, business, company, project, management processes, resources, corporate project management system.

КОРПОРАТИВНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ КОМПАНИИ

Проектное управление сегодня — не просто следование западным веяниям моды и заимствование опыта у зарубежных коллег, а результативный и испытанный инструмент интеграционной деятельности, направленный на достижение поставленных целей. В условиях ускорения научно-технического прогресса и необходимости в быстром современном информационном потоке контролировать процессы, ресурсы и время, очень важно на предприятиях создавать системы управления проектами, позволяющие повышать качество проектов, снижать сроки их выполнения, совершенствовать механизмы взаимодействия между со-

трудниками, сокращать затраты и оптимизировать ресурсы. В данной работе поднимается тема актуальности использования корпоративной системы управления проектами (КСУП) на производственном предприятии, так как непрерывные усложнения и рост потребностей общества приводят к неизбежному усилению интеграции науки и производства, а также возникновению новых, более эффективных форм их взаимодействия. Авторами отмечается, что эффективность использования современной компанией КСУП позволит оптимизировать технологию разработки проектов, создать автоматизированную систему контроля их реализации. Следовательно, для большинства компаний важнейшей задачей является разработка КСУП, определяющей основные понятия, принципы, механизмы и процессы, обеспечивая управление проектами различных типов – организационных, социальных и тех, что связаны с разработкой и внедрением информационных технологий. При разработке проекта, направленного на формирование проектного управления в компании, необходимо учитывать причины неудач таких проектов, которые были проанализированы и структурированы сообществом. Кроме этого, в статье анализируется исследование, проведенное в 2011 году российской компанией РМ Expert, на тему «Корпоративная система управления проектами: российская практика ведения бизнеса» [3], направленное на получение, систематизацию и анализ информации об эффективности корпоративных систем управления проектами в компаниях и организациях. Описаны основные выгоды и преимущества, которые получают компании от обучения своих руководителей и сотрудников корпоративной системы управления проектами. Отмечено, что для осуществления эффективной работы таких сотрудников необходима реализация комплекса практик, которые способствуют созданию специальных условий труда на каждом этапе управления проектами в организации.

Ключевые слова: управление проектами, бизнес, компания, проект, процессы управления, ресурсы, корпоративная система управления проектами.

As one of the urgent tasks for most managers is ensuring efficiency in company development and the ability to respond to external changes, the structuring and formalization of company development management processes will contribute to solving this problem.

Regardless of how business develops, managers who are interested in the company's development recognize the critical need to develop and implement a project management system in organizations on a company-wide or individual business process scale [1].

A full-scale implementation of a project management system may last for 2-3 years, and this term is not accepted by the company's top

management, which requires its specialists to develop a quick and simple solution to enhance the project management efficiency. As a rule, the company's management has to revisit the issue of the effectiveness of the capital investments invested in projects. Solving such a task needs a certain amount of time to collect information, analyze it, and determine the current state of funded projects. Still, the financing of the projects themselves is minimized, and the projects that are in development have to be suspended.

The analysis of the situation conceals the fact that the actual effectiveness of those projects that have already been implemented has not been evaluated and differs significantly from the planned one, and projects aimed at implementing the strategy comprise a smaller part of all projects realized or nearing completion.

As a result, many of the projects being developed do not meet the established economic indicators, and, the risks that are somehow related to the external environment of the project are not taken into account.

Thus, for a long period of time, the company's resources were spent on inefficient projects that reduced the company's market value and took away from it the advantages that it had over competitors.

In this regard, the purpose of this work is to develop practical recommendations for the creation and implementation of a corporate project management system at an enterprise.

The indicated purpose of the study involves the following tasks to be completed:

1. Develop an action plan for a company attempting to establish a corporate project management system.
2. Create practical recommendations on organizational support and planning for the organization's corporate project management system, as well as a set of management measures.

Corporate project management system (CPMS) is a set of methodological, organizational and informational tools that support project management processes in the company [2].

CPMS consists of the following components:

1. Project management methodology that defines uniform rules and standards for project management processes, programs, and project portfolios.
2. Organizational and staff structure of project management.
3. Project Management Information System (PMIS) designed for automation and information support of project activities.

In 2011, the Russian company PM Expert conducted a survey titled Corporate Project Management System: Russian Business Practice , tar-

geted at obtaining, systematizing, and analyzing information about the effectiveness of corporate project management systems in companies and organizations. The major part of respondents was project managers (42%), department heads (19%), program/project portfolio managers (16%), and project office managers (11%) [3].

Respondents identified the following aspects as a priority step in the implementation and development of CPMS for effective company operation:

- improving project management methodology (73%);
- employee training in the corporative management system (45%);
- creating project documentation templates (32%);
- implementing portfolio management (31%);
- introducing ISUP (26%);
- implementing the project office (23%);
- program management implementation (20%).

Most companies have implemented a Corporate Project Management System on their own (70%) and only 18% have attracted external consultants for implementation.

But 2018 witnessed an increase in the proportion of external consultants addressed to by 28% [3]. Therefore, more and more companies are standardizing project management processes through the introduction of a corporate project management system.

Obviously, while developing the main solutions of a corporate management system, it is necessary to rely on existing experience, concentrated in professional project management standards developed by an international community of scientists and practitioners.

As a rule, the main comparative criteria influencing the choice of the standard as the basis of the project management methodology involve [4]:

- the approach used in management;
- composition of subject areas of management;
- availability of management document templates;
- availability of a translation into Russian;
- specifics of the organization's business processes;
- specialization by industry.

Also, the formation of a methodological base and the choice of a project management approach are adjusted to the existing methodology of project management, characterized by such parameters as:

- share of projects in business;
- the nature of the projects being implemented;
- maturity level of the existing project management system;

- the level of training and mentality of the company's employees;
- availability and level of information technology.

The establishment of CPMS aims at computerizing project management processes as well as enabling project participants to access necessary tools and information for project management [5, 6].

The system provides project management of various types such as: organizational, social and those that deals with development and implementation of information technologies.

The organizational structure of project management for the system under development should consist of the following items:

- project committee;
- project management department;
- project curators;
- project managers;
- resource owners;
- working groups for projects (project administrators, executors, or responsible executors of works);
- project participants;
- contractors.

The system being created ensures the project participants have the tools and information necessary for effective and operational project management. When creating a corporate project management system, it is necessary to identify the main business processes of a company and conduct meetings with representatives of the organization to specify the main processes of a project.

Alternatively, specialized services are suggested in project management.

The authors consider that such services could be appropriate for medium- and large-sized businesses that have several functional divisions. Moreover, a group of companies that introduced project management have to apply for the consulting services of highly professional specialists.

A large company requires a project office within its location, and its organization and distribution of powers should be provided by a person experienced in such activities. For companies that are only initiating the introduction of CPMS, it is advisable to choose the option when the head hires an internal specialist or trains an existing employee in the basics of project management.

When adopting a project for the implementation of CPMS, managerial staff needs to pay attention to a number of problems that are highlighted by consultants on CPMS.

Firstly, company staff will accept the implementation of CPMS in different ways. Some employees, innovators by nature, will accept the idea of changes in the company with enthusiasm and will contribute a lot to its development. Others, on the contrary, will refuse to introduce innovation in their field of activity. Many of the employees who have already established relationships with the former team and bosses will be dissatisfied with additional body to control.

Secondly, the staff of the organization may simply not be ready for the introduction of new management technologies. Low qualification of employees in project management will require either replacement of a part of the team, or investments in training and professional development of employees.

Thirdly, the implementation of a new management method is likely to be costly as it includes payment for consultants on project development and staff training for changes, the re-training of some employees under programs such as PMP (Project Management Professional) or hiring new employees with the appropriate level of training, the cost of computer programs used for IPMS, and lost profits from inefficient or unrealized projects during implementation.

Fourth, the top management of companies needs to develop a new policy within the structure that will indicate the main goals and place of project management in the organization, project selection criteria, project quality criteria, resource policies, and risk management.

Fifth, in some cases, the corporate management system may need integration with other systems, which already exist in a company and it may require considerable effort to ensure that all systems work smoothly.

Sixth, the corporate governance system heavily relies on data. As soon as the data is incomplete, inaccurate, or inconsistent, it can undermine the system's effectiveness, so organizations should have to ensure processes for accurate and up-to-date data availability.

Seventh, a successful corporate governance system needs the involvement of all relevant stakeholders in the development process. Otherwise, the system will not meet their needs, and, consequently, it may lead to limited success or loss of acceptance for a company.

Eighth, as the organization develops, the corporate governance system should be able to adapt and scale accordingly. If the system is designed without considering scalability, it may become outdated or inefficient over time.

So, the key factors for the success of the implementation project are:

1) support for changes from top management, adoption of project management as part of the general ideology of company governing;

2) proper support and motivation of employees, consultants' assistance in shaping employees' skills in new technologies;

3) suitable software product selection, cooperation with a consulting company with diverse experience in implementing project management.

4) Consistent implementation of CPMS elements to meet the needs of direct users of innovations.

The outcome of the work performed can be seen in a company's main project activity [7].

The selection of a project for CPMS testing

A pilot project should last for about a month and involve 3–5 specialists. At the same time, it should be taken into account that the actual duration of the project will be 25% longer than planned due to the need to master a new CPMS.

Selection and appointment of a project manager

The project manager should be appointed from among the current employees of an organization with leadership qualities, who is aware of the efficiency of project management and supports the project to build CPMS.

Setting the project goals and objectives

Before starting a project, it is necessary to formulate the goals and objectives of the project.

The project goal and objectives should be clear to all project members, measurable, and achievable within the project.

Creating project working group

If at all possible, the project working group should comprise of key employees of an organization, who are expected to share the acquired skills with other employees. Also, it is advisable to involve employees from various departments of an organization to form a successful working group.

Developing a project plan

When creating a plan in MS Project, it is necessary to begin with the requirements for its implementation. Each task should be assigned to a certain responsible employee from the project working group, and the volume and duration of the work performed should be fixed. All activities should be organized in a hierarchical list with dependencies defined.

Conducting training of the project working group

Before the project to commence, it is necessary to train the working group with CPMS. It is recommended to hold a four-hour lecture with a demonstration of the capabilities of CPMS and an analysis of the main

project cases. During course of the project, it is necessary to hold weekly meetings of the project team to exchange experience and analyze the difficulties encountered with the use of CPMS.

Elimination of errors and comments on the results of the pilot operation

Following the completion of the pilot project, it is necessary to compile a list of comments that should be discussed with the contractor to plan further improvements and changes.

Developing a project management standard

Based on the results of the project, the project team needs to develop the main provisions for working with the CPMS, which should be fixed in the organization at the level of the internal standard.

The main benefits that companies receive from the training of their managers and employees in CPMS are:

- the number of successful project implementations grows, deadlines and budgets shrink, and quality improves;
- positive company image improves; additional competitive advantages while participating in tenders;
- the ability for employees to gain a large amount of new knowledge in a concentrated form in a short period;
- seminar and training participants learn to apply their knowledge in practice through practical exercises and business games;
- in the classroom, participants are welcome to discuss the urgent problems of their real businesses and ways to solve them;
- during corporate training course a company's "terminological field" is formed.

At all stages of the project life cycle, the possibility to access reliable and up-to-date information on the project by every person making management decisions is an issue of paramount importance.

A successful implementation implies that all company members are aware of the rationality of the method; the way the work is organized becomes more efficient; the project management methodology encourages the management staff to make better and more precise decisions and to track the execution of specific work.

The commissioning stage of the project management system should be carried out at a time when the company has already tested project management methods on several pilot projects, corrected errors that arise when applying this methodology and each of the employees has learned how to use the project management information system.

According to the authors, it is the right time to assess the functioning of a company in "with a project" and "without a project" modes when

the introduction of a new method enables the company to compare the main indicators of its financial and production activities and to trace company team comradery and other non-material factors.

Based on the data obtained, it is possible to assess how much the company's activities have changed and whether they have become more efficient in terms of intensification of the company's capabilities. But it should also be noted that the projects involving the introduction of new management technologies will not provide prompt or hasty results. The implementation of CPMS can last two or even three years, depending on the scale of the company, so the management should not make hasty conclusions about the technique unless it achieves positive results in pilot projects.

When developing a project aimed at forming project management in a company, it is necessary to take into account the reasons for failure of such projects, which have been analyzed and structured by the community. The cases when a project fails comprise 9% and are determined by the reasons as follows:

- lack of training for project participants;
- rejection from some of the project participants;
- inconsistency of project management processes with the real conditions of project execution;
- insufficient level of detail in project management processes;
- non-compliance by the company's management with the requirements of the project management methodology;
- rejection from functional managers;
- complexity of CPMS requirements for execution.

Since one of the elements of the corporate development project management system is document management, there is a need to create templates for project management documents.

The developed project provides the creation of a draft standard, templates and other regulatory documents at the stage of personnel training. N. V. Mayunova in her work [8] offers a list of templates necessary for the development of CPMS, which can facilitate the staff functioning after innovations (tab. 1).

Table 1

Required Project Management Templates

<i>Document</i>	<i>Description</i>
Project application	Project initiative
An order to initiate a project	Serves to approve the start of a project

Table 1 ending

Initial description of the project content	Describes the goals, objectives, milestones and results, scope and boundaries of the project, criteria project completion
Project Charter	Reporting frequency of project participants, project documentation management, team responsibility, etc.
The project card	Brief information about the project
Final description of the project	Describes the project product, process in detail approval of intermediate and final project results
Project Management Plan	Includes plan project schedule, resource management plan, risk management, communications and other project plans
Project budget	List of cost items for project work, distributed over time
Commercial suggestion	Proposal for project approval by an external customer
Project status report	Report on the current state of the project for
Request for modification of project parameters	Request to change the subject area, scope of work of the project and other significant parameters
Change log	List of all change requests and their status
Project meeting reports	Records issues discussed during project meetings and decisions made on them
Final report	Analysis, collection of experience
Internal note on completion	Reasons for closing, main results, results of project acceptance, reaction of the project customer
Order on project completion	Serves to approve the end of the project
Internal note on material fund distribution	Serves to approve project awards
Act of acceptance for completed works	Serves to approve the closure of works on project
Services questionnaire	The reaction of the customer following the results of the project
Check sheet	Quality criteria checklist. Project Management Process: Scroll standard quality criteria for analysis by completion of project stages
Risks checklist	List of the most common risks

The fundamental document of any project is the charter, developed at the stage of project initiation to represent the goals, content, and timing of the project. At the project planning stage, the project management plan becomes the main document, which is the package of approved documents that indicates the processes of its implementation and monitoring. Also, it includes a content management plan, schedule, cost baseline, milestone list, and schedule baseline.

In most projects, a risk register is created to manage the company's risks, which is also part of the project management plan.

Another necessary document is the list of project members, which reflects all participants involved in the project, describes their roles, and includes their contact information.

Today, project management is a productive and proven tool for integration activities aimed at achieving the desired results and goals, rather than simply following Western business trends and borrowing experience from foreign colleagues. Each successful project in any area of management, whether the construction of buildings or the introduction of a new document management system, contributes to the company's development.

As practice shows, the process of implementing CPMS is quite costly in all respects; however, the result will not be long in coming. Companies' implementation of CPMS can result in an improvement of life processes and interaction mechanisms in the production sector, a reduction of costs and project deadlines, and the optimization of resources. As a result, all divisions work as a single organism, successfully functioning in the market.

An enterprise project management system can be an effective tool for modern companies in several ways. Here are some potential benefits:

- Improved project planning and tracking: CPMS can provide a centralized platform for project planning and tracking, allowing project managers to more easily manage tasks, deadlines, budgets, and resources. This can help reduce the risk of project delays and cost overruns, as well as improve overall project outcomes;

- Enhanced Collaboration: The CPMS can facilitate collaboration between team members by providing a platform for information sharing and communication. This can help improve teamwork and reduce the risk of misunderstandings or duplication of effort;

- better decision making: CPMS can provide project managers with real-time data and analytics, allowing them to make informed decisions and adjust project plans as needed. This can help improve project outcomes and reduce the risk of costly mistakes;

– advanced risk management: CPMS can help project managers identify and mitigate risks associated with a project, including financial, technical and other types of risks. This can help improve the overall success and profitability of the project;

– Improved efficiency and productivity: CPMS can help streamline project workflows and automate repetitive tasks, allowing team members to focus on more important work. This can help improve overall efficiency and productivity, as well as reduce project cost.

In general, CPMS can support modern companies to manage complex projects more effectively, improve collaboration and make more informed decisions, which ultimately lead to better project outcomes and greater business success.

References (Литература)

1. Зайковский В. Э. Реализация корпоративной стратегии территориальной экспансии на основе методологии проектного менеджмента: дис. канд. ... экон. наук: 08.00.05 / В. Э. Зайковский. Томск, 2015. 151 с.

2. Филимонова В. Д. Организация корпоративной системы управления проектами и эффективность ее использования // Молодой ученый. 2021. № 26 (368). С. 133-134.

3. Результаты опроса «Корпоративная система управления проектами – практика российского бизнеса» / Интересные материалы про управление проектами // «ПМ Эксперт» URL: <https://pm.expert/info/articles/>.

4. Богданов В. Корпоративная система – шаг за шагом. Стратегии реализации проекта внедрения КСУП. М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2012. 248 с.

5. Idobayeva A. Improvement of the enterprise management system based on modern principles of building business processes, controlling and risk management // Three Seas Economic Journal. 2020. Vol. 1. № 3. Pp. 40-45. DOI: 10.30525/2661-5150/2020-3-7.

6. Yu W. Thoughts on Establishing Modern Enterprise System and Management Reform // E3S Web of Conferences. 2021. P. 235. DOI:10.1051/e3sconf/202123501055.

7. Управление проектами: практическое руководство / Ф. Грей Клиффорд, Эрик У. Ларсон, пер. с англ. М.: Дело и Сервис, 2003. 528 с.

8. Маюнова Н. В. Основы управления проектами: учебно-методический комплекс // Электронная библиотека. URL: <http://www.e-college.ru/xbooks/xbook164/book/index/>.

Статья поступила в редакцию 22.06.23г.

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

УДК 658:338.2

© О. А. Горбунова¹, А. В. Омелькович², 2023

^{1,2} Самарский государственный технический
университет (СамГТУ);

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

E-mail ^{1,2}: genuka76@mail.ru

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Данная статья посвящена стратегическому анализу деятельности муниципального предприятия. Обосновывается, что муниципальное предприятие является важным элементом социально-экономической системы города и его деятельность напрямую влияет на развитие города и качество жизни его жителей. В ходе исследования был проведен стратегический анализ внешней и внутренней среды МП г.о. Самара «Благоустройство», учредителем которого является Департамент управления имуществом г.о. Самара. При проведении стратегического анализа были применены методики PEST, SPACE и SWOT. Полученные результаты позволили сформулировать стратегические перспективы предприятия.

Ключевые слова: стратегический анализ, стратегия развития, PEST-анализ, SPACE-анализ, SWOT-анализ.

Муниципальные услуги являются неотъемлемой частью жизни граждан, поскольку они напрямую влияют на качество и уровень жизни людей. Обеспечение высокого качества предоставляемых муниципальных услуг напрямую связано с эффективностью деятельности самого предприятия, особенностями организации его производственных процессов, техническим оснащением, реализуемой кадровой политикой. Руководство муниципального предприятия должно учитывать запросы со стороны потребителей муниципальных услуг и адаптировать свою работу с учетом изменений внешней среды. Это свидетельствует о значимости стратегического подхода к управлению муниципальным предприятием, что предполагает необходимость проведения стратегического анализа его деятельности.

Цель данного исследования — провести стратегический анализ деятельности муниципального предприятия.

Объектом для исследования выступило муниципальное предприятие г.о. Самара «Благоустройство». *Предмет исследования* — внутренняя и внешняя среда муниципального предприятия.

Особое значение стратегического анализа в сфере оказания муниципальных услуг обусловлено следующими факторами.

1. Рост числа населения и его потребностей в муниципальных услугах. В связи с увеличением населения городов и сел уровень потребности в муниципальных услугах также растет. Предприятия, которые предоставляют эти услуги, должны быть готовы к увеличению объемов работы и обеспечению высокого качества услуг.

2. Необходимость повышения эффективности деятельности предприятий. Ресурсы, которые выделяются на предоставление муниципальных услуг, ограничены. Поэтому предприятия, предоставляющие эти услуги, должны оптимизировать свою деятельность, чтобы использовать ресурсы максимально эффективно.

3. Конкуренция на рынке муниципальных услуг. С появлением новых предприятий на рынке муниципальных услуг уровень конкуренции значительно вырос. Предприятия, которые предоставляют эти услуги, должны обладать конкурентными преимуществами и стратегически планировать свою деятельность.

4. Необходимость улучшения качества услуг. Применение цифровых технологий позволяет ускорить и автоматизировать процессы оказания услуг, что улучшает их качество и повышает удовлетворенность жителей города.

Стратегический анализ играет важную роль для муниципального предприятия г.о. Самара «Благоустройство», основным видом деятельности которого является предоставление услуг по подметанию улиц и уборке снега [7]. Стратегический анализ позволяет определить основные проблемы и вызовы, с которыми предприятие может столкнуться в будущем, а также выработать стратегические направления развития для обеспечения дальнейшей успешной работы и достижения поставленных целей.

Процесс стратегического анализа охватывает комплекс действий по мониторингу состояния внешней и внутренней среды предприятия [5].

Одним из наиболее распространенных методов исследования влияния макроэкономических факторов на деятельность организации является PEST-анализ [4]. Данный метод позволяет провести комплексный анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов, которые могут оказать воздействие на процессы предприятия [3].

Проведенный PEST-анализ для МП г.о. Самара «Благоустройство» показал, что следует уделить особое внимание следующим факторам: стоимость энергетических и сырьевых ресурсов; повышение требований к качеству дорожного полотна; отношение жителей к дорожному хозяйству; уровень инноваций и технологического развития дорожной отрасли; степень ограничений на импорт комплектующих, необходимых для уборки дорог; влияние digital-технологий в сфере дорожного строительства; уровень инфляции и процентные ставки. Факторы перечислены по мере убывания значимости, при этом отсечение происходило по уровню оценки выше 0,2.

По результатам PEST-анализа определено, что стратегия развития муниципального предприятия должна предполагать мониторинг экономической ситуации, своевременную обработку обращений граждан, рефинансирование кредитов, внедрение модернизированной версии программно-аппаратного комплекса CitySoft и составление Roadmap.

SPACE-анализ является одним из инструментов диагностики положения предприятия в рыночном пространстве и определения стратегических альтернатив его развития [2]. Он определяет стратегическое положение организации в отрасли, оперируя двумя внутренними (финансовая устойчивость и конкурентное преимущество) и двумя внешними показателями (устойчивость отрасли и стабильность внешних условий) [3].

Согласно матрице SPACE, которая графически отражена на рисунке 1, можно сделать вывод о том, что МП г.о. Самара «Благоустройство» на сегодняшний день находится больше в оборонительном положении. Об этом свидетельствуют многочисленные судебные дела и разбирательства, которые хотя и обладают тенденцией к сокращению (в 2021 году — 113 дел, в 2022 году — 84 дела), но по-прежнему их количество достаточно высоко. Наличие долговых обязательств также говорит о внутренней финансовой нестабильности предприятия. В таких условиях необходимо уделить особое внимание механизмам парирования угроз.

SWOT-анализ является одним из наиболее распространенных методов ситуационного анализа, который позволяет осуществлять выбор стратегии организации на основе комплексного анализа внутренних и внешних факторов [1]. Этот инструмент позволяет выявить сильные и слабые стороны организации, а также возможности и угрозы, которые могут повлиять на ее бизнес-процессы. Благодаря SWOT-анализу можно разработать стратегические цели и определить необходимые действия для их достижения, что делает

этот инструмент неотъемлемой частью процесса стратегического планирования [6].

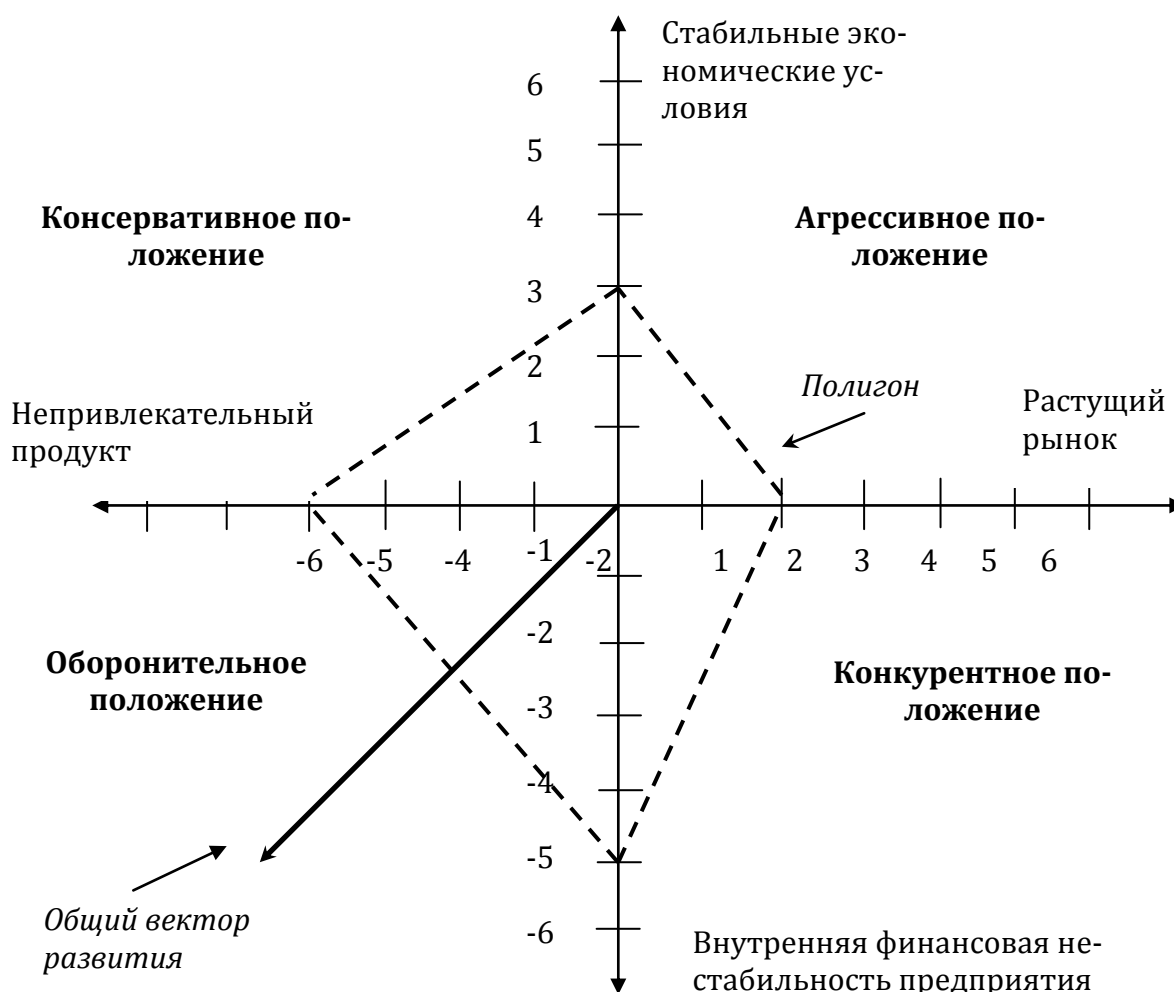


Рис. 1. SPACE-анализ деятельности МП г.о. Самара «Благоустройство»

В таблице 1 представлены результаты SWOT-анализа деятельности МП г.о. Самара «Благоустройство».

На основе анализа комбинаций сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз можно сформулировать следующие потенциальные стратегические действия:

- поле «СИБ» — внедрение интегрированной системы управления проектами; участие в тендерах; внедрение корпоративной информационной системы SAP;

- поле «СИУ» — расширение круга российских поставщиков; соблюдение и сокращение сроков достижения результатов; развитие новых направлений деятельности;

- поле «СЛВ» — создание собственной информационной системы управления проектами; увеличение числа специализированной дорожной техники, в частности снегоуборочной; создание фонда ре-

зервирования средств для возможных финансовых кризисов и неожиданных затрат;

— поле «СЛУ» — подготовка высококвалифицированного мобильного персонала; совершенствование организации труда молодых специалистов; разработка программы развития и мотивации персонала; разработка мероприятий по повышению уровня экономической безопасности предприятия.

Таблица 1

SWOT-анализ деятельности МП г.о. Самара «Благоустройство»

<i>Сильные стороны (S)</i>	<i>Слабые стороны (W)</i>
1. Долгий период функционирования на рынке. 2. Наличие необходимого оборудования для выполнения различных видов работ. 3. Стабильные условия труда, гарантии для сотрудников	1. Выполнение работ в объеме, превышающем условия муниципального контракта (данные расходы предприятию не возмещаются). 2. Нехватка персонала, высокий коэффициент текучести кадров. 3. Высокий износ специализированной дорожной техники предприятия для обеспечения работ по содержанию УДС г.о. Самара. 4. Отрицательные значения прибыли предприятия. 5. Отсутствие стратегии долгосрочного развития. 6. Ограниченный бюджет, недостаточный для выполнения всех задач. 7. Недостаточно эффективные механизмы контроля и мониторинга качества оказываемых услуг
<i>Возможности (O)</i>	<i>Угрозы (T)</i>
1. Увеличение финансирования регионов на программы благоустройства. 2. Спрос на интегрированные системы. 3. Внедрение новых технологий и инноваций в области благоустройства. 4. Продление срока реализации целевых программ в Самарской области. 5. Рост объемов капитальных вложений в основные фонды	1. Возрастание инфляции и рост цен на комплектующие процесса производства работ и услуг. 2. Политическая и экономическая нестабильность. 3. Конкуренция со стороны частных компаний, оказывающих аналогичные услуги. 4. Снижение платежеспособности заказчиков

На основе результатов проведенного стратегического анализа муниципального предприятия г.о. Самара «Благоустройство» выделим следующие стратегические ориентиры.

1. Основные принципы, на которые должно ориентироваться муниципальное предприятие, — улучшение качества содержания УДС г.о. Самара, внедрение новых технологий и разработка стратегии долгосрочного развития.

2. Рекомендуется внедрение модернизированной версии программно-аппаратного комплекса CitySoft и корпоративной информационной системы SAP.

3. Требуется сократить текучесть кадров, акцентировав внимание на разработку программ развития и мотивации персонала, обеспечение комфортных условий труда и поддержание комфортного психологического климата на рабочем месте.

4. Для поддержания УДС г.о. Самара в надлежащем состоянии необходимо оптимальное использование ресурсов и четкая работа по контрольным точкам.

5. Развитие новых видов услуг.

На рисунке 2 представлена карта стратегических целей объекта исследования, коррелирующая с проведенным стратегическим анализом деятельности МП г.о. Самара «Благоустройство».

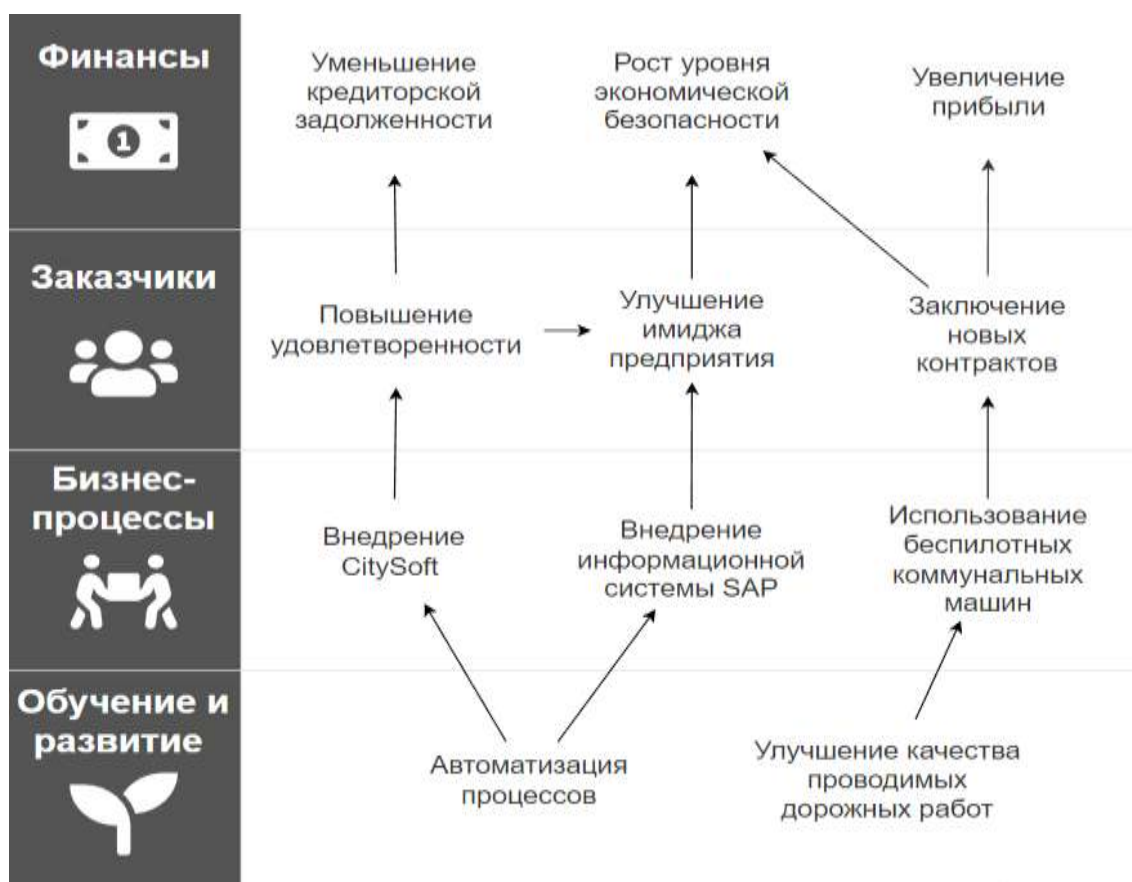


Рис. 2. Стратегическая карта МП г.о. Самара «Благоустройство»

Таким образом, стратегический анализ деятельности муниципального предприятия является важной составляющей успешного управления городским хозяйством.

Так как одним из ключевых элементов современной коммуникации между организациями и жителями является использование цифровых технологий, то создание проектного офиса муниципальных предприятий г.о. Самара может стать важным катализатором для появления инновационных проектов в сфере муниципального управления и расширения возможностей для развития местных сообществ и их взаимодействия с органами местного самоуправления. Такой подход поможет повысить активность и организованность проектной работы в городе и обеспечить оперативное управление проектами муниципального образования г.о. Самара с применением передовых информационных технологий.

В целом цифровая глобализация может привести к улучшению эффективности деятельности и конкурентоспособности муниципального предприятия, что в свою очередь будет способствовать росту его прибыли и повышению качества предоставляемых услуг.

Литература

1. Ананских А. А., Тепловодских М. С. Обоснование стратегии развития организации // Сборник научных трудов, посвященный 85-летию Мичуринского государственного аграрного университета в 4-х т. Мичуринск, 2016. С. 20-23.
2. Зенкина И. В. Стратегический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (теория и методология): дис. ... докт. экон. наук: 08.00.12 / И. В. Зенкина. Ростов-на-Дону, 2013. 357 с.
3. Казакова Н. А. Современный стратегический анализ: учебник и практикум для магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 469 с.
4. Кравченко А. В., Лосева К. А. Влияние среды на выбор стратегии предприятия // Бизнес. Образование. Право. 2018. № 3 (44). С. 113-119.
5. Омелькович А. В., Горбунова О. А. Роль стратегического анализа в обеспечении экономической безопасности предприятия // Современные тенденции развития менеджмента и государственного управления: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Орел, 2022. С. 204-207.
6. Омелькович А. В., Горбунова О. А. Стратегическое планирование как инструмент обеспечения экономической безопасности предприятия в условиях цифровизации // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики: сборник трудов Международной научно-практической конференции / Отв. редактор О. А. Горбунова. Самара, 2022. С. 384-390.

7. Официальный сайт МП г.о. Самара «Благоустройство». URL: <https://мп-благоустройство.рф/>.

*Статья поступила в редакцию 26.04.23г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом С. И. Нестеровой*

УДК 656.82:[338.46+331.5+316.4]

© В. А. Евстафьева¹, С. Г. Симагина², 2023

^{1,2} Поволжский государственный университет

телекоммуникаций и информатики

(ПГУТИ), г. Самара, Россия

E-mail ¹: violetta.9845@yandex.ru

E-mail ²: simaginasve@gmail.com

ИССЛЕДОВАНИЕ ХАРАКТЕРА СПРОСА НА УСЛУГИ ПОЧТОВОЙ СВЯЗИ УФПС САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ АО «ПОЧТА РОССИИ»

В теории маркетинга для ряда товаров и услуг выделяется нерегулярный спрос. Отмечается, что у многих предприятий сбыт товаров (услуг) колеблется на сезонной, ежедневной и даже почасовой основе, что вызывает проблемы недогрузки и перегрузки мощности. Настоящая статья посвящена исследованию характера спроса почтовых услуг УФПС Самарской области АО «Почта России». Приводятся результаты исследования сезонности спроса почтовых услуг по направлениям. Рассмотрены возможности использования особого маркетингового подхода — синхромаркетинга — для улучшения работы предприятия. Дополнительно рекомендовано провести оптимизацию работы почтовых отделений, используя методы расчета системы массового обслуживания.

Ключевые слова: прогнозирование продаж, сезонный спрос, почтовые услуги, синхромаркетинг, Почта России.

Введение

Качественное прогнозирование продаж является одним из ключевых моментов для достижения конкурентоспособности любого предприятия, поскольку влияние характера спроса на продажи значительно. К примеру, если в результате проведенного исследования мы видим, что спрос на ту или иную услугу или продукт возрос в определенный промежуток времени, то на основе полученного прогноза предприятие имеет возможность подготовиться к периоду повышенного спроса, привлекая больше персонала, увеличивая запасы товара и комплектующих или принимая другие меры и, таким образом, обеспечивая соответствие спроса и предложения, а в конечном итоге — увеличение продаж и прибыли. Если же предприятие не учитывает характер спроса и не готовится к его изменению,

то оно сталкивается с нехваткой товара или же с продолжительным ожиданием из-за отсутствия необходимого количества персонала, а также неудовлетворенностью клиентов, что естественным путем приводит к потере клиентов и убыткам [1]. Необходимо отметить и целый ряд социальных последствий, связанных с сезонностью спроса: временное сокращение персонала, снижение зарплаты и другие непопулярные меры [2].

Цель данного исследования — определить характер спроса на услуги почтовой связи для устранения возможных последствий, связанных с его сезонностью.

Объектом для исследования выбрана УФПС Самарской области АО «Почта России».

Предмет исследования — спрос на услуги почтовой связи.

Исходные данные для анализа были получены из финансовых готовых отчетов исследуемого предприятия за 2018-2021 гг. [3, 4, 5].

Результаты исследования

Для определения характера спроса на услуги почтовой связи УФПС Самарской области АО «Почта России» будем исходить из следующей последовательности.

Проведем анализ сезонности спроса на услуги почтовой связи по выбранным направлениям на основе получаемых предприятием доходов по методу простой средней [6]. На основе полученных данных можно рассчитать средневзвешенные значения коэффициентов сезонности по типовым представителям услуг по методу простой средней. Для этого [7]:

1. Суммируются данные каждого квартала за несколько лет и находится среднеквартальная величина:

$$\overline{x_{ij}} = \frac{\sum_{j=1}^n x_{ij}}{n},$$

где:

$i = 1 \div n$;

$j = 1 \div m$;

m — количество кварталов;

n — количество лет.

2. Рассчитывается общая годовая средняя:

$$x_{ij} = \frac{\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n x_{ij}}{nm}.$$

Рассчитывается индекс сезонности как отношение средних за каждый квартал к общей годовой средней (общая годовая средняя спроса почтовых услуг представляет собой постоянную величину).

Анализ полученных в результате расчетов показателей выявил сезонность спроса по отдельным направлениям предлагаемых услуг (табл. 1).

Таблица 1

Оценка сезонности услуг почтовой связи УФПС Самарской области АО «Почта России» за 2018-2021 гг. по кварталам

Вид предоставляемой услуги	Средний взвешенный индекс сезонности, %			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Письменная корреспонденция	23,7	26,1	24,4	25,9
Посылки	22,6	22,8	23,4	31,2
Письма и посылки с объявленной ценностью	22,6	22,8	23,4	31,2
Пенсия	26,0	25,5	25,0	23,5
Продукция периодических изданий	23,8	27,3	24,0	24,9

Как видно из таблицы 1, наименьшим спросом отличился первый квартал: индекс сезонности — от 22,6 до 26%. Максимальный спрос от предоставленных предприятием услуг приходится на 4 квартал — до 31,2% (вид предоставляемой услуги — посылки). То есть ежегодно от первого к четвертому кварталу наблюдается рост объема оказанных услуг. Наиболее интенсивное увеличение в 4 квартале (период новогодних праздников) наблюдается по следующим направлениям:

- письменная корреспонденция;
- посылки;
- письма и посылки с объявленной ценностью.

Развернутый анализ услуг почтовой связи по годам на период 2018-2021 гг. по направлениям представлен в таблице 2.

Таблица 2

Оценка сезонности услуг почтовой связи УФПС Самарской области АО «Почта России» за 2018-2021 гг.

Вид услуги	Годовые индексы сезонности по кварталам, %			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Письменная корреспонденция				
2018 г.	25	28	21	26
2019 г.	27	21	21	31
2020 г.	20	28	25	27
2021 г.	24	26	29	22
Посылки				
2018 г.	25	28	21	26
2019 г.	27	21	21	31
2020 г.	20	28	25	27
2021 г.	24	26	29	22
Письма и посылки с объявленной ценностью				
2018 г.	22	23	21	35
2019 г.	25	22	23	29
2020 г.	23	23	25	28
2021 г.	26	25	24	26
Пенсия				
2018 г.	26	25	25	24
2019 г.	25	25	25	25
2020 г.	28	27	23	22
2021 г.	25	24	28	23
Продукция периодических изданий				
2018 г.	23	28	25	24
2019 г.	23	27	24	25
2020 г.	25	26	24	25
2021 г.	24	27	23	26

Как видно из таблицы 2, наименее всего сезонности подвержены два вида услуг почтовой связи – «Продукция периодических изданий» и «Пенсия», колеблющиеся от 23 до 28%. Тем не менее часть направлений услуг почтовой связи имеют умеренно сезонный характер спроса. Особенно наглядно это иллюстрируют графики, показывающие относительный рост использования услуг почтовой связи (рис. 1-5).



Рис. 1. Динамика спроса почтовой услуги «Письменная корреспонденция»

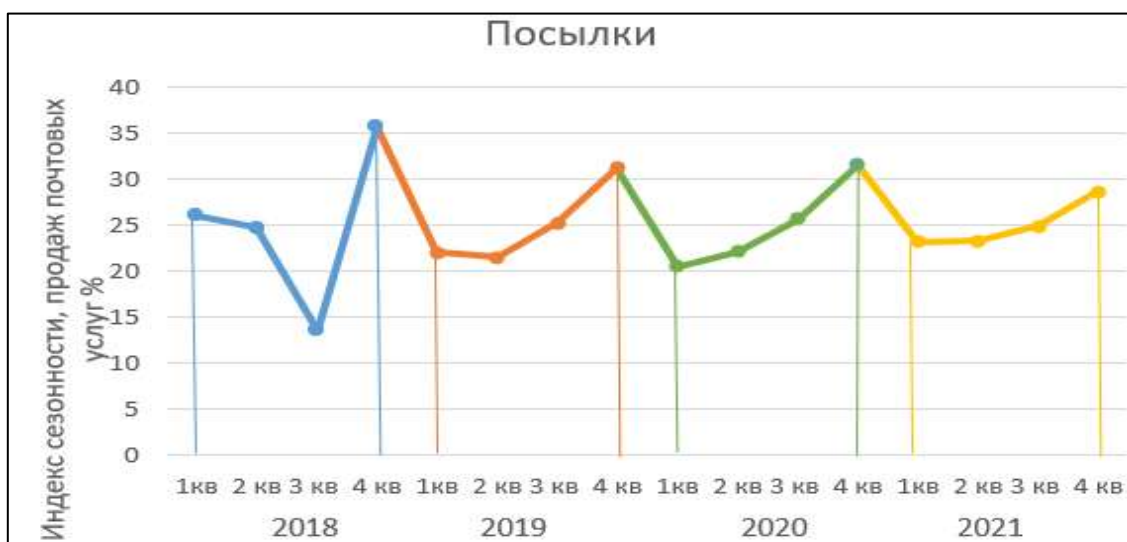


Рис. 2. Динамика спроса почтовой услуги «Посылки»



Рис. 3. Динамика спроса почтовой услуги «Письма и посылки с объявленной ценностью»

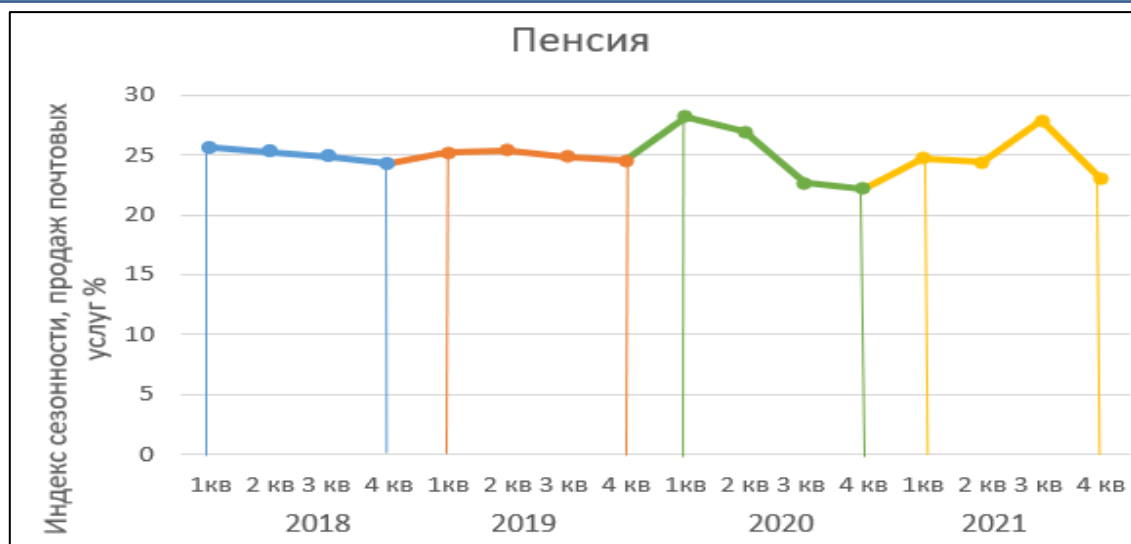


Рис. 4. Динамика спроса почтовой услуги «Пенсия»

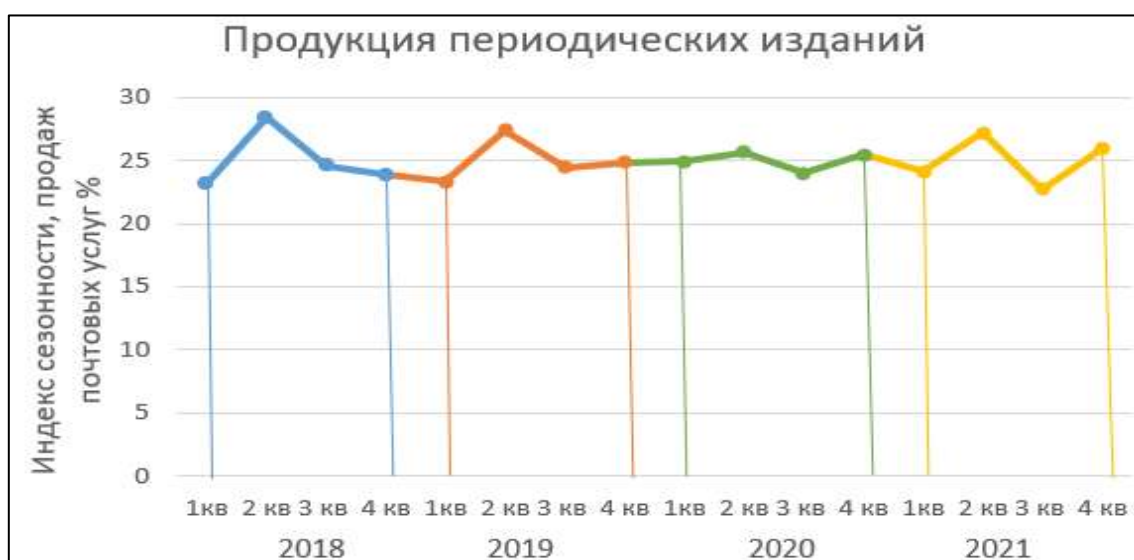


Рис. 5. Динамика спроса почтовой услуги «Продукция периодических изданий»

Таким образом, оказание услуг почтовой связи по некоторым направлениям деятельности характеризуются сезонным спросом. Следовательно, возникает необходимость регулирования проблем, характерных для данного вида спроса.

Зарубежный опыт подсказывает, что можно использовать особый маркетинговый подход, известный как синхромаркетинг.

Синхромаркетинг представляет собой «активности» компании, направленные на регулирование колеблющегося спроса, обусловленного сезонностью производства и потребления, а также несоответствием между временем предложения товаров и временем их потребления, предлагая разнообразные методы, которые помогают компаниям достичь оптимальных результатов.

Основная цель синхромаркетинга заключается в поиске способов сглаживания временных колебаний спроса путем применения гибких цен, стимулирующих мер и различных приемов стимулирования. Другими словами, его задача заключается в эффективном управлении потребностями, согласованном с колебаниями спроса в противофазе [8].

Заключение

Как показали проведенные исследования характера спроса на выбранные услуги почтовой связи, сезонность спроса в основном наблюдается для исследованных видов услуг в 4 квартале (рис. 1-3). В этих условиях применение методов синхромаркетинга не сможет полностью выровнять сезонные пики в целом по суммарному объему почтовых услуг, поскольку отдельные их виды по спросу не находятся в противофазах. В связи с этим стоит задача нахождения оптимального соотношения между числом поступающих в почтовое отделение требований на обслуживание и числом обслуживающих окон или устройств, при котором суммарные расходы на обслуживание и убытки от неудовлетворенного спроса на услуги почтовой связи были бы минимальными.

Литература

1. Басовский Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. М.: ИНФРА-М, 2001. 137 с.
2. Симагина С. Г. Сетевой и межсетевой менеджмент при нестабильном взаимодействии организаций: теория, методология, практика: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / С. Г. Симагина. М, 2008. 47 с.
3. Годовые отчеты 2018-2019 гг. // Официальный сайт «Почта России». URL: <https://www.pochta.ru/company/annual-reports>.
4. Финансовая отчетность // Официальный сайт «Почта России». URL: <https://www.pochta.ru/company/annual-reports>.
5. Отчеты эмитента // Официальный сайт «Почта России». URL: <https://www.pochta.ru/company/annual-reports>.
6. Пронько А. Г. Модели и механизмы согласованного управления производством и сбытом продукции с сезонным характером спроса (на примере ЗАО «Самарская кабельная компания»): автореф. дис. ... канд. экон. наук / А. Г. Пронько. Самара, 2002. 20 с.
7. Симагина С. Г. Исследование сезонных колебаний выпуска книжной продукции в России: пути решения проблем // Научная книга. Академиздат-центр «Наука» РАН. 2004. № 3-4. С. 26-32.
8. Симагина С. Г. Механизмы регулирования занятости при сезонном характере спроса: исследования, моделирование // Вестник Самар-

ского государственного экономического университета. 2016. № 3 (137). С. 57-62. EDN VRWKGD.

*Статья поступила в редакцию 22.05.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом С. И. Нестеровой*

© Т. П. КАРПОВА 2023

Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

E-mail: tpkarpova@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДПРОЦЕССА «УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ИДЕЯМИ» В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ

В статье рассматриваются теоретические подходы к исследованию подпроцесса управления инновационными идеями в контексте управления человеческим капиталом. Исследование подпроцесса «Управление инновационными идеями» на примере организации, занимающейся разработкой и производством программно-аппаратных продуктов, помогло выявить проблемы в действии данного подпроцесса и сформулировать рекомендации, позволяющие организации повысить эффективность подпроцесса «Управление инновационными идеями» в контексте управления человеческим капиталом.

Ключевые слова: инновации, подпроцесс, организация, человеческий капитал, атрибуты, ожидаемые результаты.

В условиях рыночной экономики все больше внимания уделяется обеспечению конкурентоспособности предприятия путем внедрения и обеспечения успешной реализации системного подхода в управлении человеческими ресурсами, человеческим капиталом. При этом особую роль отводят подпроцессу «Управление инновационными идеями», рассматривая инновационную идею как интеллектуальный продукт.

«Формирование инновационной идеи всегда должно сопровождаться проведением маркетинговых исследований» [1]. Данное направление является основным для определения воздействия инновационного проекта как на экономические структуры, так и на количество целей и задач рассматриваемого проекта.

В основе управления инновациями в контексте управления человеческим капиталом должен лежать подход «сбалансированного сотрудничества» новаторов и менеджеров, ответственных за данное направление деятельности в организации [2].

Цель исследования — проанализировать подпроцесс «Управление инновационными идеями» в контексте управления человеческим капиталом.

ским капиталом (*предмет исследования*) для устранения слабых мест в организации данного процесса.

Для реализации сформулированной цели необходимо решить следующие задачи:

1) на основе анализа научной литературы сформулировать подходы к содержанию понятия «инновационная идея»;

2) выбрать подход, наиболее точно характеризующий содержание подпроцесса «Управление инновационными идеями»;

3) проанализировать подпроцесс «Управление инновационными идеями» в контексте управления человеческим капиталом на примере одного из предприятий;

4) разработать рекомендации по устранению выявленных проблем, которые позволят исследуемой организации повысить эффективность подпроцесса «Управление инновационными идеями» в контексте управления человеческим капиталом.

Объектом для данного исследования выступила ООО НПЦ «СВЯЗЬ-1», успешная и динамично развивающаяся научно-производственная компания, основанная в 2002 году. Организация занимается разработкой и производством целого спектра программно-аппаратных продуктов для телекоммуникационной сферы.

Исследовательская деятельность ООО НПЦ «СВЯЗЬ-1» связана с Научно-исследовательским институтом телекоммуникационных систем СПбГУТ им. Бонч-Бруевича; производственные мощности расположены на территории завода «Красная Заря» в Санкт-Петербурге.

Поиск инновационных идей происходит с помощью методов экспертных оценок, среди которых можно выделить следующие [4]: методы выявления мнений (например, метод интервью, метод анкетирования, написание сценария и др.) и творческие методы (например, мозговая атака, метод Дельфи и др.).

Анализ научной литературы позволил выявить разнообразие подходов исследователей к трактовке понятия «инновационная идея». Некоторые из них представлены в таблице 1.

Таблица 1

Подходы к трактовке понятия «инновационная идея»

Автор	Определение
Е. Н. Гусева [5]	Инновационная идея — это внедренное новшество, а новшество — оформленный результат каких-либо исследований, разработок в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности

Окончание табл. 1

С. Н. Мазуренко [6]	Инновационная идея — это такое нововведение, которое включает в себя разработку новой технологии и в результате — создание нового продукта, конкурентоспособного на рынке
Б. Санто [7]	Инновация — это такой общественный, технико-экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и в случае, если она ориентирована на экономическую выгоду, прибыль, так как появление инновации на рынке может принести добавочный доход

Среди вышеизложенных подходов для формулировки содержания подпроцесса «Управление инновационными идеями» можно использовать подход, который предложил Б. Санто (в связи с тем, что управление инновационными идеями — это комплекс действий, а не только практический результат по использованию достижений научной и научно-технической деятельности в конкретной области науки, техники, технологии, организации в целях совершенствования характеристик объекта управления).

На основании подхода по определению состава атрибутов деятельности экономических систем типа «организация», предложенного в работе [8], можно исходя из основных атрибутов подпроцесса организации определить содержание параметров нормативного состояния атрибутов подпроцесса «Управление инновационными идеями». При этом необходимо отметить, что для каждого атрибута определены свои единицы измерения, что позволило при последующем рассмотрении при необходимости вносить изменения, способствующие улучшению реализации подпроцесса [9].

Среди основных атрибутов ООО НПЦ «СВЯЗЬ-1» были выбраны следующие: продукт/услуга, цель, миссия, вход (назначение), основные преобразования входа в выход, выход (результаты), ресурсы (материальные, информационные, трудовые, технические, правовые), структура, основные технологии операционной деятельности [10].

Далее были определены назначение и содержание ключевых атрибутов организации, содержание основных ресурсных и обслуживающих атрибутов и других атрибутов (таких как структура и технологии операций), используемых в деятельности ООО НПЦ «СВЯЗЬ-1». Необходимо отметить, что нормативное определение со-

стояния атрибутов исследуемого подпроцесса, которое было сформулировано первоначально, может отличаться от атрибутов подпроцесса «Управление инновационными идеями» в контексте управления человеческим капиталом в организации. На наш взгляд, такое расхождение в большей степени объясняется отсутствием понимания значимости подпроцесса «Управление инновационными идеями» в деятельности ООО НПЦ «СВЯЗЬ-1», позволяющего обеспечить не только развитие организации, но и ее устойчивость на рынке, ее конкурентоспособность.

Проведенный анализ содержания атрибутов подпроцесса «Управление инновационными идеями» ООО НПЦ «СВЯЗЬ-1» позволил выявить взаимосвязь с подпроцессом «Управление человеческим капиталом», так как эффективная реализация исследуемого подпроцесса возможна лишь при наличии:

- высокопрофессионального персонала;
- высокого показателя человеческого капитала;
- эффективного управления человеческим капиталом.

В свою очередь, этот же анализ позволил выявить и сформулировать проблемы, существующие в подпроцессе «Управление инновационными идеями» ООО НПЦ «СВЯЗЬ-1» в контексте управления человеческим капиталом.

Так, относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — преобразования — было установлено, что при формулировании инновационных идей не всегда учитывается оценка рисков, зачастую не всегда верно выбирается эффективный вариант реализации инновационных идей и как результат — нарушается последовательность этапов создания инновационной идеи, а следовательно, последствия могут быть таковы, что инновационные идеи могут быть вообще не реализованы или при их реализации могут быть серьезные неудачи.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — информационные ресурсы — было установлено, что в организации у специалистов отсутствуют знания уровня инновационного развития организации и в целом в организации нет сведений об инновационных идеях, что привело к появлению проблемы, связанной с отсутствием статистики о внедренных в организации инновационных идеях, что впоследствии может привести к отсутствию систематизации процесса создания и внедрения инновационных идей и к схожести или даже их дублированию инновационных идей.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — методические ресурсы — было установлено, что в организации не проводится анализ мнений об инновационных идеях, что свидетельствует об отсутствии творческого подхода к выявлению инновационных идей, и как результат, это может проявиться в отсутствии новых инновационных идей.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — технические ресурсы — было установлено, что организация не располагает достаточными финансовыми средствами для приобретения нового оборудования, что объясняет наличие устаревшего сетевого оборудования. Данная проблема может отразиться на ограничении возможностей создания инновационных идей.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — правовые ресурсы — было установлено, что в организации проявляется несвоевременность подготовки локального нормативного акта о внедрении инновационных идей в организацию, а следовательно, его отсутствие, отсутствие четких указаний может привести к нарушению процесса внедрения инновационных идей в организации.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — периодичность выполнения — было установлено, что отсутствует четкая периодичность выполнения, что может привести к тому, что инновационные идеи будут внедряться в организации не в определенное время, а время от времени.

Относительно атрибутов подпроцесса «Управление инновационными идеями» — критерии качества и критерии эффективности — было установлено, что при создании инновационных идей соблюдаются не все критерии качества и что в организации не все инновационные идеи доходят до стадии реализации.

Вышеописанные проблемы позволили разработать предложения по развитию подпроцесса «Управление инновационными идеями» в организации за счет улучшения отдельных элементов атрибутов, в которых были выявлены эти проблемы в исследуемом подпроцессе в сравнении с нормативным его состоянием [11]. При этом использовались такие инструменты, как методы, модели, механизмы, технологии, ресурсы и т.д.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — преобразования — предлагается четко соблюдать все этапы создания инновационной идеи. Необходимо определить и назначить ответственных лиц за разработку и согласование плана с руководством организации, за контролем его реализации, что позво-

лит обеспечить своевременность подготовки к созданию инновационных идей, их актуализации.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — информационные ресурсы — предлагается назначить ответственных лиц за ведение статистики, что позволит структурировать инновационные идеи и обеспечить регулярность их создания.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — методические ресурсы — предлагается внедрить творческий подход к созданию инновационных идей, что позволит создавать инновационные идеи, наиболее подходящие для организации.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — технические ресурсы — предлагается воспользоваться кредитом для приобретения нового оборудования, что позволит существенно расширить возможности специалистов для создания инновационных идей.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — правовые ресурсы — предлагается обеспечить системный подход к подготовке и изданию локального нормативного документа о внедрении инновационных идей, что позволит обеспечить конкретность, четкость, ясность в управлении процессом внедрения инновационных идей.

Относительно атрибута подпроцесса «Управление инновационными идеями» — периодичность выполнения — предлагается обеспечить выполнения задач о внедрении инновационных идей путем создания планов на долгосрочный период, что позволит обеспечить создание и внедрение инновационных идей в четко определенные сроки, в соответствии с локальным нормативным документом.

Относительно атрибутов подпроцесса «Управление инновационными идеями» — критерии качества и критерии эффективности — предлагается соблюдать все критерии качества перед реализацией; эффективность измерять количеством идей, которые дошли до положительного коммерческого результата. Это позволит получить инновационные идеи, соответствующие критериям качества. Так ни одна инновационная идея не останется только идеей.

Как известно, управленческие решения входят в любой процесс управления, являясь важной частью управленческой деятельности, связанной с достижением целей организации, пронизывая каждый их этап — от постановки цели и выработки стратегии до подведения итогов. Следовательно, для реализации вышеизложенных предло-

жений по развитию подпроцесса «Управление инновационными идеями» ООО НТЦ «СВЯЗЬ-1» должны быть определены методы принятия управленческих решений (например, SWOT-анализ, метод декомпозиции и др.).

Таким образом, при исследовании подпроцесса «Управление инновационными идеями» ООО НТЦ «СВЯЗЬ-1» (в контексте управления человеческим капиталом как процедуры, отражающей процессы получения, накопления и использования новых знаний и новой информации) применена технология проектирования [12], позволяющая обеспечить развитие подпроцесса «Управление инновационными идеями», значительно снизив количество существующих проблем.

Литература

1. Трибушная В. Х. Инновационная инфраструктура как необходимость поддержки наукоемкого предпринимательства: технопарки и стратегическое управление: монография. Ижевск, 2011. 240 с.
2. Коваленко А. А. Управление инновациями как механизм стратегического развития человеческого капитала на предприятии // Преподаватель XXI век. Социологические науки. 2010. № 2. С. 367-370.
3. Куркина Е. С., Князева Е. Н. С. П. Курдюмов и его эволюционная модель динамики сложных систем. URL: <https://spkurdyumov.ru/uploads/2013/11/kurkinaknyazeva2013.pdf>.
4. Реинжиниринг процессов организаций. URL: https://studref.com/638821/menedzhment/reinzhiniring_protsesov_organizatsiy.
5. Гусева Е. Н. «Инновационная деятельность библиотек» и «передовой опыт»: соотнесение понятий // Библиотека в контексте истории: материалы 8-ой международной научной конференции (г. Москва, 5-6 октября 2009 г.) / сост. М. Я. Дворкина. М.: Пашков дом, 2009. С. 163-169.
6. Мазуренко С. Инновации – это симбиоз государственной политики и рыночных отношений // Известия. 03.12.2008.
7. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Пер. с венг. с изм. и доп. авт., общ. ред. и вступ. ст. Б. В. Сазонова. М.: Прогресс, 1990. 295 с.
8. Развитие экономических систем: теория, методология, практика: коллективная монография / Под общ. ред. Б. Н. Герасимова. Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2021. 236 с.
9. Карпова Т. П. Исследование и реформирование подпроцесса управления развитием специалистов экономических систем // Управление экономикой, системами, процессами: сборник статей VI Международной научно-практической конференции / Под ред. Б. Н. Герасимова. Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2022. С. 91-98.

10. Карпова Т. П. Управление изменениями в процессе развития специалистов для реализации стратегии организации // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики: материалы международной научно-практической конференции (г. Самара, 16–17 декабря 2021 г.) / Отв. ред. О. А. Горбунова. Самара: Самарский государственный технический университет, 2021. С. 398-405. [1 электрон. опт. диск].

11. Герасимов Б. Н. Реформирование подпроцесса управления инновационными идеями организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 4-1. С. 87-95.

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

*Статья поступила в редакцию 28.04.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук М. М. Васильевым*

УДК 316.4

© А. Д. ФЕДЧЕНКО, 2023

Самарский национальный исследовательский
университет им. академика С. П. Королева

(Самарский университет), Россия

E-mail: fedchenko0911@gmail.com

НОРМАТИВНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ О ФОРМИРОВАНИИ МОДЕЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В КОМПАНИИ ОАО «РЖД»: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Статья посвящена исследованию по формированию модели профессиональных компетенций работников железнодорожного транспорта на основе анализа нормативных документов компании. В ходе исследования рассмотрены основные определения понятия «компетенция», а также подходы к моделированию компетенций, существующие в научно-исследовательском поле. Проанализированы специфические особенности нормативного положения о формировании модели профессиональных компетенций в компании ОАО «РЖД».

Ключевые слова: профессиональная компетенция, модель профессиональных компетенций, оценка профессиональных компетенций, индикатор профессиональных компетенций, корпоративная компетенция.

Введение

Абсолютно в любой сфере занятости работодатель желает видеть в своих сотрудниках высококвалифицированных специалистов, чтобы они максимально владели необходимым уровнем профессиональных компетенций, могли с легкостью осваивать новые трудовые функции для достижения эффективных производственных результатов.

Работнику необходимо быть готовым регулярно повышать уровень своих профессиональных компетенций, быть устойчивым к конкуренции на рынке труда, быть мобильным и креативным. А работодателю важно организовать рабочий процесс таким образом, чтобы работник имел возможность повышать уровень своих профессиональных компетенций совместно с выполнением производственных задач. Множество крупных компаний уделяют особое внимание развитию рабочих кадров: разрабатываются специализированные модели компетенций, создаются уникальные перечни профессиональных компетенций для всех уровней работников, которыми необ-

ходимо владеть, предлагаются различные программы повышения квалификации, узконаправленные курсы, тренинги и огромное количество иных мероприятий, способствующих развитию сотрудников.

Компания ОАО РЖД является одним из крупнейших холдингов на территории нашей страны. Пассажирские перевозки компании осуществляются на территории 77 регионов нашей страны в дальнем следовании и 66 регионов в пригородном сообщении. Одной из приоритетных задач компании является улучшение качества обслуживания, внедрение новейших услуг, цифровых сервисов, создание комфортных условий для пассажиров. В настоящее время главным акцентом деятельности холдинга стали безопасность и защита жизни, здоровья пассажиров и работников, осуществляющих железнодорожные перевозки.

Применение модели профессиональных компетенций в ОАО «РЖД» способствует профессиональному развитию сотрудников железнодорожного транспорта, для которых необходимо максимальное освоение специализированных знаний и практических умений. Тема является актуальной, так как от уровня профессиональных компетенций работников зависит качество выполняемых ими трудовых функций и, как следствие, безопасность осуществления пассажирских и грузовых перевозок.

Цель настоящей работы заключается в социологическом анализе нормативного документа, регламентирующего формирование модели профессиональных компетенций в ОАО «РЖД», являющейся объектом данного исследования. Предмет исследования — положение о формировании модели профессиональных компетенций в рассматриваемой компании.

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

- изучить теоретико-методологические подходы к определению понятия «компетенция»;
- рассмотреть теоретические подходы моделирования профессиональных компетенций;
- проанализировать нормативный документ, регламентирующий формирование модели профессиональных компетенций в компании ОАО «РЖД» (а также нормативные документы компании, регламентирующие формирование модели не только профессиональных, но и корпоративных компетенций).

Представленные результаты и выводы в данной статье являются первым этапом диссертационного исследования по теме «Роль ра-

ботодателя в повышении уровня профессиональных компетенций наемных работников». Эмпирическое исследование для научной работы проводится на примере сотрудников Дирекции управления движением — структурного подразделения Куйбышевской железной дороги — филиала компании ОАО «РЖД».

В настоящей статье представлены результаты эмпирического исследования с применением качественного метода — анализа нормативного положения о формировании модели профессиональных компетенций в ОАО «РЖД», регламентирующего перечень основных профессиональных и корпоративных компетенций, которыми должны в совершенстве владеть работники железнодорожного транспорта различного уровня.

Результаты исследования

В научно-исследовательском поле существует множество различных толкований понятия «компетенция». Данные определения можно объединить в две основные группы.

Первая группа таких авторов, как Э. Ф. Зеер [1], Л. В. Львов [2], А. К. Маркова [3], понятие «компетенция» сопоставляют с индивидуальными способностями человеческой деятельности, включающими в себя синтез способов реализации действий с помощью различных теоретических знаний, практических навыков и умений, а также методов выполнения производственных задач. Каждый работодатель ценит в своих работниках высокий уровень владения профессиональными компетенциями, с помощью которых эффективно выполняются поставленные руководством производственные цели.

Вторая группа авторов, таких как И. А. Зимняя [4], А. В. Хуторской [5], характеризуют понятие «компетенция» с неким наперед заданным требованием к профессиональной подготовке человека, важной для реализации эффективной деятельности в конкретной сфере.

Важно отметить, что в «Положении о системах профессиональных компетенций в ОАО «РЖД», которое используется для анализа, понятие «компетенция» описывает специальные знания и навыки в конкретной профессиональной области, требуемые для эффективного выполнения профессиональных задач на различных уровнях должностей [6].

В настоящее время множество компаний в различных отраслях разрабатывают и внедряют в работу модели компетенций.

А. Я. Кибанов [7] в понятие «модель компетенций» включает совокупность поведенческих индикаторов работников для выполнения трудовых функций и производственных задач.

В научном поле существуют различные вариации подходов к моделированию компетенций. Одна из наиболее устоявшихся классификаций подходов представлена в работе Е. И. Кудрявцевой [8]. Исследователь выделяет американский, британский, французский и немецкий подходы. Многие же авторы отдают предпочтение объединению последних трех подходов в единый — «европейский».

Рассмотрим классификацию подходов, представленную в работе [8].

Анализируя американский подход к моделированию компетенций (М. А. Сицилия, Д. К. Макклелланд и другие), необходимо отметить, что фундаментом для исследований являются поведенческие характеристики работников в ходе реализации трудовой деятельности. Компетенция выступает как совокупность уникальных знаний, практических умений, профессиональных навыков и других личностных характеристик. Данный подход охватывает два основных вектора развития: исследование функциональных компетенций, ориентированных на индивидуальное выполнение работником ряда производственных задач, и организационных компетенций, необходимых для эффективного достижения целей отдельной компании с устоявшимися особенностями, ценностями и взглядами на создание определенного товара, услуги.

Британскую модель формирования компетенций (Дж. Четам, Дж. Чиверс, Дж. Равен и другие) хочется назвать более глубокой в отличие от американской модели, потому что исследователи стремятся устанавливать взаимосвязи между компетенциями, наблюдать сочетание различных компетенций между собой. Анализируя идеи представителей британского подхода, можно отметить, что компетенции выступают как совокупность требований работодателя к сотруднику при реализации трудовых обязанностей на основе разработанных профессиональных стандартов, отображающих перечень компетенций и поведенческих индикаторов индивидуально для каждой производственной должности.

Французский подход к моделированию компетенций предполагает синтез теоретических знаний, практических умений, перерастающих в профессиональный опыт, и различных характеристик поведения работника.

Немецкий подход включает в модель следующие компетенции: предметные (способность работника с помощью знаний и умений находить решение в любых трудных ситуациях и справляться с самыми сложными задачами); личностные (умение сотрудника анализировать потенциальные возможности развития, готовность брать

ответственность, принимать взвешенные решения); социальные (готовность работника выстраивать эффективную коммуникацию с другими, развивать чувство социальной ответственности). Анализируя немецкий подход, можно заключить, что все модели компетенций схожи и составлены по единому образцу, а также стремятся к четкой стандартизации. В этом хочется отметить некий минус данного подхода, потому что стоит принимать во внимание уникальные особенности, ценностные ориентиры, существующие традиции в каждой конкретной организации.

Обращаясь уже непосредственно к сфере железнодорожного транспорта, к анализу моделирования компетенций в компании ОАО «РЖД», стоит отметить, что данный процесс имеет элементы как американского, так и британского подходов, потому что модель предполагает как функциональные, организационные, так и поведенческие компетенции. Модель профессиональных компетенций компании создается с учетом специфических особенностей трудовых функций, ценностей холдинга для каждой отдельной должности.

Основной целью действующего в настоящее время Положения о системах профессиональных компетенций в ОАО «РЖД» [6] (далее — Положение) является использование единого подхода к разработке и актуализации систем профессиональных компетенций и оценке уровня владения данными компетенциями в трудовой деятельности работников компании.

Структурными элементами систем профессиональных компетенций холдинга являются:

- модель профессиональных компетенций подразделения ОАО «РЖД»;
- профили типовых должностей по профессиональным компетенциям;
- инструменты оценки профессиональных компетенций.

На основе анализа Положения можно сформулировать особенности формирования модели профессиональных компетенций в выстраивании работы компании. Для анализа необходимо уточнить, что понятие «модель профессиональных компетенций» в ОАО «РЖД» включает набор профессиональных компетенций функциональной вертикали, соответствующих содержанию профессиональной деятельности работников организации [6].

Формирование модели профессиональных компетенций для определенного структурного подразделения включает в себя следующие основные этапы:

- 1) формирование рабочей группы;

- 2) изучение рабочей группой методологии создания модели;
- 3) экспертиза по выявлению соответствия модели профессиональным стандартам;
- 4) подбор списка источников, необходимых для составления системы профессиональных компетенций;
- 5) по каждой компетенции внутри модели выбирается ответственный сотрудник, входящий в состав рабочей группы, для профилирования должностей в соответствии с профессиональными компетенциями;
- 6) согласование модели представителями рабочей группы перед пилотажем оценки компетенций;
- 7) внесение необходимых корректировок в модель профессиональных компетенций после пилотной оценки;
- 8) итоговое согласование получившейся модели профессиональных компетенций.

Необходимо отметить, что основой для формирования компетенций, входящих в модель, являются обобщенные трудовые функции, а входящие в них знания и умения служат основанием для формирования индикаторов компетенций. Именно рабочая группа дает наименование каждой профессиональной компетенции и утверждает индикаторы для них. Оптимальное число компетенций, входящих в сформированную модель, не должно превышать 15.

Конечно, непросто сформулировать те самые компетенции, которые станут основными элементами модели профессиональных компетенций, поэтому для рабочей группы есть установленные рекомендации со стороны руководства. Одним из важных правил является то, что компетенция должна стать отражением элементов процесса профессиональной деятельности работника. При наименовании компетенции важно учитывать комплекс знаний и действий, которые она будет описывать. Ни одна компетенция не должна совпадать по содержанию с другими компетенциями, входящими в сформированную модель.

Для определения формулировок индикаторов профессиональных компетенций также существует ряд основных правил: название необходимо давать в соответствии с содержанием компетенции; для каждой компетенции необходимо разработать от 3 до 10 индикаторов; индикаторы не должны дублировать друг друга по различным компетенциям; содержание индикаторов является основанием для формирования инструментов оценки компетенций.

Каждая сформированная модель профессиональных компетенций должна сохранять единую логическую цепочку: средства реали-

зации трудовой функции; порядок реализации трудовой функции работника как в стандартной, так и в нестандартной ситуации.

Также в функционал рабочей группы входит определение уровня владения профессиональными компетенциями для каждой типовой должности в соответствии с уровнем важности и значимости компетенции. Уровень владения компетенцией «критичной значимости» должен быть равен значению «3» (работнику необходимо владеть критично необходимыми знаниями и умениями для своей должности). Компетенция «умеренной значимости», равная значению «2», включает умеренное владение сотрудником знаниями и навыками. Соответственно, компетенция «минимальной значимости», равная значению «1», охватывает знания и навыки работника исключительно на базовом уровне.

Отдельное внимание в анализе документа необходимо уделить системе разработки рабочей группой инструментов оценки профессиональных компетенций. Это является важной и неотъемлемой частью при формировании модели профессиональных компетенций. От качества создания данных инструментов зависит эффективность и качество оценки в будущем работников компании. Минимальный объем инструментов оценки компетенции под каждый индикатор равен 15. Данное количество должно включать инструменты различного уровня сложности, который определяют эксперты и в дальнейшем проверяют в ходе пилотажа. Инструменты должны позволять в полном объеме оценить у работника уровень теоретических знаний и умений по каждой компетенции. Инструменты оценки включают вопросы и ключи верных/неверных вариантов ответа.

Анализируя Положение, удалось выяснить, что рекомендуется применять различные вариации заданий на один и тот же индикатор, например, это могут быть вопросы с единственным правильным ответом (предлагается от 4 до 8 вариантов ответов) или задания с несколькими верными вариантами (предполагается от 5 до 8 ответов, из которых от 2 до 4 являются правильными). Также существуют и кейс-тесты для оценки, подобные задания могут создаваться исключительно группой экспертов от двух человек, имеющих большой опыт профессиональной деятельности относительно оцениваемой компетенции. Кейсы представляются в виде проблемной ситуации, в ключе ответов указывается перечень возможных способов решения.

Если говорить о моделировании компетенций сотрудников в сфере железнодорожного транспорта, то необходимо также проана-

лизировать нормативные документы ОАО «РЖД», включающие не только профессиональные, но и корпоративные компетенции, необходимые для освоения работниками различного уровня. Так, одним из важных нормативных документов является «Положение о модели корпоративных компетенций ОАО «РЖД» [9], которое разработано для актуализации целостного подхода к критериям оценки персонала компании. Основой для составления данного нормативного документа является система Единых корпоративных требований к персоналу ОАО «РЖД» [10], действующих для всех сотрудников компании и для кандидатов, желающих занять какие-либо вакантные должности.

Необходимо уточнить формулировку понятия «корпоративные компетенции». Данное определение включает в себя такие компетенции, которые описывают корпоративные требования к деловым и управленческим качествам сотрудников ОАО «РЖД» в зависимости от уровня должности и функциональной специфики и отражают, как ценности бренда ОАО «РЖД» должны проявляться в поведении работников. Под «моделью корпоративных компетенций» понимается набор корпоративных компетенций для работников различного уровня, необходимых для эффективной реализации текущих производственных задач и достижения компанией стратегических целей в целом.

Модель корпоративных компетенций компании ОАО «РЖД» включает в себя 8 основных компетенций, к ним относятся:

- инновативность;
- клиентоориентированность;
- ответственность за результат;
- организация рабочего процесса;
- командная работа и взаимовыручка;
- развитие и забота о сотрудниках;
- комплексное мышление; эффективная коммуникация.

Анализируя нормативный документ [9], важно заключить, что одни компетенции являются общими для всех сотрудников, другие же имеют особенности проявления в зависимости от уровня управления работника. Например, компетенции «инновативность» и «клиентоориентированность» проявляются у рабочих и специалистов в их личной инновативности и клиентоориентированности, а руководители же различного уровня данные компетенции реализуют в способности к управлению изменениями и клиентоориентированностью. Компетенция «организация рабочего процесса» у рядовых специалистов должна проявляться в виде самоорганиза-

ции, а у руководителей — в управлении исполнением и эффективностью. «Командная работа и взаимовыручка» у рабочих реализуется в способности к командности, а руководителям необходимо обеспечить условия для обеспечения командной работы. Если компетенция «развитие и забота о сотрудниках» у обычных специалистов предполагает раскрытие собственного потенциала, то у руководителей различного уровня уже будет развитие потенциала сотрудников. «Комплексное мышление» у работников реализуется в аналитическом мышлении, у руководителей — в системном и стратегическом мышлении. Компетенции «ответственность за результат» и «эффективная коммуникация» реализуются у всех уровней работников компании.

Заключение

Компания ОАО «РЖД» демонстрирует активное участие работодателя в создании условий для повышения уровня профессиональных компетенций работников различного уровня: регулярно разрабатывает, актуализирует и внедряет в работу уникальные модели как профессиональных, так и корпоративных компетенций. Также руководство на постоянной основе реализует различные программы обучения и мероприятия по оценке уровня профессиональных компетенций работников различного уровня, что позволяет иметь четкое представление об их уровне знаний и умений. Модели профессиональных компетенций составляются в соответствии с задачами подразделений аппарата управления, филиалов и структурных подразделений компании, а также с учетом специфических особенностей профессиональной деятельности сотрудников.

В результате анализа Положения о системах профессиональных компетенций в ОАО «РЖД» [6] можно выделить следующие особенности формирования модели профессиональных компетенций в структурных подразделениях железнодорожного транспорта:

- модель профессиональных компетенций формируется внутри отдельного структурного подразделения компании;
- для формирования модели профессиональных компетенций создается рабочая группа, в состав которой входят опытные сотрудники по данному направлению работы, представители кадрового блока и руководства внутри подразделения;
- сформированная модель профессиональных компетенций должна соответствовать профессиональным стандартам и нормативным документам компании;
- модель профессиональных компетенций включает в себя перечень компетенций и индикатор для них для каждой должности

внутри структурного подразделения, а также отображает полный объем необходимых для освоения теоретических знаний и практических умений для эффективного выполнения трудовых обязательств;

— каждая модель профессиональных компетенций должна проходить экспертную пилотную оценку, в ходе которой вносятся необходимые корректировки;

— формирование модели профессиональных компетенций предполагает разработку инструментов оценки уровня владения работниками необходимыми знаниями и умениями по каждой компетенции в рамках занимаемой должности.

В качестве рекомендации хочется предложить добавлять в каждую модель профессиональных компетенций раздел, включающий типовые варианты мероприятий, перечней учебных пособий, различных курсов и тренингов для повышения уровня владения работниками профессиональными компетенциями, как это представлено в модели корпоративных компетенций компании.

Литература

1. Зеер Э. Ф. Идентификация универсальных компетенций выпускников работодателем // Высшее образование в России. 2007. № 11. С. 39-46.

2. Львов Л. В. Образовательно-профессиональные среда и пространство: теоретические основы проектирования // Личность в профессионально-образовательном пространстве: материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Екатеринбург, 2013. С. 77-80.

3. Маркова А. К. Психология профессионализма. М.: Международный гуманитарный фонд «Знание», 1996. 308 с.

4. Зимняя И. А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования // Высшее образование сегодня. 2003. № 5. С. 33-42.

5. Хуторской А. В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования // Народное образование. 2003. № 2. С. 58-64.

6. Положение о системах профессиональных компетенций в ОАО «РЖД» (утв. распоряжением зам. генерального директора ОАО «РЖД» Д. С. Шахановым от 7 ноября 2022 г. №2868/р) [внутренний документ].

7. Кибанов А. Я. Управление персоналом: теория и практика. Система управления персоналом. М.: Проспект, 2014. 84 с.

8. Кудрявцева Е. И. Современные подходы к проблеме формирования и использования моделей компетенций // Управленческое консультирование. 2012. № 1. С. 166-177.

9. Положение о модели корпоративных компетенций ОАО «РЖД» (утв. решением правления ОАО «РЖД» от 13 мая 2019 г. № 25) [внутренний документ].

10. Система Единых корпоративных требований к персоналу ОАО «РЖД» (утв. распоряжением от 3 июня 2015 г. №1410/р [внутренний документ]).

*Статья поступила в редакцию 19.05.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

УДК 316.485.2:341.655

© В. В. ГЕРАСИМОВ¹, А. А. КОРОЛЕВ², 2023

^{1,2} Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики
(ПГУТИ), г. Самара, Россия

E-mail ¹: v.gerasimov@psuti.ru

E-mail ²: korolevandreja@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ, ВВОДИМЫХ В ОТНОШЕНИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, НА КРИПТОАКТИВЫ

В предлагаемой статье исследуется влияние обострившейся мировой геополитической обстановки в 2022-2023 годах, повлекшее введение экономико-политических ограничений (санкций) в отношении Российской Федерации на состояние криптоактивов. В работе проанализированы изменения динамики общей капитализации криптоактивов в рассматриваемый временной период, а также квинтэссенция десяти «пакетов санкций», вводимых в отношении Российской Федерации с февраля 2022 г. по февраль 2023 г., и соотнесены даты введения «пакетов санкций» с изменением динамики крипторынка. Результаты исследования доказывают связь вводимых в отношении России экономико-политических ограничений на изменение общей капитализации крипторынка.

Ключевые слова: геополитическая обстановка, пакет санкций, криптоактивы, крипторынки, мировой финансовый кризис, инфляция, Североатлантический альянс.

Введение

Мировой финансовый кризис 2007-2008 годов, вызвавший сильнейшую экономическую регрессию в глобальном масштабе, катализатором которой стало катастрофическое падение курса ценных бумаг на фондовых рынках США, бесспорно, является одним из самых значимых событий в истории мировой экономики. В конце данного экономического цикла (2009 год) появляется новая финансовая структура — криптовалюта.

Криптовалюта представляет собой некий цифровой актив, при этом также является платежной системой, использующей криптографические функции для шифрования различной информации. Пер-

вой в мире криптовалютой стал Bitcoin. Сейчас число криптовалют варьируется у отметки в 16 тысяч [1].

В начале 2022 года происходит сильнейшее обострение мировой геополитической обстановки, вызванное эскалацией разногласий между Российской Федерацией и рядом западных стран. Для решения возникших политических разногласий западные страны (практически все входящие в блок НАТО, инвариантным лидером которого является США) приняли решения о начале экономического давления на экономику Российской Федерации, символом которого стало формирование и введение «пакетов санкций», предусматривающих определенные экономико-политические ограничения, направленные на ослабление экономики России [2]. Данные действия, безусловно, оказали негативное влияние почти на все отрасли российской экономики. «Символом» этого стал катастрофический обвал курса биржевого индекса Российской Федерации (РТС), который вызвал катастрофические потери российских инвесторов (за 24 февраля 2022 года российские инвесторы потеряли 110 млрд долларов США [5]). Но и западные фондовые рынки претерпели значимую аугментацию волатильности курса своих биржевых индексов. В это же время многие криптовалюты сохранили свою рыночную стоимость на прежнем уровне.

В связи с этим возникает следующий вопрос: «Какое влияние оказали санкции, введенные после 22 февраля 2022 года в отношении Российской Федерации, на общую капитализацию мировых криптовалют?». Для предоставления аподиктических ответов на данный вопрос и недопущения апокрифичных утверждений необходимо произвести фундаментальный анализ рынка криптовалют.

Считаем, что для ответа на изложенный выше вопрос нужно рассматривать влияние всех «пакетов» санкций, введенных с февраля 2022 года по февраль 2023 года в отношении Российской Федерации. Таким образом, цель данной работы заключается в анализе квинтэссенции десяти «пакетов» санкций, вводимых в отношении Российской Федерации, и соотнесении даты введения «пакетов» санкций с изменением динамики крипторынка.

Объект исследования — изменение общей капитализации крипторынка, предмет исследования — криптоактивы.

Результаты исследования

Рассмотрим ограничительные меры в отношении Российской Федерации, введенные с февраля 2022 года по февраль 2023 года.

Первый «пакет» санкций был принят 21 февраля 2022 года. Он подразумевал введение ограничительных мер в отношении россий-

ских политиков, мнения которых кардинально расходятся с позицией США. Санкции также были направлены на финансовые структуры Российской Федерации (банки), имеющие тесные экономические связи с оборонной промышленностью России. Кроме этого, первый пакет санкций должен был спровоцировать незначительную дисфункцию в работе компании ПАО «Газпром», мажоритарным акционером которой является Правительство Российской Федерации. С этой целью была приостановлена сертификация «Северного потока 2» и наложен ряд ограничений на компании, имеющие высокую степень аффилированности с данным проектом.

Второй «пакет» санкций стал действовать с 24 февраля 2022 года. Он подразумевал следующие ограничения:

- введение ограничений, подразумевающих запрет российским компаниям вести свои финансовые расчеты в долларах, евро, фунтах и иенах;
- наложение ряда ограничений на российские банки;
- ограничение на импорт высокотехнологичной продукции;
- введение санкций против высшего политического руководства Российской Федерации;
- запрет лизинга самолетов России.

Третий «пакет» санкций официально был введен 26 февраля 2022 года и подразумевал следующие ограничения:

- заморозку активов Центробанка и ряда других банков и частных структур, связанных, по мнению западных стран, с политическими институтами Российской Федерации;
- отключение части российских банков от SWIFT;
- введение санкций против компаний, как-либо связанных с оборонным сектором Российской Федерации;
- частичный запрет на импортируемые из России энергоресурсы;
- заморозку финансовых ресурсов частных лиц, по мнению правительства западных стран, имеющих какую-либо степень аффилированности с политическими решениями Правительства Российской Федерации;
- введение «бесполетной зоны» для Российских самолетов над территорией ЕС.

Четвертый «пакет» санкций стал действовать с 15 марта 2022 года и подразумевал следующие ограничения:

- наложение запрета на импортируемую из Российской Федерации продукцию, относящуюся к сталелитейной отрасли;

- полный запрет на сделки с государственными компаниями Российской Федерации;
- запрет на новые инвестиции в энергетический сектор экономики России;
- запрет экспорта предметов роскоши в Россию из стран, входящих в ЕС.

Пятый «пакет» санкций официально введен 5 апреля 2022 года. Подразумевает следующие ограничения:

- полный запрет на импорт российского угля;
- запрет российским судам заходить в порты стран, входящих в ЕС;
- запрет на экспорт в Российскую Федерацию квантовых компьютеров;
- запрет на импорт из Российской Федерации ряда товаров и сырья (например, древесины, семян, морепродуктов и алкоголя);
- введение запрета российским компаниям участвовать в европейских публичных закупках;
- аугментация экономических ограничений, уже введенных против Российской Федерации.

Шестой «пакет» санкций официально был введен 3 июня 2022 года. С ним начали действовать следующие ограничения:

- частичное эмбарго на российскую нефть, экспортируемую в страны ЕС;
- полное отключение от SWIFT части банковских структур Российской Федерации (ПАО «Сбербанк», АО «Россельхозбанк» и ПАО «Московский кредитный банк»);
- расширение санкций против физических лиц.

Седьмой «пакет» санкций (введен 21 июля 2022 года) предполагал следующие ограничения:

- полный запрет на прямые и косвенные операции с российским золотом;
- расширение списка товаров, находящихся под особым контролем властей (к данному перечню относятся товары, которые как-либо могут содействовать военному и технологическому совершенствованию России);
- расширение запрета на прием депозитов у юридических лиц и организаций, учрежденных в «третьих странах», имеющих высокую степень аффилированности с Россией.

Восьмой «пакет» санкций, начавший действовать с 6 октября 2022 года, подразумевал следующие ограничения:

- запрет компаниям обслуживать криптокошельки российских граждан;

- ввод запрета российским лицам (частным и юридическим) иметь криптокошельки в странах, входящих в ЕС;

- полный запрет на предоставление Российской Федерации финансовых услуг и консультирования в области информационных технологий;

- запрет гражданам ЕС занимать руководящие должности в государственных компаниях Российской Федерации;

- полный запрет на любые операции с российским морским регистром судоходства;

- ввод «потолка» на российскую нефть (подразумевает разрешение перевозить европейским операторам нефть и нефтепродукты из России при условии, что они куплены дешевле установленной цены);

- расширение запрета на экспортируемые из Российской Федерации товары на общую сумму в 7 млрд евро.

Девятый «пакет» санкций (от 16 декабря 2022 года) ввел следующие ограничения:

- санкции в отношении всех видов вооруженных сил Российской Федерации и полный запрет на взаимодействие с ними;

- санкции в отношении Роскомнадзора;

- санкции против ведущих партий России (Единой России, ЛДПР, КПРФ, Справедливой России, партии «Новые люди»);

- аугментация запретов на экспортируемые из Российской Федерации товары.

Десятый «пакет» санкций (официально введен 25 февраля 2023 года). Подразумевает следующие ограничения:

- введение санкций против трех банков (АО «Альфа-Банк», ПАО «Росбанк» и АО «ТинькоффБанк»);

- полный запрет на транзит через Российскую Федерацию экспортируемых из ЕС товаров и технологий двойного назначения с целью недопущения обхода наложенных ранее экономико-политических ограничений;

- наложение запрета на предоставление гражданам Российской Федерации мощностей по хранению газа.

Как можно видеть из вышеизложенного, санкции были введены не только в отношении большинства секторов экономики Российской Федерации, но также затронули общую капитализацию криптовалют. И здесь возникает вопрос: «Какое влияние оказали ранее упо-

мянутые экономические ограничения на общую рыночную капитализацию криптовалют?». Для корректного ответа на данный вопрос необходимо сопоставить временной период введения определенного пакета санкций и изменение динамики капитализации криптовалют.

На основании данных, представленных в таблице 1, можно сделать вывод о том, что давление санкций на российскую экономику, бесспорно, повлияло на динамику капитализации криптовалют.

Таблица 1

**Изменение капитализации рынка криптовалют
с 21.02.2022 г. по 31.03.2023 г.**

<i>Дата введения «пакета» санкций</i>	<i>Рыночная капитализация криптовалюты на момент ввода «пакета» санкций, млрд долл.</i>	<i>Дата на момент ввода следующего «пакета» санкций</i>	<i>Рыночная капитализация криптовалюты на момент ввода следующего «пакета» санкций, млрд долл.</i>	<i>Изменение капитализации криптовалюты, млрд долл.</i>
21.02.2022	1672,00	23.02.2022	1694,00	22
24.02.2022	1710,00	25.02.2022	1778,00	68
26.02.2022	1774,00	14.03.2022	1752,00	-22
15.03.2022	1753,00	04.04.2022	2160,00	407
05.04.2022	2120,00	02.06.2022	1259,00	-861
03.06.2022	1223,00	20.07.2022	1044,00	-179
21.07.2022	1050,00	05.10.2022	963,00	-87
06.10.2022	956,00	15.12.2022	845,00	-111
16.12.2022	797,00	24.02.2023	1063,00	266
25.02.2023	1058,00	31.03.2023	1189,00	131

Примечание. Составлено по данным [3]

Так, после введения первых трех «пакетов» санкций криптовалюта сохранила низкую волатильность. Во время действия «четвертого» пакета санкций (15.03.2022-04.04.2022) капитализация криптовалют претерпела достаточно серьезную аугментацию, но ситуация поменялась во время введения пятого, шестого, седьмого и восьмого «пакетов» санкций. Несмотря на то, что криптовалюта иногда и демонстрировала некий возврат к прежним значениям, но в целом данный период, бесспорно, оказал негативное влияние на средний курс всех криптовалют. Это подтверждает катастрофическое снижение рыночной капитализации криптовалют на 2023 год

по сравнению с датой, когда вводился первый пакет санкций (с этого момента капитализация криптовалют сократилась примерно на 28%).

Упомянутые ранее «отскоки» объема средств, находящихся в криптоактивах, и конечное падение объема аккумулированных средств в криптовалюте объясняется тем, что инвесторы с начала введений санкций (вызванных обострением геополитической обстановки) фактически не знали, как они отразятся на криптовалютах. И в связи с тем, что криптовалюта показала относительную стабильность, некоторые экономические структуры крайне лояльно относились к инвестициям в данный актив. Крайне малый интервал между введением первых трех пакетов санкций, повлекший экономико-политический шок на российских рынках ценных бумаг и подозрение многих инвесторов в «переоцененности» западных рынков, спровоцировали миф о надежности криптовалют, что, в свою очередь, стало драйвером для роста общей капитализации рынка криптовалют во время введения четвертого «пакета» санкций. Однако отсутствие экономической поддержки спровоцировало акселерационную девальвацию рыночной капитализации криптовалют, которую можно было наблюдать во временной период введения последующих пакетов санкций в отношении Российской Федерации. Данные экономико-политические ограничения окончательно девальвировали общую капитализацию мировых криптоактивов на конец 2022 года. А положительная коррекция криптоактивов в 2023 году объясняется началом рецессии в финансовом секторе США, представляющей собой банкротство нескольких крупных банков (Silvergate Bank, Silicon Valley Bank, Signature Bank). Банкротство данных финансовых институтов спровоцировало резкий отток средств из других финансовых учреждений. Как следствие, над всей банковской системой США нависла угроза повторения «ипотечного кризиса», который затронет не только все отрасли экономики США, но и другие крупные государства. В результате мировые инвестиционные структуры и частные инвесторы приняли решение «спрятать» свои средства в криптоактивах, тем самым спровоцировав аугментацию рыночной стоимости многих криптовалют.

Поэтому можно с уверенностью сказать, что санкции, введенные в отношении Российской Федерации, бесспорно, оказали пагубное влияние на рассматриваемые финансовые инструменты, о чем свидетельствует и график изменения капитализации криптовалют (рис. 1), построенный на основании данных, представленных в таблице 1.

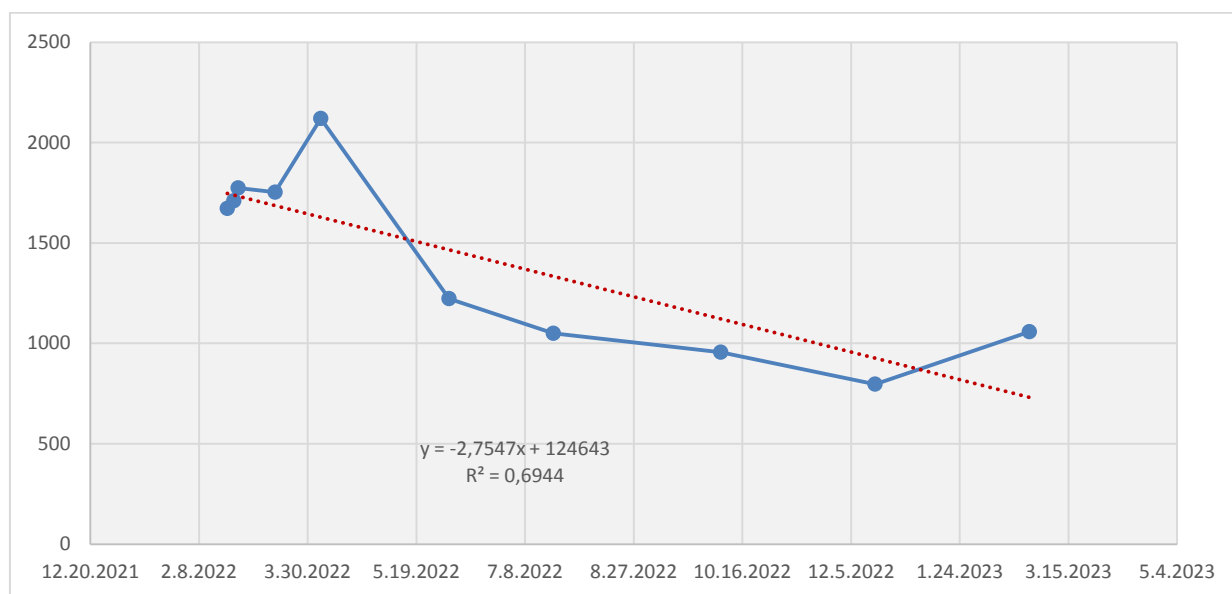


Рис. 1. Изменение капитализации рынка криптовалют с 21.02.2022 г. по 31.03.2023 г.

Как можно видеть на рисунке 1, «линия тренда» за исследуемый временной период имела крайне негативную тенденцию во время введения девяти «пакетов санкций» в отношении Российской Федерации. Достоверность аппроксимации составляет 0,6944. Стоит отметить, что если брать изменение общей капитализации криптоактивов во временной период введения девяти пакетов санкций, то аппроксимация составит 0,7925, однако из-за рецессии в банковском секторе США, которая положительно повлияла на тенденцию динамики криптоактивов, аппроксимация снизилась.

Данный фактор был вызван квинтэссенцией вводимых в отношении Российской Федерации «пакетов санкций» с 21 февраля 2022 года. Так, основной целью данных экономико-политических ограничений было оказание на Российскую Федерацию экономического давления (представляющего собой экономическую изоляцию Российской Федерации) с целью решения возникших геополитических вопросов. Как следствие, данные действия ряда западных стран спровоцировали начало полномасштабного экономико-политического противостояния, что, безусловно, оказало негативное влияние на экономику всех стран — участниц данного противостояния, выраженное в аугментации уровня волатильности мировых биржевых индексов. Это было вызвано тем, что в данном экономическом противостоянии приняли участие крупнейшие государства, экономики которых имеют высокую степень аффилированности практически со всем миром. Как следствие, нестабильность экономик данных стран, вызванная экономико-политическим противостоянием, ока-

зала негативное влияние на экономики стран, имеющих с упомянутыми государствами высокую степень аффилированности, вызванную тесными торговыми связями [5].

В результате представленное ранее экономико-политическое противостояние привело к катастрофическому усилению дисфункции мировой экономики, что, как следствие, оказало негативное влияние на финансовый сектор практически всех стран мира. Стоит отметить, что особенно пострадали финансовые активы, имеющие слабую экономическую поддержку. К таким активам относятся и криптоактивы. Это связано с самой финансовой природой криптовалют. Криптовалюта — это фактически электронное золото, однако, в отличие от настоящего, ликвидность его цены серьезно зависит от количества покупателей (к примеру, если покупателей в принципе нет, она достаточно быстро обесценивается). И в случае катастрофического падения какой-либо криптовалюты никто не сможет гарантировать, что данное падение не поставит под сомнение в принципе существование рассматриваемой криптовалюты, вызванное полным отсутствием конвертируемости данного актива к мировым валютам. Представленный феномен является причиной высокой волатильности курса криптовалют и крайне частых «психологических» ростов и падений финансовых инструментов, входящих в перечень криптоактивов [6].

В связи с этим криптоактивы нельзя назвать перманентно прогредиентными.

Заключение

Таким образом, криптоактивы являются одними из самых рискованных финансовых инструментов. Несмотря на видимую слабую аффилированность рыночного курса криптоактивов и геополитических событий, данные финансовые инструменты имеют достаточно высокую степень экономической аддикции от изменения тенденций мировой экономики. Так, рыночная капитализация мировых криптовалют практически всегда имеет тенденцию к росту/падению, преобладающую на мировых фондовых рынках. Стоит отметить, что в краткосрочном падении курса мировых биржевых индексов криптоактивы сохраняют относительную стабильность. Как было сказано ранее, мировые инвестиционные структуры воспринимали вложения в криптоактивы как способ защиты своих средств от инфляции, вызванной рецессией на фондовых рынках. Однако при долгосрочном падении курса мировых биржевых индексов они выводили свои средства, осознавая крайнюю ненадежность криптовалют.

В связи с вышесказанным можно сделать вывод о том, что криптоактивы имеют высокую степень экономической аддикции от мировых политико-экономических событий.

Литература

1. Как изменился список криптовалют. URL: <https://bytwork.com/articles/smena-kriptovalyut>.
2. Будущее в цифре. URL: https://www.zarubezhneft.ru/media/filer_public/8e/25/8e2555a5c4284cd1aaf08632111a9bdb/zn_book_202004.pdf.
3. 2022-й для крипторынка: вспомним, как это было. URL: <https://incrypted.com/crypto-summary-2022/>.
4. Кочергин Д. А. Криптоактивы: экономическая природа, классификация и регулирование оборота // Вестник международных организаций. 2022. Т. 17. № 3. С. 75-130.
5. Pakhlyan A. Crypto Assets in the World Economy: From Current Trends to Future Forecasts // Messenger of Armenian State University of Economics. 2019. № 4. Pp. 36-57. EDN FDLHMY.
6. Пипоян Н. Криптоактивы в мировой экономике // Четырнадцатая Годичная научная конференция: сборник научных статей конференции (г. Ереван, 02-06 декабря 2019 года). В 2-х частях. Ереван: Российско-Армянский (Славянский) университет, 2020. Ч. 2. С. 73-77. EDN CORDGM.

*Статья поступила в редакцию 22.05.23г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом С. И. Нестеровой*

© А. А. Бодров¹, А. В. Козлова², 2023

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

¹ Самарский государственный технический
университет (СамГТУ), Россия

E-mail ^{1,2}: bodrov@imi-samara.ru

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ESG-ТЕХНОЛОГИЙ

В данном исследовании приводятся результаты социально-философского анализа процесса становления различных типов отношения общества к окружающему миру как следствие опредмечивания человеческого сознания, раскрывается содержание принципов, определяющих взаимодействие человека с окружающим миром, присущих каждому историческому этапу. На основе выявленных тенденций обосновывается необходимость изменения человеческого сознания, смены аксиологического вектора существования человека с утилитарно-практического на духовно-экологический, что рассматривается как путь решения глобальных проблем человечества. ESG-технологии представлены в качестве инструмента формирования сознания и культуры проектировщиков, производителей и потребителей.

Ключевые слова: культура потребления, формирование сознания, глобальные проблемы, ESG-трансформация, осознанное потребление.

На всем протяжении существования человека определяющим фактором его поведения были его потребности, а показателем уровня прогресса была степень их удовлетворенности. Именно данной степенью во многом определялись войны (прежде всего колониальные), революции и другие социальные потрясения. Непрерывный рост потребностей человека влечет за собой значительное обострение глобальных проблем, ставя под угрозу будущее всего человечества. Данные неблагоприятные перспективы актуализируют задачу регулирования, а впоследствии — гармонизации отношений между человеком и природой, что, на наш взгляд, может быть осуществлено с использованием ESG-технологий.

Целью исследования является экспликация основных этапов взаимодействия человека с окружающим миром, а также определение перспектив подобного взаимодействия в рамках формирования экономики бережного потребления и с учетом применения ESG-технологий.

Объектом исследования является человеческое сознание, интерпретируемое как ключевой элемент процесса перехода к экономике бережного потребления в условиях развития ESG-технологий. Сознание в контексте данного исследования понимается авторами как мировоззрение человека, проявляющее себя как устойчивые принципы его взаимодействия с окружающей средой.

Предмет исследования — анализ основных этапов трансформации человеческого сознания и определение перспектив антропогенного воздействия на природу с учетом потенциала технологий ESG.

Основным методом исследования стал ретроспективный анализ исторических этапов взаимодействия человека с природой и, как следствие, ухудшения природной среды обитания. Подобный подход в сочетании с аналитическим методом исследования позволил обосновать статус технологий ESG как инструмента трансформации человеческого сознания с целью последующего перехода к бережливому потреблению, обусловленному формированием экологического компонента ментальности потребителей.

Начало вмешательства человека в природную среду и, как следствие, ее загрязнение в рамках ключевого вектора удовлетворения человеческих потребностей датируется по-разному. Самый ранний вариант датировки в контексте данного вопроса — это палеолит, освоение человеком огня и появление орудий труда из подручных материалов. Хотя на тот момент еще не проявлялось прямого негативного воздействия на окружающую среду, но именно с этого времени становится очевидным, что развитие экосистемы земли пойдет альтернативным путем, на основе развития «Второй природы».

Еще один вариант датировки — конец XVI – начало XVII веков. В это время по итогам первой в истории человечества буржуазной революции 1566-1609 гг. в Нидерландах наблюдается рост потребностей и всплеск промышленного производства, активировавшего вмешательство человека в природную экосистему.

Ближайший к нам вариант датировки — XIX век — массовое распространение промышленного производства, паровые двигатели, масштабные атмосферные выбросы, промышленные перевороты, затронувшие в том числе и российскую промышленность. Мас-

штаб воздействия человека на природу увеличился многократно, восприятие человеком природы окончательно отождествляется с высказыванием героя романа И. С. Тургенева «Отцы и дети» Евгения Базарова: «природа не храм, а мастерская» [1]. Следовательно, сам человек — мастер, творец, хозяин.

Если за точку отсчета начала негативного воздействия человека на окружающую среду брать более раннюю из названных, то можно эксплицировать определенную ретроспективу эпитетов, раскрывающих сущность понятия «потребление». Выглядит ретроспектива следующим образом:

- гармоничное;
- рациональное;
- плановое;
- безответственное;
- бездумное;
- бережное (как желаемая человеком перспектива взаимодействия человека и природы).

Элементы ретроспективы не выделяются в абсолютно чистом виде. Присутствует безусловное содержательное, поведенческое наложение этапов. Но их вычленение в рамках социально-философского анализа оказывается вполне возможным.

Гармония человека с окружающей средой в процессе потребления была утрачена, хотя для наших далеких предков она была вполне очевидной. О ней говорили еще в буддизме, устанавливая зависимость существования человека от неизменности природной среды: «Не убивай и не причиняй страдания и смерти. Все живое хочет того же, чего и ты; пойми же самого себя во всяком живом существе» [2], и в конфуцианстве, предлагая человеку в качестве основного лозунга фразу: «Сумей прожить свою жизнь не оставив следа». Данные философские системы рассматривают человека и окружающий мир как единое целое: «Человечество лишь немного отличается от животных, и большинство людей отбрасывают это».

Значительная трансформация человеческого сознания проявляется по мере развития капитализма, который сопровождается иррациональным расходом ресурсов и нацеленностью на экономические свершения и победы. Однако «не будем слишком обольщаться нашими победами над природой. За каждую такую победу она нам мстит» [3].

Развивая подобное предостережение, российский философ А. Зиновьев в романе-антиутопии «Глобальный человек», являющемся острой сатирой на западное общество, прослеживает прямую

взаимосвязь между западным капиталистическим укладом и «эпохой чрезмерных технологий», деятельность в масштабе которой привела к возникновению необратимого экологического и в первую очередь духовного кризиса, повлиявшего на самосознание человека. В результате рассуждений философ подводит к вопросу: «Способны ли люди организовать более или менее разумно, и контролируется ли вообще процесс жизни и эволюции человечества?» [4].

Схожие взгляды предлагает В. С. Фридман, затрагивая при этом вопросы устойчивого развития: «Капитализм с его частной собственностью, свободой предпринимательства, частным инвестированием, опирающимся на ожидания прибыли здесь и сейчас независимо от последствий, и бесплодной растратой ресурсов на конкуренцию делает экоустойчивость недостижимой» [5]. Решение данной проблемы В. Фридман видит в возвращении к плановой экономике и социализму, обосновывая это ориентацией плановой экономики на долговременный выигрыш в решении вопросов организации производства. Достоинство планового потребления заключено в том, что взаимодействие с природой определяется периодом упреждения конкретного плана, предусматривающего в идеале потребление вещества природы в определенных рамках.

«Перемены, произошедшие в России в начале 1990-х гг., были во многом обусловлены влиянием потребительских процессов на формирование социальной структуры и переходом страны в стадию «общества массового потребления». Начавшиеся преобразования существенно изменили структуру мотивов потребления товаров. Традиционный для советского гражданина рационализм, основанный на долговечности, надежности товара, постепенно сменялся эмоциональными и психологическими причинами — комфортом, качественным отдыхом, досугом, стилем жизни и т.д.» [6].

Капиталистический этап человеческой истории позволяет констатировать тот факт, что ответственность человека перед природой не представлена в человеческой ментальности. Таким образом, экологические проблемы еще не воспринимаются как угроза, вера в бога как в творца природы, а следовательно, и в ее хозяина — минимальна. А значит, «все позволено», и ответственных ни перед богом, ни перед природой нет [7].

К началу XXI века «превалировавший долгое время антропоцентризм превратил человеческую популяцию в большой орган, живущий по собственным законам, не согласованным с Геей и космосом» [8]. Это означает, что современному обществу действительно характерен бездумный, утилитарно-практический подход к миру.

Как следствие, с каждым годом проявляется и обостряется множество проблем: парниковые газы, потребность поиска возобновляемых источников энергии и возобновляемых ресурсов, утилизация отходов, предотвращение изменения климата, обеспечение радиационной безопасности.

Все эти обстоятельства актуализируют потребность в целеустойчивом развитии, «Зеленой повестке» и ESG. Их можно интерпретировать как инструменты выполнения важнейшей задачи, стоящей перед глобальной системой хозяйствования — задачи перестройки системы экономических отношений. Данная задача по своему статусу и масштабу невыполнима в границах одной страны или даже группы стран. Ее возможно решить только в рамках всеобщей, планетарной системы хозяйствования, при обязательной трансформации самосознания человека.

На определенном историческом этапе необходимым условием решения данной проблемы была социалистическая модель хозяйствования. Сейчас определенной альтернативой выступает ESG. Сочетание трех качественных характеристик — экологической, социальной и управленческой — необходимо корпорациям в первую очередь для привлечения инвестиций в свою деятельность. При этом сам по себе ESG, с одной стороны, является инструментом глобального управления и доминирования, но с другой стороны, данным инструментом управляют конкретные системы — корпорации, которые руководствуются своими, пускай и масштабными, но не общечеловеческими интересами. Здесь можно выделить отдельную проблему, с экологической точки зрения позиционирующуюся как «гринвошинг», но касающуюся всех трех сторон соотношения терминов — в погоне за инвестициями руководители компаний могут лишь создавать видимость следования ESG-принципам. Следовательно, ESG выступает в роли инструмента вывода человечества из глобальных проблем, но инструмента субъективного. Это является одним из аргументов, почему так важно не слепо выполнять предписанные действия, а изменять сознание человека для формирования его собственного понимания необходимости решения актуальных проблем в масштабах человечества как единого целостного организма.

Надежду в данном случае вселяет наличие термина «social» в аббревиатуре ESG. Он является напоминанием о необходимости достижения социального паритета, прогресса, в том числе в экономике, с обязательным учетом социальных изменений, прежде всего в ментальной плоскости, включающей самосознание человека.

На сегодняшний день в рамках Social-компонента реализуются различные элементы социальной ответственности компании: в первую очередь речь идет об отношениях, складывающихся между сотрудниками, взаимодействии компании с более широкой финансовой и политической средой. Актуальна необходимость устранения социальных рисков, которые оказывают прямое влияние на финансовые показатели компании и общественное восприятие ее как ответственной корпорации.

По сути, здесь открывается возможность управления человеческим сознанием на глобальном уровне в рамках корпоративной социальной политики. То есть использование принципов ESG означает необходимость и возможность формировать сознание и культуру тех, кто проектирует, кто производит и кто потребляет, задавая тем самым необходимый вектор развития ценностных отношений человека с природой, нацеленный на гармонию их взаимодействия.

На сегодняшний день при проектировании какого-либо продукта производители придерживаются принципа необходимости перманентной генерации потребительского спроса. Перед производителями это ставит цель достижения равновесия между качеством производимой продукции, обеспечивающим ее последующий успешный сбыт и производством продукции такого качества, чтобы избежать перенасыщения рынка в долгосрочной перспективе. Так, продукция должна своевременно приходить в негодность или искусственно устаревать в восприятии потребителей, генерируя необходимый уровень спроса. Согласно этому балансу, производители имеют необходимость создавать такие качественные характеристики продукции, которые стимулируют достаточно высокий спрос на нее, обусловленный появлением более качественных, усовершенствованных товаров нового поколения, поддерживая тем самым функционирование общества «бездумного потребления», и в то же время продукция должна своевременно выходить из строя, чтобы не вызвать сомнений в качестве потребляемой продукции и самом производителе [9]. Основой такой ситуации является преобладание утилитарно-практических установок в самосознании человека.

Данные обстоятельства нацеливают общество на необходимость пересмотра основных принципов культуры потребления. Лейтмотивом подобной культуры может стать установка, согласно которой «путь выживания человечества связан с коренным изменением стиля жизни, философии, соборного сознания человека должествующего — через признание Геи самоценностью, которая не может быть подчинена человеку» [8]. Важным моментом в такой системе

управления человеческим сознанием является необходимость формирования с детства духовно-экологического сознания, в том числе путем развития представлений об оптимизации (ограничении) материальных потребностей. Образующий вакуум в сознании необходимо заполнять потребностями духовного развития.

В связи с этим в человеческом сознании должен укорениться принцип: «Моя потребность имеет право на существование только в том случае, если:

- 1) она является отражением гуманизма и духовности;
- 2) она находится в гармонии с интересами других людей;
- 3) не наносит ущерб природному и социальному миру (либо ущерб полностью или в большей степени может быть компенсирован мной)».

Такой подход позволит обратить человека на путь духовного развития, без которого невозможно осознание не только внутреннего единства человечества, но и необходимости единения человека с окружающим миром, что станет залогом решения глобальных проблем, основой которого будет бережное потребление.

На основании приведенного в работе материала можно сделать следующий вывод.

Изменение культуры потребления является основой перехода к бережному потреблению. Соотносимо с тем, как спрос рождает предложение, культура потребления способна изменить целевые установки культуры проектирования, производства. Культура потребления, трансформируемая как элемент сознания человека, создает необходимость оптимизации материальных потребностей, которую можно осуществить путем формирования с детства духовно-экологического сознания. Это позволит обеспечить перевод процесса взаимодействия человека и природы на качественно новый уровень. На современном этапе развития общества ESG-технологии способны выступать в качестве инструмента вывода человечества из мировых проблем, позволяя управлять глобальным сознанием в рамках корпоративной политики, ориентированной на достижение социального паритета.

Литература

1. Тургенев И. С. Отцы и дети: роман. Изд. 8-е. М.: Детская литература, 1978. 240 с.
2. Толстой Л. Н. Путь жизни: в 2-х книгах. Тольятти: Анфас, 1995. Кн. 1. 335 с.

3. Энгельс Ф. Роль труда в процессе превращения обезьяны в человека // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е издание. М.: Государственное издательство политической литературы, 1961. Т. 20. 282 с.

4. Зиновьев А. Глобальный человек / Предисл. Л. Грекова. М.: «Центрполиграф», 1997. 458 с.

5. Экологическая устойчивость в плановой экономике будущего. URL: https://rabkor.ru/columns/events/2022/06/04/environmental_sustainability_in_the_planned_economy_of_the_future/.

6. Якупов Р. А. Система потребления в СССР – России в конце 1980-х – начале 1990-х гг.: по материалам Среднего Поволжья: автореф. дис. канд. ист. наук / Р. А. Якупов. Самара, 2010. 23 с.

7. Кувакин В. А. Ф. Достоевский: «Если Бога нет, то». // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. 2013. № 6. С. 28-39.

8. Цветков А. П. Homo noosphericus как актуализация образа Homo futurus // PHILOSOPHY AND COSMOLOGY. 2013. Т. 12. С. 160-169.

9. Бодров А. А. Особенности социально-философского понимания категории «качество» в условиях цифровой экономики // Вестник Самарского муниципального института управления. 2022. № 4. С. 93-100. EDN NPUUZQ.

Статья поступила в редакцию 25.05.23г.

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

© В. А. Кузнецов, 2023

Самарский национальный исследовательский
университет им. академика С. П. Королева
(Самарский университет), Россия

E-mail: kuznetcov@ssau.ru

ОСОБЕННОСТИ АДМИНИСТРАТИВНЫХ РЕФОРМ В РОССИИ

В статье проанализированы основные административные реформы системы государственной службы с сохранением хронологической последовательности с конца XX — начала XXI веков. Выявлены особенности и типы административных реформ. Сделан акцент на процессах реформирования системы государственной службы, которая имеет комплексный, сложный и системообразующий характер для всей системы государственной власти. Выделены два типа административных реформ и сделан вывод о том, что в современных условиях для России в приоритете должен быть первый тип реформирования, проводимый с целью достижения нового качественного состояния этого социального института.

Ключевые слова: административные реформы, государственная служба, политическая парадигма, декларированные цели, верховная власть.

Введение

Само понятие «административная реформа» является одним из примеров картезианской «невнятности смысла», когда одним и тем же термином могут называть и простое сокращение аппарата, выливающееся подчас в простое пересаживание клерков из одного кабинета в другой, и изменение сущностных характеристик системы государственного управления, имеющее комплексный, сложный и системообразующий характер для всей системы государственной власти.

Поэтому административные реформы, начавшиеся одновременно со становлением «новой» российской государственности, оказались совсем не таким простым, одномоментным и понятным делом, как казалось политикам, ученым и публицистам на самом первом, романтическом этапе борьбы за новую Россию.

Цель данного исследования — проанализировать в хронологической последовательности пул административных реформ в период становления «новой» российской государственности для выявления особенностей процесса реформирования государственной службы (предмет исследования).

Объектом исследования выступают административные реформы в России конца XX — начала XXI веков.

Результаты исследования

Административные реформы, начатые в годы горбачевской перестройки, были направлены на преодоление «бюрократических деформаций социализма», однако в итоге оказалось, что сама прежняя система власти не может существовать без тех институциональных механизмов, которые в ту эпоху рассматривались как деформации социализма. Партийное руководство КПСС, стремясь к обновлению старой системы на основе гласности, открытости государственных институтов для общественного контроля, введению конкурсной системы назначения руководителей, внедрению хозрасчетных начал в деятельность субъектов хозяйственной деятельности взамен приказных принципов партийного руководства, в итоге своих экспериментов получило результаты, прямо противоположные задуманному. Борьба с деформациями социализма привела не к модернизации социализма, а к неконтролируемому распаду тоталитарной административно-командной системы, которая и составляла его суть. В итоге на рубеже 80-90-х годов прошлого века процессы реформирования системы государственного управления вышли из-под контроля инициаторов той административной реформы.

Одной из приоритетных задач для новой российской власти наряду с институциональными преобразованиями в сфере экономики стало формирование государственного аппарата нового типа. Этот период характеризуется неоднократными попытками государства создать эффективный, компактный, компетентный, прозрачный для общественного и политического контроля аппарат, адекватный новым вызовам, которые стоят перед российским государством.

Эти попытки начались с 1991 года. Первые шаги на пути создания государственного аппарата нового типа были сделаны в 1991-1993 гг. В конце 1991 года группа политиков во главе с Г. Бурбулисом приступила к разработке концепции реформирования государственного аппарата. В целях реализации административной реформы в аппарате Правительства был создан Главный департамент кадровой подготовки (Роскадры), призванный направлять и координировать процесс проведения реформы гражданской службы. Как результат этих усилий в 1992 был подготовлен первый проект Закона «О государственной службе» [1].

Однако с самого начала административная реформа начала буксовать из-за того, что не было стратегического подхода, устанавливающего приоритетность проблем и последовательность действий. В итоге концепция всеобъемлющей реформы гражданской службы так и не была официально сформулирована. Одна из главных проблем, с которой пришлось столкнуться реформаторам, — это отсутствие ясного доктринального видения того, какой аппарат нужен современной России.

Доминирующая на протяжении десятилетий «веберовская» концепция гражданской службы к 90-м годам XX века стала подвергаться все более жесткой и аргументированной критике как в теории, так и на уровне политических доктрин, программ деятельности ведущих политиков, на которых и ориентировались российские реформаторы начала 90-х годов. Период конца XX — начала XXI века в целом стал для большинства государств временем поиска новой парадигмы гражданской службы, адекватной вызовам новой эпохи [2].

Если отвлечься от региональной специфики реформ, присущей каждому из государств, вступивших на этот путь развития, то основной тренд преобразований идет по следующим направлениям:

- децентрализация функций государственного управления, перераспределение компетенции сверху вниз, создание «плоских» функциональных органов, объединяющих госструктуры и неправительственные организации для решения общих социально-значимых проблем;

- поиск нового характера политико-административных отношений в деятельности государственного аппарата, обозначающий фактический пересмотр концепции политически нейтральной бюрократии;

- формирование гибких моделей мотивации гражданских служащих в качестве альтернативы традиционной «табели о рангах»;

- развитие сети полугосударственных или частных организаций, осуществляющих на коммерческих и конкурсных началах предоставление гражданам услуг, прежде выполнявшихся самими госорганами;

- создание механизмов прямой ответственности государственных структур перед гражданами в качестве дополнения, а нередко и альтернативы системе парламентского контроля за деятельностью госаппарата;

- разработка кодексов поведения госслужащих, в которых не проводится четкого разделения между юридическими и этическими нормами.

В этих условиях российские реформаторы системы государственного управления оказались без ясных ориентиров. Часть из них, особенно те, кто был полномочен принимать решения, не имели не только достаточного опыта практического управления, но и ясного понимания того, что и как нужно делать.

Их теоретическая подготовка ограничивалась антибюрократической публицистикой и редкими для той поры переводными изданиями классического наследия, что зачастую приводило к попыткам «догнать вчерашний день». В итоге вскоре первая волна реформаторов гражданской службы лишилась и политической поддержки, и в 1994 году такая организация, как Роскадры, была упразднена. А принятый, наконец, в 1995 году федеральный закон «Об основах государственной службы в Российской Федерации» через три года после публикации его первого варианта содержал такое количество бланкетных норм, что говорить о его действенности просто не приходилось.

Следующая попытка проведения административной реформы была сделана летом 1996 года, когда Г. Саттаров и М. Краснов направили аналитическую записку в адрес Президента РФ Б. Н. Ельцина, получившую поддержку у руководителя администрации Президента А. Б. Чубайса. В послании Президента 1997 года проблема государственно-правового строительства была названа в числе приоритетных политических задач деятельности государства на второй президентский срок Б. Н. Ельцина [3].

Осенью 1997 года концепция административной реформы была готова, однако экономический кризис 1998 года, приведший к дефолту и калейдоскопической смене правительств, сделал реформу государственной службы в этот период невозможной [4].

Вместе с тем многие идеи из прежней концепции перекочевали в документы, которые разрабатывались в Центре стратегических разработок («Центр Грефа») в первой половине 2000 года и впоследствии стали концептуальной канвой деятельности Президента В. В. Путина и Правительства РФ. Часть экспертов из первой волны реформаторов были привлечены к разработке концепции административной реформы. О необходимости осуществления административной реформы Президент В. В. Путин говорит в каждом своем Послании Федеральному Собранию.

За эти годы было сделано немало для формирования института государственной и муниципальной гражданской службы. Прежде всего речь идет о формировании нормативно-правовой базы, ос-

новы которой были заложены с принятием летом 2004 года федерального закона № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации». Всего же за последние пять лет было принято свыше 70 нормативных документов федерального уровня, регулирующих различные аспекты прохождения государственной и муниципальной службы. Для организационного обеспечения реформы государственной службы была разработана федеральная Программа «Реформирование государственной службы Российской Федерации (2003-2005 годы)», утвержденная указом Президента от 19 ноября 2002 года № 1336. На базе этих основополагающих документов были разработаны и приняты нормативно-правовые документы регионального и муниципального уровня практически во всех субъектах Российской Федерации.

Органами власти всех уровней были разработаны и приняты к исполнению планы мероприятий по реализации реформы гражданской службы, были проведены сотни, если не тысячи, инструктивных совещаний. На мероприятия по обеспечению реформы истрачены миллиарды рублей.

Для ответа на вопрос «Каковы итоги всей этой деятельности?» обратимся к опросам общественного мнения. Так, подавляющее большинство россиян разочарованы действиями государства по реформированию чиновничьего аппарата. В частности, когда россиян попросили сравнить современных чиновников с работой их коллег в советские времена (20 лет назад), сопоставление оказалось не в пользу нынешних чиновников: по мнению 46% опрошенных, сегодня служащие органов управления работают хуже, чем 20 лет назад; и только 14% полагают, что лучше; кроме того, 64% респондентов убеждены, что по сравнению с советскими временами значительно вырос уровень коррупции в этой среде, а противоположное мнение разделяют лишь 4% опрошенных. Причем год от года оценка населением работы административного аппарата не улучшается, а по ряду показателей она имеет негативную тенденцию [5].

Экспертные оценки самих работников органов государственного управления и лидеров общественного мнения также показывают, что проводимые за последние 15 лет институциональные преобразования гражданской службы не привели к формированию нового качественного состояния аппарата административного управления, не сделали его более компактным, эффективным и прозрачным. Об этом свидетельствуют, в частности, материалы экспертного исследования, проведенного Самарским региональным фондом социальных техно-

логий осенью 2005 года [6], результаты которого представлены в таблице 1.

Таблица 1

Экспертные оценки работников органов государственного управления и лидеров общественного мнения

<i>Декларированные цели реформы</i>	<i>Средняя оценка реализации заявленной цели</i>	
	<i>Госслужащие</i>	<i>Активисты общественных организаций</i>
Повышение способности органов исполнительной власти и местного самоуправления достигать общественно значимых результатов	1,24	0,92
Повышение качества и доступности государственных и муниципальных услуг	1,43	1,04
Снижение избыточного вмешательства государства в экономику	1,82	1,28
Снижение издержек от неэффективности закупок для государственных и муниципальных нужд	1,43	0,96
Снижение уровня коррупции	1,32	0,78
Повышение общественного доверия к государству	1,69	1,22
Снижение издержек бизнеса, возникающих в связи с государственным регулированием экономики	1,44	1,14

В унисон мнениям общественности и экспертов звучат и слова одного из авторов современной концепции административной реформы, научного руководителя Центра стратегических разработок (ЦСР) М. Э. Дмитриева, заявившего в интервью РИА «Новости» о том, что «из практических мер (административной реформы [прим. автора статьи]) реализована пока небольшая часть, касающаяся в основном изменения структуры и функций государственных органов исполнительной власти. Фактически сейчас находятся в стадии реализации или уже осуществлены только меры по формированию трехуровневой структуры правительства. Таким образом, реформа реализована не более чем на 10-15%. Реформа пока совершенно не затронула уровень субъектов федерации и муниципальных органов власти» [7].

По эффективности государственного управления и качеству публичных услуг Российская Федерация находится среди стран, которые намного уступают ей по уровню экономического развития и человеческому потенциалу. Так, согласно ряду интегральных показателей, используемых в международной практике, Россия значительно уступает не только развитым странам, но и большинству стран Восточной Европы. В частности, по индексу GRICS [8], оценивающему эффективность государственного управления в 209 странах, Россия находится в нижней трети рейтинга по основным показателям, таким как эффективность правительства, качество законодательства, верховенство закона и контроль коррупции. По индексу восприятия коррупции, рассчитанному международной организацией «Transparency International», в 2004 году Россия занимала 90-е место (наряду с Танзанией, Непалом, Гамбией, Индией, Малави и Мозамбиком) из 146 стран [8].

Без ответа на вопросы «В чем же причина неудач реформ гражданской службы?» и «Являются ли они фатальным следствием косности российского чиновничества, некомпетентности реформаторов или просто свидетельствуют об отсутствии критериев измерения и механизмов проводимых преобразований?» реформирование системы государственной службы в России будет оставаться таким же перманентным процессом, как и «традиция» ругать чиновничество, обвиняя его в провале всех добрых начинаний государственной власти на пути к общественному преуспеянию.

Политики, олицетворяющие верховную власть во все эпохи существования государства, неизменно жаловались на чрезмерность, тупость, неповоротливость аппарата управления, мздоимство и бездушие чиновников и предлагали самые разные меры для наведения порядка в этой важнейшей сфере общественной жизни. Большинство из этих начинаний ничем не закончились. Древняя, советская и современная история России изобилует примерами того, как декларированные принципы реформирования государственного аппарата в итоге оборачивались своей противоположностью, и с этой печальной тенденцией не удавалось справиться ни царям, ни генеральным секретарям, ни президентам. И ныне сфера государственного управления остается фактором, ограничивающим дальнейшее развитие страны и полноценное использование ее социально-экономического потенциала.

Чтобы выйти за пределы этого замкнутого круга, разработав и реализовав механизмы инновационного развития гражданской службы, прежде всего необходимо понять — каков коридор возмож-

ностей, определяемый доктринальным содержанием осуществляемых преобразований, ресурсным потенциалом и лимитирующим воздействием внешней среды.

Вместе с тем, если отвлечься от второстепенных деталей, можно выделить два типа административных реформ, анализируемых в данной статье.

Первый тип административных реформ — это реформы, проводимые с целью достижения нового качественного состояния этого социального института, придания ему адекватности кардинально изменившимся экономическим и социальным отношениям. Как правило, они осуществляются не одномоментно, имеют собственную этапность и определяют весь политический и административный ландшафт на десятилетия, а порой и века. В истории отечественной гражданской службы, пожалуй, можно выделить лишь два периода таких преобразований — это петровские реформы и создание сталинской номенклатурной системы. Реформы Петра I позволили преобразовать патриархальную модель гражданской службы в сословно-корпоративную. При первой чиновники были прежде всего личными слугами своего сюзерена, а отношения личной зависимости и государственной власти не были четко дифференцированы. После петровских реформ государственная служба стала публичным институтом с жесткой централизацией и тщательной правовой регламентацией. Ее характерными чертами были также относительная сословная закрытость и использование принципа личных заслуг перед государем.

Сталинские реформы привели к созданию качественно иной тоталитарно-номенклатурной модели гражданской службы, характеризующейся доминированием партийно-идеологических факторов в госстроительстве, отсутствием внятных правовых механизмов ее осуществления, патронажем коммунистической партии и политизацией управления кадрами. Каждое из многочисленных министерств и государственных комитетов, а их число колебалось между 120 и 130, имело свой собственный подход к проблеме кадров. Интересы партийной бюрократии были доминирующим фактором в деятельности государственной администрации и формулировании государственной политики.

Второй тип административных реформ — это реформы, осуществляемые в рамках единого смыслового континуума и направленные на систематизацию, частичную модернизацию и ликвидацию дисфункций имеющейся административной системы. В XX веке в большинстве развитых стран мира первая волна таких администра-

тивных реформ прошла в 20-30-х годах, когда государство было вынуждено усилить свою роль в экономике и взять на себя выполнение многих социальных функций. Это потребовало создания профессиональной государственной службы и укрепления всех государственных структур. Вторая волна административных преобразований приходится на 80-90-е годы и обусловлена «перегревом» государства от огромного числа возложенных на него задач и функций, дополняемых все новыми проблемами, решить которые оно оказалось не в состоянии. Однако в целом основной вектор преобразований в этих странах оставался в рамках единой смысловой парадигмы, определяемой конституционной системой демократического представительства.

В отечественной истории также можно выделить не одну волну преобразований, осуществляемых в рамках типологически единой формы государственного устройства. Те или иные реформы чиновничьего аппарата сопровождают всю историю Российского государства. Наиболее значимыми из них стали такие преобразования, как, например, кодификация законодательства о государственной службе, осуществленная М. М. Сперанским, или реформирование системы гражданской службы (включая земскую службу), предпринятое Александром II. Для современных исследователей они интересны прежде всего с инструментальных позиций, поскольку дают многочисленные примеры как эффективного, так и неудачного использования законодательных, организационных, информационных и иных ресурсов, используемых в процессах этих частных преобразований.

Заключение

Подводя итоги, необходимо сказать о том, что для современной России приоритетным является первый тип преобразований, поскольку старая система госслужбы в ходе демократической революции 1991 года потеряла свою прежнюю парадигму, а новая пока так и не создана. Но вопрос о том, какой должна быть общая направленность этих преобразований, остается открытым. На первый взгляд этот вопрос достаточно прост — Россия интегрируется в мировое сообщество, и, следовательно, имеет смысл ориентироваться на системы гражданской службы государств-лидеров мирового развития, с учетом, естественно, национальных особенностей и традиций. Собственно по этому пути и шло большинство современных реформаторов госслужбы от Г. Бурбулиса до Д. Козака. Однако даже дословное перенесение в российское законодательство запад-

ных административных норм, как показала практика, не приводит к формированию того же качества гражданской службы.

Литература

1. Реформа государственной службы в России. М.: «Весь мир», 2003. 304 с.
2. Вебер М. Избранные сочинения. М, 1991. 804 с.
3. Порядок во власти — порядок в стране // Послание Президента РФ Федеральному собранию Российской Федерации. М, 1997.
4. Государственная власть для России XXI века. Стратегия реформирования. URL: <http://www.indem.ru>.
5. Официальный сайт Фонда «Общественное мнение». URL: <https://fom.ru/?ysclid=lin8cvk65n282508590>.
6. База данных ФОМ // Официальный сайт Фонда «Общественное мнение». URL: <https://bd.fom.ru/report/cat/gur050407?ysclid=lj7j9td0r9983689789>.
7. Официальный сайт РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20041103/724414.html?ysclid=lj7ilgqxsl17700965>.
8. Научная электронная библиотека. URL: <https://monographies.ru/ru/book/section?id=8421&ysclid=lj7jc8w9ig471523161>.

*Статья поступила в редакцию 17.05.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© С. В. Косицына, 2023

Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

E-mail: Fitol501@yandex.ru

ФОКУС-ГРУППА ОНЛАЙН КАК МЕТОД РЕШЕНИЯ ПРИКЛАДНОЙ ПРОБЛЕМЫ

В статье рассматриваются такие понятия, как фокусированное групповое интервью, онлайн фокус-группа. Проводится анализ ключевых особенностей метода, результатов прикладного исследования. Формулируются рекомендации по процедуре реализации фокусированного интервью в цифровой среде.

Ключевые слова: фокус-группа онлайн, прикладная проблема, особенности фокус-группы.

В пространстве методологии социологии и маркетинга фокус-группа занимает одну из ведущих ролей ввиду практичности, легкости проведения, глубины исследования, дешевизны по сравнению с опросом и другими методами. При этом данный вид интервью является не только целесообразным методом выявления научной проблематики, но и способом решения узко прикладных проблем, с которыми сталкиваются руководители и сотрудники различных организаций.

Повсеместная цифровизация и пандемия способствовали переводу многих рабочих процессов в онлайн-режим. В настоящее время социологические и маркетинговые исследования проводятся посредством чатов, мессенджеров, форумов и других специальных программ. В данном случае стоит подчеркнуть следующие недостатки этого процесса: обезличенность респондентов, невозможность увидеть мимику и поведение человека (если это не видеорежим), снижение ответственности при даче ответов. Позитивные моменты для исследователей связаны с легкостью организации, сокращением финансовых затрат на копию инструментария, снижением уровня стресса для интервьюеров.

В рамках статьи предлагаем рассмотреть особенности проведения фокусированного интервью в цифровом пространстве, а также результаты решения прикладной проблемы. Для реализации поставленной цели выделим следующие задачи:

- 1) определить понятие метода онлайн фокус-группы;
- 2) изучить проективные мнения в отношении зоны отдыха: ее, дизайна, внутреннего устройства и функционального назначения;
- 3) выявить особенности реализации фокусированного интервью в дистанционном режиме.

Объектом для исследования были выбраны студенты 3 курса Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка».

Предмет исследования — особенности проведения онлайн фокус-группы, а также выявление оценок респондентов относительно проектирования пространства отдыха для учащихся вуза.

В качестве теоретического метода была выбрана техника логической интерпретации, в качестве практического — онлайн фокус-группа, посредством связи через программу «Zoom».

Обратимся к характеристике метода фокусированного интервью. Считается, что фокус-группа — это групповое интервью глубинного характера, в котором интервьюер является беспристрастным исследователем поставленной проблемы, на деле практикуя навыки не только социологические, но и психологические [1, с. 208-209].

Среди положительных сторон данного социологического метода можно выделить следующие:

- возможность определить оценки респондентов и их динамику в ходе беседы;
- отметить и проанализировать мимические, голосовые реакции интервьюируемых (при видеосъемке);
- сочетание коллективного и индивидуального аспектов в работе и результате проведения фокус-группы: даются разные мнения одной группы людей на одну и ту же проблему;
- небольшое число участников (экономия финансовых средств на организацию исследования).

Сложность метода заключается в том, что модератору необходимо выявить разные мнения и максимально широкий спектр оценок на поставленную проблему, однако ему также необходимо подвести всех участников к обсуждению самых важных вопросов, не отклоняясь от поставленной темы [3, с. 61].

Социологические исследования в современной практике все больше уходят в цифровую среду, что понятно и объясняется экономией средств, времени и человеческих ресурсов. В данном случае фокус-группа не стала исключением, и сейчас зачастую маркетинговыми агентствами, социологически центрами данный метод реализуется с помощью возможностей Интернета и соответствующих при-

ложений, например, «Zoom», QualBoard, InterVu 2.0, Group Quality, UserTesting, Userlytics и др. [4].

Остановимся на достоинствах фокус-группы онлайн, поскольку именно практическая сторона этого метода нас интересует в рамках данной работы:

- удобство привлечения и участия труднодоступных интервьюируемых;

- гибкость участия, связанная со временем и местом, что также положительно воспринимается респондентами;

- в дистанционном режиме проще управлять «динамикой» фокус-группы: можно поощрять молчаливых участников и, наоборот, понижать активность слишком разговорчивых респондентов;

- опрашиваемые в онлайн-режиме более раскрепощены и менее зажаты, они ощущают некоторую защищенность и недоступность для оценок;

- онлайн фокус-группа позволяет тестировать программные и цифровые продукты: сайт, приложения, что в реальных условиях было бы более затруднительно с технической точки зрения;

- упрощение транскрибирования фокусированного интервью; так, во многих программах можно записать весь процесс беседы, а также с помощью специальных приложений перевести его в текст;

- дешевизна, связанная с отсутствием арендной платы за помещение, технику, напитки, еду, канцтовары и пр. [5].

Как видим, преимуществ достаточно много, для того чтобы практиковать указанный метод в цифровой среде.

Интересны некоторые особенности и недостатки процедуры проведения интервью.

1. Возможность подобрать качественный состав интервьюируемых за счет отсутствия их трат на дорогу, высокая вероятность попадания в их свободное время. Небольшой стресс и недоверие можно сгладить юмором и описанием преимуществ дистанционного исследования.

2. Управление дискуссией облегчается следующими моментами: можно отключить «неугодных» респондентов или с плохими техническими возможностями связи. Однако в то же время сами респонденты могут легко покинуть видеоконференцию. В данном случае необходим помощник, который сможет контролировать технические неполадки и процедурные нюансы.

3. Воздействие контекста фона участника фокус-группы на его внимание и восприятие информации, что, скорее, является минусом.

4. Недостатком является то, что не все респонденты умеют пользоваться персональным компьютером должным образом, что может осложнить процесс фокус-группы.

5. Групповая динамика осложняется отвлеченностью респондентов на разные занятия, не связанные с беседой. Поэтому участников интервью необходимо постоянно стимулировать на высказывания.

6. Рекрутер должен следовать точным правилам привлечения необходимых участников, иначе фокус-группа будет под угрозой срыва.

7. «Модерирование» фокус-группы осложняется тем, что необходимо концентрировать внимание на нескольких картинках и отмечать, кому нужно задать дополнительные вопросы, чтобы респондент включился в беседу [2].

Все вышеперечисленное позволяет сформулировать определение «онлайн фокус-группы»: метод, представляющий собой групповое интервью в рамках цифровой среды, реализуемое посредством специального программного приложения и напоминающее видеоконференцию.

Чтобы определить ключевые особенности цифровой фокус-группы, а также выявить оценочные суждения относительно поставленной прикладной проблемы, автором было проведено групповое интервью в мае 2022 года со студентами 3 курса очной формы обучения (специальность «Маркетинг») с помощью программного приложения «Zoom». Выборка (n=6).

Обратимся непосредственно к результатам исследования.

На вопросы о необходимости зоны отдыха для студентов респонденты единодушно отвечали положительно и приводили разные доводы в пользу своей позиции. Высказывания сводились в основном к желанию провести время комфортно и с пользой в промежутке между парами, а также к способу совместного времяпрепровождения с учебной группой: *«Зона отдыха нужна, необходима даже, потому что все равно случаются накладки в расписании, и чтобы студенты не искали пятый угол, они могли бы пойти в такое место и отдохнуть или подготовиться к следующему занятию»; «Я тоже полностью согласна с ребятами, зона отдыха необходима, чтобы элементарно подождать пару, а не стоять и метаться туда-сюда...»; «Зимой люди в ожидании пары смогут комфортно расположиться в зоне отдыха».*

Стоит отметить, что учащиеся отвечали охотно, но вели себя тактично по отношению друг к другу, чтобы стимулировать их ак-

тивность, иногда необходимо было задавать дополнительные вопросы или давать промежуточную оценку по типу: *«Я вас услышала, если у кого-то возникли дополнительные мысли, озвучьте их»; «Есть ли то, что еще не называли?»*.

Запись интервью осуществлялась посредством встроенной функции видеорегистрации.

Вопрос *«Сколько должно быть зон отдыха: одна или несколько?»* также вызвал интерес участников интервью, поскольку позволил проявить некое экспертное мнение учащихся. Потребность в нескольких зонах отдыха выделили все опрошенные, при этом объяснялось это большой численностью учащихся: *«Несколько, почему несколько, потому что много людей, даже сейчас на данный момент негде, например, присесть...»; «Мне кажется, у каждого курса должна быть своя зона отдыха, соответственно на ближайшем этаже, потому что в основном старшие курсы занимаются на 4-х этажах, на 5-х, а младшие – на 1-м и 2-м...»*.

Вопрос-фильтр *«Если бы эта зона была, вы бы посещали ее?»* показал, что намерения респондентов не расходятся с проектируемыми действиями, однако фактор сопровождающей компании оказался решающим: *«Возможно, я бы приходила туда одна, но с компанией было бы как-то комфортнее. То есть если есть какие-то посторонние люди, все равно чувствуешь какую-то неловкость и стеснение, даже если один-два человека знакомы... А в компании было бы гораздо удобнее»*. При этом обстоятельство в виде постороннего шума, скорее всего, стало бы причиной непосещения данного пространства: *«... Излишний шум отвлекает, комфортнее, когда мало человек»*. Другими словами, учащиеся готовы посещать зону отдыха при наличии тишины и малого количества людей в ней.

Местонахождение проектируемого пространства интервьюируемые определяли почти одинаково, возможно, сказался конформизм, к которому склонны студенты, или простая целесообразность, связанная с необходимостью шумоизоляции зоны отдыха или отдаленного расположения: *«Я солидарна с ребятами, лучше выбрать место подальше, чтобы не мешать проводить занятия преподавателям и студентам»; «В принципе, если бы зона отдыха находилась на этаже, то ее можно было расположить подальше от аудиторий... Если какие-то ребята сидят и там шумоизоляция плохая, то будет соседним аудиториям очень мешать... На улице возле фонтана уже есть зона отдыха, но если бы был какой-то навес, было бы намного лучше»*. Оказалось, что пространство, которое уже есть на улице, недостаточно популярно среди респондентов, поскольку не обладает дополнительными удобствами в виде лавочек и «навеса».

Отметим, что респонденты в целом с интересом вникали в процесс интервью, внимали вопросам и высказывали свое экспертное мнение, осознавая важность происходящего.

Свои действия в пространстве отдыха студенты связывают с возможностью сделать домашнее задание, почитать художественную литературу, пообщаться, посидеть в Интернете: *«Ну, зависит, конечно, от того, что будет находиться в этой комнате отдыха, если там будут диванчики, пуфики, возможно, тогда просто полежать, отдохнуть, провести время... А если там будут какие-то столы, то можно готовиться к следующим занятиям»*; *«Я бы хотела видеть в зоне отдыха какие-то мягкие кресла, столы рабочие, обязательно доступ к Wi-Fi. Можно сделать какую-то самостоятельную библиотеку, где каждый может оставлять книги, чтобы провести время вне пары... В основном бы я там общалась, но если нет такой возможности, можно сделать задание, посидеть в телефоне, почитать что-нибудь...»*. При этом возможность спокойно сделать необходимое задание или подготовиться к зачету/экзамену отмечались учащимися как самое важное действие, что связано и с высокой занятостью опрошенных и с определенной концентрацией внимания в стенах вуза: *«Это было бы отличное место для тех, кто готовится к какому-то важному зачету или экзамену, место, где можно собраться с мыслями, настроиться, подготовиться в какой-то спокойной обстановке»*.

Участники интервью хотели бы видеть в указанном пространстве *«мягкие сиденья и диванчики»*, *«кофе-машину»*, *«книги и журналы»*, *«персональные компьютеры»*, *«кулеры с водой»*, *«настольные игры»*. Ответы говорят о стремлении к комфорту и неформальной обстановке, в которой нуждаются студенты, уставшие от официальности и строгости поведения во время занятий.

Заметим, что присутствие преподавателя в данной зоне отдыха не приемлемо с точки зрения интервьюируемых, что объясняется желанием отгородиться от решения учебных вопросов и влияния педагогического состава: *«Я считаю, что лучше оставить это место только для отдыха, а какие-то рабочие моменты обсуждать в других местах»*; *«Мне тоже кажется, что зона отдыха создана для того, чтобы отдыхать, а общаться с преподавателями лучше в другом месте»*.

Немаловажным будет тот факт, что интервьюируемые с воодушевлением реагировали на визуальный материал, примеры зон отдыха в офисах и других вузах. Отмечалось, что предпочтительны

светлые тона в интерьере и удобная мебель, наличие изолированных зон для общения и встреч.

Проведенное небольшое исследование позволило прийти к следующим выводам и рекомендациям.

1. Для проведения онлайн фокус-группы необходим тщательный подбор респондентов с использованием определенных критериев.

2. Необходимо инструктировать опрашиваемых как в процессе их привлечения, так и в начале реализации исследования.

3. Рекомендуются мотивировать немногословных участников интервью с помощью косвенных вопросов и держать в рамках проблемного обсуждения слишком словоохотливых.

4. Несмотря на дистанционную форму, должны присутствовать формы поощрения за участие: скидки, льготы, грамоты, денежные призы.

5. Необходимо уведомить респондентов о важности исследования и невозможности внезапного прекращения участия.

6. Убедиться в начале интервью в исправности связи и технических средств.

7. Фокус-группа онлайн подходит для исследования абсолютно разных проблемных областей, исключая те сферы, где нужно тактично или на вкус попробовать продукт.

Литература

1. Белановский С. А. Глубокое интервью и фокус-группы: учебник по качественным методам социологического опроса. М.: Директ-Медиа, 2022. 456 с.

2. Бумагин Р. Онлайн фокус-группы. URL: <https://pole.fom.ru/post/onlajn-fokus-gruppy>.

3. Рахманова Ю. В. Методы социологического исследования: учеб. пособ. СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2021. 124 с.

4. Рюмин А. Популярный софт для проведения онлайн фокус-групп и онлайн интервью // Блог о контент-анализе: [сайт], 2012. URL: <http://content-analysis.ru/>.

5. Фарахутдинов Ш. Ф. Онлайн фокус-группы: методические особенности и эвристические возможности // Социология. 2020. № 6. С. 16-21.

*Статья поступила в редакцию 11.05.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© Д. М. ВАСИЛЬЕВА¹, М. М. ВАСИЛЬЕВ², 2023

^{1,2} Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

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

«ДИДЖИТАЛ-МОДА» КАК ИННОВАЦИОННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Важным явлением, оказывающим влияние на развитие социальной среды, является мода. И ускоряющиеся процессы цифровизации в большинстве сфер человеческой деятельности, конечно, не могли обойти ее стороной. Новое — цифровое направление данного феномена получило название «диджитал-мода». В настоящей работе предпринята попытка выявить причины популярности диджитал-моды, а также тенденции дальнейшего развития и социального влияния на молодое поколение. В результате исследования, проведенного авторами с использованием метода «глубинного интервью», сделан вывод о том, что диджитал-мода будет и дальше развиваться, но при этом рассматриваемое направление моды не сможет полностью заменить традиционное.

Ключевые слова: социальная среда, мода, диджитал-мода, цифровизация, глубинное интервью.

Роль моды в жизни людей очень велика, так как является совокупностью привычек, ценностей и вкусов, принятых в определенной социальной среде и конкретном интервале времени. Вследствие того что мода, как правило, формирует идеологию или стиль в социальной среде, все мы неосознанно находимся под ее влиянием: она диктует нам, что, куда, в каких случаях надевать, как себя вести, что выбирать.

Последнее десятилетие характеризуется интенсификацией процессов цифровизации фактически во всех сферах деятельности. В результате с началом пандемии значительная часть нашей повседневной жизни перешла в онлайн. Не явилась исключением и мода, которая получила свое цифровое направление — «диджитал-мода» (digital fashion).

Тренд на виртуальную одежду уже захватил Европу и стремительно распространяется по всему миру. Особое влияние оказывается на представителей поколения «Y» и «Z», главное стремление ко-

торых — быть в авангарде информационного поля, в «тренде». Для них тоже значима внешность, они готовы много времени тратить на поддержание своего «лица» и внешнего вида, однако не готовы пожертвовать удобством ради «соответствия» каким-то правилам, и даже ради того, чтобы выглядеть великолепно. Стремясь к яркой самопрезентации внешности, они хотят сохранить максимум удобства для себя. При этом для поколения «Z» крайне важно получать новые эмоции и пробовать себя в разных сферах деятельности [3].

Проблемная ситуация состоит в том, что большая часть научных работ, посвященных диджитал-моде, рассматривает технические или экономические аспекты. Качественных и количественных социологических исследований на эту тематику практически нет ввиду ее новизны. Исследований, затрагивающих причины популярности диджитал-моды, ее тенденций и социального влияния, не существует. Именно социологический подход необходим в изучении диджитал-моды как тенденции и фактора, влияющего на жизнь.

Цель настоящей работы заключается в определении смысловой нагрузки, которую в настоящий момент времени несет понятие «диджитал-мода» (*объект исследования*), ее основных тенденций, особенностей и существующих социальных практик, являющихся *предметом данного исследования*.

Мода на протяжении длительного периода времени является популярной темой для изучения социологами. Ее рассматривали как иррациональное явление (психологическая школа Г. Тарда), как продукт разделения общества на классы (Г. Зиммель). Изучали, утверждая, что она неразрывно связана с престижным потреблением (Т. Веблен) и позволяет определить социальную идентичность (Ф. Годарт) [1, 5].

Диджитал-мода — это новое направление в развитии модной индустрии, основанное на применении новых технологий и их интеграции в процесс создания одежды. Понятие «диджитал-мода» включает в себя различные цифровые объекты, созданные при помощи 3D-технологий и компьютерной графики:

- персонажи;
- одежда, обувь, аксессуары;
- арт-объекты;
- иллюстрации и др.

Чтобы ответить на вопрос «Какие факторы способствуют данному процессу?», обратимся к результатам опроса банка Barclays, проведенного в 2018 году [2] По результатам данного опроса эксперты сделали вывод о том, что каждый десятый покупатель при-

обретает вещи исключительно для создания контента. После этого новинка либо возвращается обратно в магазин, либо «захламляет» шкаф, либо отправляется на свалку.

На этом фоне виртуальная одежда приобретает не только развлекательный, но и экономический, а также экологический аспекты, так как обходится дешевле, производится быстрее, существует в более ограниченном количестве и не наносит вред окружающей среде [4].

Для повышения эффективности изучения феномена digital fashion необходимо работать с людьми, погруженными в данную тему и имеющими длительный опыт.

С этой целью авторами было проведено 13 глубинных интервью с экспертами, непосредственно имеющими опыт работы в сфере диджитал-моды, являющимися теоретиками или практиками по данной тематике. Для проведения исследования был использован метод отбора экспертов — «снежный ком» — по причине узкой распространенности изучаемой темы. В качестве экспертов выступали ведущие преподаватели государственных университетов г.о. Самара, обучающих созданию «цифровой одежды», победители государственных конкурсов по теме данного исследования, практикующие специалисты, художники, создающие «диджитал-искусство» (в том числе одежду). По гендерному принципу было получено следующее распределение: 10 женщин и 3 мужчин.

Рассмотрим ответы интервьюентов, которые наиболее полно раскрывают задачу, поставленную целью исследования.

На вопрос «Как Вы считаете: диджитал мода — это микро-тренд, новая реальность или что-то совершенно иное?» более 80% экспертов ответили, что «диджитал-мода» — стремительно развивающаяся тенденция, которая только начала укореняться на рынке. Меньшая часть опрошенных (20%) придерживается другой позиции, считая, что цифровая мода — уже существующая реальность: *«Диджитал-моду постепенно уже можно назвать существующей реальностью. Сейчас с помощью цифровых инструментов видоизменяется производство, появляется все больше заказов на перенос традиционной коллекции в виртуальность или создание полностью цифровых коллекций. А если говорить про игры, то они уже с 2010 года активно формируют вкусы, мировоззрение и нашу жизнь: виртуальную и реальную»* (Алина, жен., 22 года, диджитал-художник); *«Такая мода ни в коем случае не микро-тренд. Это развивающаяся тенденция, которая в скором будущем расширит наши реалии и*

возможности» (Лада, жен., 21 год, студентка СамГТУ по направлению «дизайн», победитель тендера в сфере диджитал-моды).

По вопросу «Какой точки зрения Вы придерживаетесь: «диджитал-мода» — это процессный инструмент, который используется для помощи в дизайне и продажах, или это конечный продукт, который можно носить только в виртуальных пространствах?» — эксперты придерживаются в основном одной точки зрения, считая, что цифровую моду в равной степени можно рассматривать и как инструмент, который используется для помощи в производстве, и как конечный продукт, который является «ценностью» и объектом искусства: *«Все зависит от направления работы дизайнера. К примеру, я и большая часть мои коллег сейчас занимается созданием программы и кодификатора, которые облегчат производственный процесс, но также мне и моим друзьям нравится узкое, но самое популярное направление, которое создает одежду арт-объект»* (Алекс, муж., 22 года, дизайнер костюма, студент СамГТУ по направлению «дизайн», победитель тендера в сфере диджитал-моды).

При ответе на вопрос «Как Вы считаете, социально-политические факторы влияют на диджитал-моду?» эксперты в большинстве своем пришли к мнению, что «диджитал-мода» — самобытное явление, на которое лишь в незначительной степени влияют социально-политические и экономические факторы: *«Я считаю что она [диджитал-мода] самобытна и в своем развитии. Она никак не влияет ни на какие экономические, социально-политические факторы. Мода в любом случае реагирует с точки зрения подачи материала, но ее развитие никак не связано»* (Мария, жен., 34 года, доцент кафедры «Дизайн и искусство» Поволжского государственного университета сервиса, член Союза дизайнеров России); *«Диджитал-мода — самостоятельное явление. Дизайнеры без заказа творят по своему предпочтению, не опираясь на внешние факторы. Этим можно объяснить тренд на бионику, футуризм, киберпанк и нереалистичность. Единственное ограничение, которое может быть, — это доступ к иностранным программам, но и из этой ситуации можно легко выйти»* (Лада, жен., 21 год, студентка СамГТУ по направлению «дизайн», победитель тендера в сфере диджитал-моды).

Большая часть экспертов считает, что «диджитал-мода» больше влияет на производственный процесс, чем на социальные тренды: *«Мы с коллегами увлеклись диджитал-модой, когда поняли, что у нее неизмеримые возможности для производства. Наша цель — приносить практическую пользу. Тренд красивой картинки в социальных*

сетях привлекает, но не цепляет. Мы своей деятельностью можем сократить издержки производства, ускорить процесс, примерить готовую модель и понять, как она себя ведет без создания материальной одежды» (Лада, жен., 21 год, студентка СамГТУ по направлению «дизайн», победитель тендера в сфере диджитал-моды).

При ответе на вопрос: «Как Вы считаете: на данный момент насколько люди вовлечены в диджитал-моду?» эксперты отмечают, что большинство людей просто не замечают свою вовлеченность: «На самом деле, пока не погрузилась в тему, сама не замечала свою вовлеченность. И сейчас, изучая рынок, действия сверстников, также отмечаю эту тенденцию. Для нас персонажи игр, стикеры, аватары и часть контента — обыденность, которую мы не классифицируем» (Екатерина, жен., 24 года, выпускница кафедры дизайна, диджитал-художник). Однако если рассматривать именно диджитал-одежду, то «...пока никак не проявляется. Даже у студентов пока не изучается. VR-проектирование не изучается, к примеру, на 3-м и на 4-м курсе. Оно только недавно появилось. Нет, я думаю, выходит так же, проектируют одежду, создают иллюстрации в 3D, аватары свои. Но это только вот-вот начинается» (Мария, жен., 34 года, доцент кафедры «Дизайн и искусство» Поволожского государственного университета сервиса, член Союза дизайнеров России).

Вне структуры опроса эксперты отмечают, что вовлеченность в цифровую моду растет с каждым годом, увеличивается количество запросов как от предпринимателей, частных лиц, так и от государства: «За последние 2 года отметил четкую тенденцию интереса к обсуждаемой моде. Несколько раз в неделю появляются крупные заказы на фрилансе, появляются государственные конкурсы, на форумах открываются секции цифровой моды. Да и если не знаешь диджитал-инструментария, то ты уже не особо актуальный игрок рынка» (Егор, муж., 32 года, диджитал-дизайнер, художник).

Основными трендами являются цифровые двойники традиционной одежды, анимация, бионика, киберпанк, футуризм, создание нереальных тканей и моделей: «В первую очередь это какая-то визуализация тканей, которой нет в реальности. Это какие-то светящиеся ткани, переливающиеся. Дизайнеры разрабатывают такую структуру, которой нельзя достичь в реально жизни. Тренд на анимацию» (Мария, жен., 34 года, доцент кафедры «Дизайн и искусство» Поволожского государственного университета сервиса, член Союза дизайнеров России); «Азиатские диджитал-художники повторяют тренд на бионику, которую ты ни за что не будешь носить в реальности, потому что это невозможно. Повторюсь, как

тренд именно одежда, которую ты не можешь создать в реальности. Плюс это суперфутуристическая одежда, одежда с компьютерных игр. Плюс еще тренд на цифровые двойники, когда крупные бренды делают двойники своей коллекции» (Лада, жен., 21 год, студентка СамГТУ по направлению «дизайн», победитель тендера в сфере диджитал-моды).

На заключительный вопрос в интервью «Заменит ли диджитал-мода традиционную?» эксперты единодушно ответили — нет: *«Конечно, не заменит полностью моду, потому что людям надо что-то носить. Мода никуда не денется. Она будет существовать, сколько существует человечество. Просто, скорее всего, будет взаимопроникновение вот этой футуристической нереальной моды, которую создают сейчас. Она рано или поздно повлияет на стиль. Мое мнение: мы станем более кибер-панковскими, благодаря тому что мы уже создаем это в виртуальности»* (Лада, жен., 21 год, студентка СамГТУ по направлению дизайн, победитель тендера в сфере диджитал-моды).

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что многоаспектный характер понятия «диджитал-мода» обусловлен тем фактом, что даже эксперты в своих высказываниях предлагают различные значения исследуемому феномену: отражая альтернативные варианты восприятия и применения диджитал-моды, они разделились на две группы. Одна группа экспертов придерживается позиции применения диджитал-моды исключительно в цифровом пространстве, а вторая — видит возможность ее интеграции в действительную реальность.

Потребительские практики в диджитал-моде только начинают формироваться. Однако стремительно развивающаяся тенденция, которую в равной степени можно рассматривать как инструмент, используемый для помощи в производстве, так и конечный продукт, являющийся ценностью и искусством, а также самобытным явлением, на которое лишь в незначительной степени влияют социально-политические и экономические факторы. Большинство потребителей просто не замечают свою вовлеченность в данную тематику. Однако этот процесс с каждым годом очень быстро развивается, растет популярность и информированность, расширяются возможности применения. Следовательно, диджитал-мода не сможет в полном объеме заменить моду в ее традиционном понимании, несмотря на то, что является стремительно развивающимся, многофакторным и неоднозначным феноменом.

В заключение необходимо отметить, что в настоящее время в диджитал-моде существуют две основные тенденции: перенос уже «существующего» в цифровое пространство и создание принципиально новых объектов, включающих в себя тренды на бионику, киберпанк и футуризм. Относительно законодателей диджитал-моды можно сделать вывод о том, что ее формируют все художники этой сферы. Однако вводят в массы диджитал-моду именно крупные бренды.

Литература

1. Васильева Е. Теория моды: миф, потребление и система ценностей. СПб., М.: RUGRAM_Пальмира, 2023. 387 с.
2. Snap and send back. URL: <https://home.barclaycard/press-releases/2018/08/snap-and-send-back/>.
3. Наталья В. К. Fashion digital как сфера самоутверждения поколений Y и Z // Страховские Чтения. 2022. Вып. 30. С. 132-137.
4. Что такое виртуальная одежда и сможет ли она заменить реальную. URL: <https://style.rbc.ru/items/5ee785719a7947132959ec3f>.
5. Михалева К. Ю. Концепции моды в классической социологической теории: часть вторая (Т. Веблен, В. Зомбарт) // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. 2011. № 4. С. 191-207.

*Статья поступила в редакцию 28.04.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© А. В. Богомолова, 2023

Самарский национальный исследовательский
университет им. академика С. П. Королева
(Самарский университет), Россия

E-mail: anastasia-mir@bk.ru

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье представлены результаты анализа научно-публицистической литературы, посвященной теме высшего образования как социального института. Рассмотрены определения, данные различными авторами высшему образованию, и выделены его функции, которые, в свою очередь, способствуют развитию системы образования, рынка труда и общества в целом.

Ключевые слова: высшее образование, институциональные особенности, социальный институт.

Введение

Как отмечают исследователи В. В. Радаев и О. И. Шкаратан, «социальные институты являются одним из важнейших аспектов социального взаимодействия. Они необходимы для формирования стабильной и упорядоченной социальной жизни общества. Традиция этой точки зрения восходит к Г. Спенсеру, утверждавшему, что изучение институтов является изучением формирования и строения общества, анализ возникновения, культурного развития, изменений, сломов, а следовательно, оно и составляет сущность социологии как науки» [1].

Одним из социальных институтов является институт высшего образования, поэтому исследование его институциональных особенностей считаем актуальной целью настоящей работы.

Исходя из поставленной цели, необходимо решить следующие задачи:

- охарактеризовать институт высшего образования;
- рассмотреть институциональные особенности высшего образования;
- выделить функции высшего образования в обществе;
- определить место «коммерческого образования».

Объектом исследования является институт высшего образования, предмет исследования — институциональные особенности высшего образования.

Основным методом, используемым в данном исследовании, является анализ научно-публицистических источников, посвященных теме высшего образования как социального института.

Результаты исследования

Анализируя различные подходы к определению «социальный институт», можно заметить, что данная категория является центральной в различных социологических теориях, и наиболее широко она представлена в структурном функционализме.

Обращаясь к социологическим концепциям, которые раскрывают понятие «образование», исследователи сходятся в едином мнении, что оно является важной частью духовного производства, демократизации политической жизни, становления экономики, общественного и личностного развития. Это особенно важно потому, что институт высшего образования помогает формированию и развитию отдельного человека и его профессиональной социализации.

Г. Е. Зборовский под институциональным подходом подразумевает освоение разновидностей взаимодействия разных обществ, групп, в связи с тем что у них не совпадают «интересы общностей в образовании, а взаимодействие между ними, как уже замечено, наполнено массой противоречий» [2, с. 32]. Можно говорить о различных целях получения студентами образования и о том, что эти студенты обучаемы одним и тем же преподавателем, цели которого, возможно, не совпадают с их целями.

В свою очередь Э. Гидденс дает свое определение образованию, называя его «передачей знаний от поколения к поколению через непосредственное обучение» [3, с. 611]. Однако в современной реальности присутствует более расширенное определение образования, благодаря наличию образования дистанционным путем, особой популярности самообразования, что тоже в какой-то мере может реализовать потребности общественности в трансляции знаний о правилах, нормах, традициях, ценностях определенного общества. Если посмотреть с другой стороны, то благодаря образованию в обществе достигается порядок и устойчивость. «Институт образования помогает усилить социальные связи и сплоченности внутри групп как учащихся, так и преподавателей» [3, с. 28].

Итак, для проведения последующего исследования стоит подытожить вышесказанное и заключить, что высшее образование пред-

ставляет собой в совокупности и процессы, и результаты данных процессов, которые предлагаются в качестве конкретного комплекта знаний, умений, навыков, компетенций, ориентации, установок (нравственных и культурных), получаемых человеком. Институционализация — это формирование образцов общественного взаимодействия, базирующееся на формальных правилах, нормах законов, традициях.

Считаем более полным именно социологический подход к образованию как к социальному институту по той причине, что это дает возможность осветить все имеющиеся грани данного явления.

В ходе последующего анализа статей, посвященных тематике высшего образования, выявлены существенные противоречия во взаимодействии системы высшего образования с обществом, и проблемы социологического характера в образовании четко отражают их. Область противоречий между лицами образовательного процесса анализируется в рамках институционального подхода, а это разрешает сформировать общий план положения дел и расстановки сил в институте высшего образования, более того, осуществить правильную разработку способов преодоления данных противоречий, а также предложить конкретные стратегии и советы по развитию и усовершенствованию института образования.

Особенности институционального подхода дают возможность анализировать ориентации индивидов внутри образовательного процесса, видеть их реальные нужды, взаимодействия, цели как по отношению друг к другу, так и по отношению к окружающей среде, сторонним институтам.

Стоит ознакомиться со спецификой института, его отличительными свойствами. Отметим, что институт высшего образования, при наличии массового характера, обладает исключительно личностной базой. Вместе с тем фактом, что в процедуре получения образования принимает участие большое количество субъектов, напрямую связанных друг с другом, его окончательный результат может зависеть от каждого индивида. Хорошие результаты в ходе получения образования могут достигаться исключительно благодаря индивидуальным качествам, навыкам, умениям, активному стремлению к учебе и обретению соответствующих знаний.

Таким образом, можно выделить один из специфических критериев высшего образования как социального института — это его персонифицированность при массовом характере. В связи с тем, что в ходе получения образования человек прежде всего получает выбранную ранее профессию, тесная связь между институтом образо-

вания и рынком труда считается актуальной и неразрывной. Но в последнее время существует противоречие, заключающееся в том, что молодым, еще неопытным специалистам очень трудно найти работу по специальности. У этого противоречия есть две стороны. Во-первых, выпускников без наличия опыта берут на работу весьма неохотно, потому что всякий работодатель считает выгодным для себя взять специалиста с наличием значительного стажа в профессии. Во-вторых, множество выпускников не стремятся искать работу по специальности, полученной в вузе, потому что она была выбрана по причинам низкого проходного балла, настойчивости родителей, «за компанию» с приятелями или в ходе учебы был потерян к ней интерес. Следовательно, возникает другой специфический критерий института образования — узкая направленность. Данный критерий очевиден, так как программы бакалавриата подразумевают освоение определенной специальности, нужных практических умений. Можно сказать, что профессиональное развитие студентов останавливается на этапе обретения базовых знаний по специальности [6]. Именно по этой причине необходима ориентация студентов на прохождение обучения в магистратуре. Процесс обучения в вузе представляет собой время для становления молодого специалиста, профессионала, более того, активного члена общества, принимающего непосредственное участие в его деятельности и усовершенствовании. В период обучения человек получает другие интересы, новые для него как в профессиональном, так и в личном плане. Он обзаводится новыми знакомствами, контактами, которые чаще всего сопровождают его на протяжении всей жизни. Отсюда исходят главные функции института высшего образования, и их определение помогает создать систему параметров, показывающих степень развития образования и его качества.

Функции образования имеют условное разделение на:

- социальные;
- культурные;
- экономические;
- социально-политические.

В разрезе данного исследования подвергнем подробному анализу социальные функции образования, реализация которых происходит посредством связи людей, состоящих в экономических, политических, духовных и других отношениях.

Если разные сферы и области жизнедеятельности людей производят конкретную духовную и материальную продукцию, а также некоторые услуги для общественности, то институт образования

обязан формировать личность путем воздействия на нравственное, интеллектуальное, эстетическое, физическое развитие. К сожалению, в современное время данная задача не выполняется эффективно, что объясняется следующим фактом: общедоступность высшего образования приводит к тому, что учатся не только личности, реально стремящиеся к высокому профессионализму, но также те, которые хотят получить диплом для «корочки».

По причине интенсивного развития именно коммерческого образования не все студенты могут выполнять должным образом соответствующие требования, что понижает уровень контроля и оценки знаний. Главная цель и функция образования — именно формирование, то есть гуманистическая функция. Но, как упомянуто выше, сегодня это дисфункция [4].

Также в социальные функции высшего образования входит формирование общностей на базе прямого участия в процессе образования, отношения к ценностям образования, их сохранению и последующей передаче. Вместе с вышеперечисленными, социальными функциями высшего образования считаются воспитание, обучение, развитие, социализация, подготовка на профессиональном уровне.

Особо важной и значимой функцией в настоящее время является профессиональная социализация человека. В социализацию вкладывается понятие «всего многогранного процесса получения опыта общественной жизнедеятельности и взаимоотношений, который влияет на поведение людей — они учатся жить совместно и плодотворно взаимодействовать друг с другом» [7]. Функция социализации личности в профессиональном плане может распространяться исключительно на зрелую личность, считающую профессионализм большой ценностью. Из этого следует, что социальный институт образования, являясь прямым двигателем профессиональной социализации человека, включает функцию создания адекватного, грамотного, социально приспособленного члена общества, профессионала в своем деле, потому как в современном обществе все большее число достижимых позиций и статусов обусловлено присутствием или неимением высшего образования, подобная функция все больше обретает актуальность, также возникает надобность в социальной мобильности.

Во всем мире образование закономерно превращается в основной канал социальных перемещений, чаще всего восходящих, ведущих субъектов к более сложным разновидностям деятельности, внушительным доходам, престижу. Благодаря транснационализации образования появляется возможность сформировать общеми-

ровое единое образовательное пространство с целью повысить мобильность молодежи и имеющих специалистов, обеспечить конвертируемость дипломов о профессиональном высшем образовании, что обязано мотивировать к формированию направленности на учебу в магистратуре, кроме того, стать бесспорным преимуществом для юных специалистов. Профессиональное высшее образование способствует самореализации человека.

Понятие высшего образования состоит в создании схем, образов, при содействии которых человек может стратифицировать ближайшее пространство, также и профессиональное. Поддерживаем убеждение Хайдеггера в том, что человеку следует приложить огромные усилия, ради добычи, проще говоря, получения образования [5].

Общество и человек согласовывают собственные интересы посредством образовательной системы, а конкретно — общество предъявляет требования к профессионалу. Одновременно со своей стороны человек предъявляет требования посредством образовательной системы, так как личность нуждается в знаниях, которые дают ей возможность иметь высочайший уровень профессионализма и социальной адаптации. И направленность к обучению в высшей школе считается прямым показателем стремления личности к плодотворной самореализации как перспективного профессионала.

Стоит подробней рассмотреть и функции высшего образования в социально-политическом плане.

Процесс формирования личности является одним из значимых в интересах государства, в связи с этим обязательными составляющими образования считаются правовые нормативы и политические ценности.

С точки зрения политики, образование — это наиболее значимая жизненная сфера современного общества, потому что именно при получении образования человек формирует собственное мировоззрение, обретает твердую и уверенную гражданскую позицию. Одновременно с этим через институт образования государство получает возможность прививать гражданам конкретную политическую позицию, интересы, взгляды. Также система высшего образования оказывает непосредственное влияние на политический облик государства на всемирной арене. Этот факт можно объяснить тем, что чем лучше качество государственного образования, тем квалифицированнее ее граждане, а следовательно, возрастает авторитет страны в международном пространстве.

Заключение

Таким образом, в рамках данной статьи была предпринята попытка осмыслить особенности высшего образования с парадигмы институционализма, выделив его ключевые функции в современном социуме, а также указав на его особенности, в числе которых персонифицированность и узкая направленность.

Литература

1. Радаев В. В., Шкаратан О. И. Социальная стратификация: учеб. пособие. М.: Наука. 1995. 237 с.
2. Зборовский Г. Е. Образование: от XX к XXI веку. Екатеринбург: «Урал». 2014. 301 с.
3. Гидденс Э. Социология / При участии К. Бердсолл. М.: Едиториал УРСС. 2005. 632 с.
4. Субетто А. И., Селезнева В. А. Качество образования как синтезатор проблем развития образования в России: мониторинг, квалиметрия, доктрина // Качество образования: концепции, проблемы: Материалы III Международной научно-методической конференции. Новосибирск: НГТУ. 2000. С. 224.
5. Хайдеггер М. Работы и размышления разных лет // Пер. с нем., сост., вступ. ст., примеч. А. В. Михайлова. М.: Гнозис. 1993. 333 с.
6. Гладышева А. В., Горбунова О. Н. Роль образования как социально экономического института в современной экономике // Социально-экономические явления и процессы. 2012. № 10 (44). С. 46-51.
7. Иванов В. С., Коречков Ю. В., Вейцман В. М., Иванов С. В. Комплексная информационная система управления организацией высшего образования // PERSPECTIVE INNOVATIONS IN SCIENCE, EDUCATION, PRODUCTION AND TRANSPORT: Международная конференция. 2013. SWorld. URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/conference/the-content-ofconferences/archives-of-individual-conferences/dec-2013>.

*Статья поступила в редакцию 16.05.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

SUMMARIES

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

SOCIAL STABILITY: INDICATORS, FACTORS, EXPECTATIONS

Y. I. MININA, I. V. KHORINA

The article is devoted to the study of the category of social sustainability. The authors have defined the term "social stability", highlighted the factors influencing social stability. It is proposed to use the GDP indicator as an index of the social stability level. With the help of the Statistica program, the authors carried out an example of forecasting factors affecting GDP, and, consequently, social sustainability.

Keywords: social sustainability, GDP indicator, factors of social sustainability, forecasting.

DEVELOPMENT OF AN INNOVATIVE MANAGEMENT MODEL FOR NON-PROFIT ORGANIZATIONS BASED ON THE ANALYSIS OF FOREIGN MANAGEMENT MODELS

V. A. YUDIN, N. A. USTINA

The article presents an analysis of foreign organization management models. The authors have revealed their innovative component and the possibility of adaptation for the domestic innovative management model of non-profit organizations (NPOs). Taking into account the distinctive features in the functioning of the third sector of the economy in the regions, a generalized model of NPO management has been formed, which is currently operating in Russia. The result of this study is the author's innovative NPO management model, the development of which is based on the synthesis of the performance model and the NPO marketing model.

Keywords: strategic management, innovative management model, non-profit organizations, third sector of the economy, marketing.

CORPORATE PROJECT MANAGEMENT SYSTEM AS AN EFFECTIVE TOOL TO OPTIMIZE MODERN COMPANY ACTIVITIES

L. V. ORLOVA, A. A. MUSSAYEVA

The study emphasizes the significance of applying the project corporative management model into production industries to enhance project quality, shorten project completion timelines, enhance staff engagement, lower costs, and maxim-

ize resource utilization. The main benefits that companies receive from training their managers and employees in the corporate project management system are identified. It has been found that it is necessary to implement a set of practices that contribute to the creation of special working conditions at each stage of project management in the organization in order to maintain the effectiveness of employees' work.

Keywords: project management, business, company, project, management processes, resources, corporate project management system.

STRATEGIC ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF A MUNICIPAL ENTERPRISE

O. A. GORBUNOVA, A. V. OMELKOVICH

This article is devoted to the strategic analysis of the activities of the municipal enterprise. It is substantiated that the municipal enterprise is an important element of the social and economic system of the city and its activities directly affect the development of the city and the quality of life of its inhabitants. In the course of the study, the authors have carried out a strategic analysis of the external and internal environment of ME of Samara city "Blagoustroistvo", the founder of which is the Department of Property Management of Samara city. When conducting a strategic analysis, the PEST, SPACE and SWOT methods were applied. The results obtained made it possible to formulate the strategic prospects of the enterprise.

Keywords: strategic analysis, development strategy, PEST-analysis, SPACE-analysis, SWOT-analysis.

RESEARCH OF THE NATURE OF DEMAND FOR POSTAL SERVICES IN FPS OF SAMARA OBLAST AO "RUSSIAN POST"

V. A. EVSTAFYEVA, S. G. SIMAGINA

In marketing theory, irregular demand is allocated for a number of goods and services. It is noted that for many enterprises, the sale of goods/services fluctuates on a seasonal, daily and even hourly basis, which causes problems of underutilization and capacity overload. This article is devoted to the study of the nature of the demand for postal services of the Federal Postal Service of the Samara Region of AO Russian Post. The article presents the results of a study of the seasonality of demand for postal services by destinations. The authors have considered the possibilities of using a special marketing approach – synchromarketing – to improve the work of the enterprise. Additionally, it is recommended to optimize the work of post offices using methods for calculating the queuing system.

Keywords: sales forecasting, seasonal demand, postal services, synchromarketing, Russian Post.

STUDY OF SUB-PROCESS "MANAGEMENT OF INNOVATIVE IDEAS" IN THE CONTEXT OF HUMAN CAPITAL MANAGEMENT

T. P. KARPOVA

The article discusses theoretical approaches to the study of the sub-process of managing innovative ideas in the context of human capital management. The author has carried out the study of the sub-process "Management of innovative ideas" on the example of an organization engaged in the development and production of software and hardware products. As a result it helped to identify problems in the operation of this sub-process and formulate recommendations that allow the organization to improve the effectiveness of the sub-process "Management of innovative ideas" in the context of human capital management.

Keywords: innovation, sub-process, organization, human capital, attributes, expected results.

REGULATIONS ABOUT THE FORMATION OF A MODEL OF PROFESSIONAL COMPETENCIES IN OAO "RUSSIAN RAILWAYS": SOCIOLOGICAL ANALYSIS

A. D. FEDCHENKO

The article is devoted to a study on the formation of a model of professional competencies of railway workers based on the analysis of the company regulatory documents. In the course of the study, the author has considered the main definitions of the "competence" concept, as well as approaches to modeling competencies that exist in the research field. The article deals with the specific features of the regulatory provision on the model formation of professional competencies in the Russian Railways Company.

Keywords: professional competence, model of professional competences, assessment of professional competences, indicator of professional competences, corporate competence.

ECONOMICS, FINANCES, ACCOUNTING

IMPACT OF SANCTIONS AGAINST THE RUSSIAN FEDERATION ON CRYPTO ASSETS

V. V. GERASIMOV, A. A. KOROLEV

The proposed article examines the impact of the aggravated global geopolitical situation in 2022-2023, which led to the introduction of economic and political restrictions (sanctions) against the Russian Federation on the state of crypto as-

sets. The paper analyzes changes in the dynamics of the total capitalization of crypto assets in the period under review, as well as the quintessence of ten "packages of sanctions" imposed on the Russian Federation from February 2022 to February 2023, and correlates the dates of the introduction of "packages of sanctions" with changes in the dynamics of the crypto market. The results of the study prove the connection between the economic and political restrictions imposed on Russia and the change in the total capitalization of the crypto market.

Keywords: geopolitical situation, package of sanctions, crypto assets, crypto markets, global financial crisis, inflation, North Atlantic alliance.

SOCIOLOGY

FEATURES OF HUMAN CONSCIOUSNESS TRANSFORMATION UNDER THE DEVELOPMENT OF ESG-TECHNOLOGIES

A. A. BODROV, A. V. KOZLOVA

This study presents the results of a social and philosophical analysis of the formation process of various types of society attitude to the outside world as a result of the objectification of human consciousness. The article reveals the content of the principles that determine the interaction of a person with the outside world, inherent in each historical stage. Based on the identified trends, the authors have substantiated the necessity of changing human consciousness, changing the axiological vector of human existence from utilitarian and practical to spiritual and ecological, which is considered as a way to solve global problems of mankind. ESG technologies are presented as a tool for shaping the consciousness and culture of designers, manufacturers and consumers.

Keywords: culture of consumption, formation of consciousness, global problems, ESG transformation, conscious consumption.

FEATURES OF ADMINISTRATIVE REFORM IN RUSSIA

V. A. KUZNETSOV

The article analyzes the main administrative reforms of the public service system, keeping the chronological sequence from the end of the 20th - the beginning of the 21st centuries. The author has revealed features and types of administrative reforms. Emphasis is placed on the processes of reforming the civil service system, which has an integrated, complex and strategic character for the entire system of state power. Two types of administrative reforms are singled out and it is concluded that the first type of reform should be a priority in modern conditions for Russia, carried out in order to achieve a new qualitative state of this social institution.

Keywords: administrative reforms, civil service, political paradigm, declared goals, supreme power.

ONLINE FOCUS GROUP AS A METHOD FOR SOLVING AN APPLIED PROBLEM

S. V. KOSITSYNA

The article deals with such concepts as a focused group interview and an online focus group. The author has carried out an analysis of the key features of the method, the results of applied research. The article presents the recommendations how to implement a focused interview in a digital environment.

Keywords: online focus group, applied problem, focus group features.

“DIGITAL FASHION” AS AN INNOVATIVE DIRECTION IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

D. M. VASILYEVA, M. M. VASILYEV

An important phenomenon influencing the development of the social environment is fashion. And the accelerating processes of digitalization in most areas of human activity, of course, could not bypass it. The new - digital direction of this phenomenon is called “digital fashion”. This paper attempts to identify the reasons for the popularity of digital fashion, as well as trends for further development and social impact on the younger generation. As a result of a study conducted by the authors using the method of “in-depth interviews”, it was concluded that digital fashion will continue to develop, but at the same time, the considered fashion direction will not be able to completely replace the traditional one.

Keywords: social environment, fashion, digital fashion, digitalization, in-depth interview.

INSTITUTIONAL FEATURES OF HIGHER EDUCATION

A. V. BOGOMOLOVA

The article presents the results of the analysis of scientific and journalistic literature on the topic of higher education as a social institution. The author has considered the definitions of higher education given by various authors, and highlighted its functions, which, in turn, contribute to the development of the education system, the labor market and society as a whole.

Keywords: higher education, institutional features, social institution.

АВТОРЫ СТАТЕЙ

**Богомолова
Анастасия
Васильевна**

аспирант кафедры «Методология социологических и маркетинговых исследований» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева;

преподаватель факультета среднего профессионального образования Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: anastasia-mir@bk.ru

**Бодров
Александр
Алексеевич**

доктор философских наук, доцент, заведующий кафедрой «Гуманитарные, правовые и естественно-научные дисциплины» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка»;

профессор кафедры «Философия и социально-гуманитарные дисциплины» Самарского государственного технического университета, Россия

E-mail: bodrov@imi-samara.ru

**Васильев
Михаил
Маркович**

кандидат экономических наук, директор научно-исследовательского центра «МИР» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: vasmarket@mail.ru

**Васильева
Дарья
Михайловна**

лаборант научно-исследовательского центра «МИР» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: vasmarket@mail.ru

**Герасимов
Вячеслав
Васильевич**

аспирант и ассистент кафедры «Сети и системы связи» Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики, г. Самара, Россия

E-mail: v.gerasimov@psuti.ru

**Горбунова
Оксана
Александровна**

кандидат экономических наук, доцент, и.о. заведующего кафедрой «Национальная и мировая экономика» Самарского государственного технического университета;

доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: genuka76@mail.ru

**Евстафьева
Виолетта
Андреевна**

ассистент кафедры «Прикладная информатика» Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики, г. Самара, Россия

E-mail: violetta.9845@yandex.ru

**Карпова
Татьяна
Петровна**

кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: tpkarpova@mail.ru

**Козлова
Арина
Витальевна**

лаборант кафедры «Гуманитарные, правовые и естественно-научные дисциплины» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: bodrov@imi-samara.ru

**Королев
Андрей
Андреевич**

техник кафедры «Прикладная информатика» Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики, г. Самара, Россия

E-mail: korolevandreja@yandex.ru

**Косицына
Светлана
Видаликовна**

кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры «Менеджмент» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия

E-mail: Fitol501@yandex.ru

**Кузнецов
Виктор
Александрович**

кандидат философских наук, доцент кафедры «Социология и культурология» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия

E-mail: kuznetcov@ssau.ru

Минина Юлия Ивановна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: yuliya.minina@mail.ru
Мусаева Айман Амангельдиевна	кандидат экономических наук, и.о. доцента кафедры «Арт-менеджмент и продюсирование» Казахской национальной академии искусств им. Темирбека Жургенова, г. Алматы, Казахстан E-mail: aiman_mussayeva@mail.ru
Омелькович Алина Витальевна	лаборант кафедры «Национальная и мировая экономика» Самарского государственного технического университета, Россия E-mail: genuka76@mail.ru
Орлова Людмила Викторовна	доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Гуманитарные и социально-экономические дисциплины» Московского государственного университета технологий и управления им. К. Г. Разумовского (ПКУ), Россия E-mail: orlovalv313@mail.ru
Симагина Светлана Германовна	доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Прикладная информатика» Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики, г. Самара, Россия E-mail: simaginasve@gmail.com
Устина Нина Александровна	кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: nina_ustina@mail.ru
Федченко Анна Дмитриевна	аспирант кафедры «Социология и культурология» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия E-mail: fedchenko0911@gmail.com

**Хорина
Ирина
Вениаминовна**

кандидат экономических наук, доцент кафедры
«Экономика промышленности и производствен-
ный менеджмент» Самарского государственного
технического университета, Россия

E-mail: irinahorina1970@yandex.ru

**Юдин
Виталий
Александрович**

специалист Аппарата Общественной палаты Самар-
ской области ГКУ СО «Дом дружбы народов», г. Са-
мара, Россия

E-mail: vudin018@gmail.com

THE AUTHORS OF THE ARTICLES

Bogomolova Anastasia Vasilyevna	Postgraduate of Methodology of Sociological and Marketing Research Department of Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia; teacher of Secondary Vocational Education Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: anastasia-mir@bk.ru
Bodrov Aleksandr Aleksyevich	Doctor of Philosophy, docent, Head of Humanitarian, Legal and Natural Science Disciplines Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute"; Professor of Philosophy and Social and Humanitarian Disciplines Department of Samara State Technical University, Russia E-mail: bodrov@imi-samara.ru
Vasilyev Mikhail Markovich	Candidate (PhD) of Economic Sciences, director of Scientific and Research Center "MIR" Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: vasmarket@mail.ru
Vasilyeva Darya Mikhailovna	Assistant of Scientific and Research Center "MIR" Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: vasmarket@mail.ru
Gerasimov Vyacheslav Vasilyevich	Post Graduate and Assistant of Communication Networks and Systems Department of Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia E-mail: v.gerasimov@psuti.ru
Gorbunova Oksana Aleksandrovna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, acting Head of National and Global Economics Chair of Samara State Technical University; Docent of Management Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: genuka76@mail.ru

Evstafieva Violetta Andreyevna	Assistant of Applied Informatics Department of Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia E-mail: violetta.9845@yandex.ru
Karpova Tatyana Petrovna	Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent of Management Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: tpkarpova@mail.ru
Kozlova Arina Vitalyevna	Assistant of Legal and Natural Science Disciplines Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: bodrov@imi-samara.ru
Korolev Andrey Andreyevich	Technologist of Applied Informatics Department of Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia E-mail: korolevandreja@yandex.ru
Kositsina Svetlana Vidalikovna	Candidate (PhD) of Sociological Sciences, Senior Teacher of Management Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: Fitol501@yandex.ru
Kuznetsov Viktor Alexandrovich	Candidate (PhD) of Philosophical Sciences, docent of Sociology and Cultural Study Department of Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia E-mail: kuznetcov@ssau.ru
Minina Yulia 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: yuliya.minina@mail.ru
Mussayeva Ayman Amangeldievna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, acting as a docent Art Management and Producing Department of Temirbek Zhurgenov Kazakh National Academy of Arts, Almaty, Kazakhstan E-mail: aiman_mussayeva@mail.ru

Omelkovich Alina Vitalyevna	Laboratory Assistant of National and Global Economics Department of Samara State Technical University, Russia E-mail: genuka76@mail.ru
Orlova Luydmila Viktorovna	Doctor of Sociological Sciences, docent, professor of Humanitarian and Socioeconomic Disciplines Depart- ment of Moscow State university of Technology and Man- agement named after K. G. Razumovskiy, Russia E-mail: orlovalv313@mail.ru
Simagina Svetlana Germanovna	Doctor of Economic Sciences, professor, professor of Applied Informatics Department of Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Sa- mara, Russia E-mail: simaginasve@gmail.com
Ustina Nina Alexandrovna	Candidate (PhD) of Historic Sciences, docent, head of Management Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: nina_ustina@mail.ru
Fedchenko Anna Dmitrievna	Postgraduate of Social and Cultural Studies Depart- ment of Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia E-mail: fedchenko0911@gmail.com
Chorina Irina Veniaminovna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent of Indus- trial Economics and Production Management Depart- ment of Samara State Technical University, Russia E-mail: irinahorina1970@yandex.ru
Yudin Vitaliy Aleksandrovich	Specialist of Civic Chamber Assembly of Samara Oblast State Public Institution «International Friendship Cen- ter», Samara, Russia E-mail: vudin018@gmail.com

Научное издание

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

№ 2 / 2023

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 29.06.2023.
Дата выхода в свет 07.07.2023.
Бумага офсетная. Печать оперативная.
Объем 8,5 п.л. Формат 60х90/16.
Заказ № 0083. 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