

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО
ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

№ 3 / 2023

Самара
2023

УДК 316.4:(351/354+338.2)+316

ББК 72

В 38-7

ВЕСТНИК

Самарского муниципального института управления

№ 3 / 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. — № 3. — 130 с.

УДК 316.4:(351/354+338.2)+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

- Особенности гендерных представлений
об управленческой деятельности руководителей
с разным стажем работы
Техтелева Н. В. 7
- Необходимость формирования аналитических
навыков современных руководителей
в условиях цифровой экономики
Поротькин Е. С. 14
- Стратегия управления знаниями как элемент
управления человеческим капиталом:
теоретический аспект
Карпова Т. П., Муратов Н. В. 25
- Особенности и проблемы переподготовки
муниципальных служащих: социальный аспект
Товченко Р. Б., Самилкина И. В., Чумак П. В. 31
- Шеринговая экономика как новый тренд
в поведении потребителей
Нестерова С. И. 39
- Зеленая трансформация российских компаний:
устойчивое развитие в условиях неопределенности
Устина Н. А., Карлина А. А. 49
- Внедрение моделей «воронка покупок»
и «воронка продаж» в планирование
клиентоориентированного бизнес-процесса
Павлович В. Е., Мурзин В. В. 61
- Инновационные подходы в управлении
фармацевтическим бизнесом
Орлова Л. В., Первова Ю. В., Шафранский И. Е. 69

Социология

Доверие в условиях цифровизации социальных отношений <i>Колмыкова М. А.</i>	77
Влияние синдрома эмоционального выгорания на производительность труда <i>Техтелева Н. В., Мензул Е. В.</i>	86
Влияние тревожных ожиданий при дистанционном обучении на успеваемость с учетом гендерных различий <i>Измайлов Е. П., Голубева Н. Д., Павлова И. Н., Климова Е. С.</i>	92
О методах анализа данных фокус-групповых исследований <i>Щукина Н. П.</i>	100
Тексты комментариев в персональном общении: лингвостратегический аспект <i>Водоватова Т. Е.</i>	109
Аннотации на английском языке	117
Авторы статей	122

CONTENTS

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

- Features of Gender Perceptions about
Management Activities of Directors with
Different Work Experience
N. V. Tekhteleva 7
- The Need for Analytical Skills of Modern Managers
under the Conditions of Digital Economy
E. S. Porotkin 14
- Knowledge Management Strategy as an Element
of Human Capital Management: Theoretical Aspect
T. P. Karpova, N. V. Muratov 25
- Features and Problems of Training of Municipal
Employees: Social Aspect
R. B. Tovchenko, I. V. Samilkina, P. V. Chumak 31
- Sharing Economy as a New Trend
in Consumer Behaviour
S. I. Nesterova 39
- Green Transformation of Russian Companies:
Sustainable Development in Uncertainty
N. A. Ustina, A. A. Karlina 49
- Implementation of Purchase Funnel and Sales
Funnel Models in Client-Oriented Business
Process Planning
V. E. Pavlovich, V. V. Murzin 61
- Innovative Approach in Pharmaceutical
Business Management
L. V. Orlova, Y. V. Pervova, I. E. Shafranskiy 69

SOCIOLOGY

Trust in the Conditions of Digitalization of Social Relations <i>M. A. Kolmykova</i>	77
Emotional Burnout Syndrome Influence on Labour Productivity <i>N. V. Tekhteleva, E. V. Menzul</i>	86
The Influence of Anxious Expectations on Achievements during Distant Learning with Consideration to Gender Differences <i>E. P. Izmaylov, N. D. Golubeva, I. N. Pavlova, E. S. Klimova</i>	92
Methods of Focus Group Data Analysis <i>N. P. Schukina</i>	100
Comment Texts in Personal Communication: Linguostrategic Aspect <i>T. E. Vodovatova</i>	109
Summaries	117
The authors of the articles	122

УДК 316.65:159.923

© Н. В. ТЕХТЕЛЕВА, 2023

*Самарский государственный медицинский университет
(СГМУ Минздрава России), Россия
E-mail: Tehteleva@list.ru*

**ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ
ОБ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ С РАЗНЫМ СТАЖЕМ РАБОТЫ**

В статье рассматриваются различные теоретические аспекты гендерных представлений в управленческой деятельности, охватываются особенности различных подходов к руководству коллективом и личностью, особенности межличностных отношений с учетом мужской и женской психики и характерных черт интеллекта.

Ключевые слова: гендерные представления, гендерные стереотипы, управленческая деятельность, руководство организацией.

Введение

В современных исследованиях все больше внимания уделяется изучению гендерных взаимоотношений, и это становится неотъемлемой частью многих сфер социальных и гуманитарных наук. Изучение данной проблематики требует специализированного подхода. Это имеет особое значение в случае, когда в среде людей, в обществе заявляется о достижении равноправия между полами, но на деле все еще существуют неравенства и противоречивые нормы и стереотипы, определяющие поведение в этой сфере.

Рассматриваемая проблема является многогранным явлением, связанным с различными областями знания, такими как экономика, психология, социология и управление. Например, гендерные особенности управленческой деятельности были рассмотрены такими авторами, как: Н. Ажгихина [2], М. Е. Баскакова [3], О. А. Воронина [4], Л. С. Егорова [5], Е. А. Здравомыслова, А. А. Темкина [6], Е. Б. Мезенцева [7].

В условиях внедрения программы устойчивого развития России особое значение приобретает задача поиска новых путей ее реализации в разных сферах общественной деятельности [9], в том

числе в сфере управления персоналом. Анализ изменений в управленческой деятельности показал, что количество женщин и мужчин на руководящих должностях постоянно меняется. Женщины все больше вовлечены в предпринимательскую деятельность. Интеграция женских и мужских моделей управления бизнесом создает условия для изучения особенностей гендерного подхода к управлению.

Эксперты ведущих международных финансово-экономических организаций подтверждают, что гендерный анализ не только имеет теоретическую значимость, но и является полезным практическим методом, способным улучшить эффективность управления.

Актуальность темы, ее недостаточная разработанность определяют гипотезу, объект, предмет и цель исследования.

Цель исследования — выявить гендерные особенности представлений об успешном управлении.

Задача исследования — подтвердить гипотезу о существовании гендерных особенностей представлений об успешном управлении и идеальном сотруднике.

Объектом исследования являются гендерные представления об управленческой деятельности, предметом исследования — особенности гендерных представлений об управленческой деятельности руководителей с разным стажем работы.

Для реализации цели исследования были применены следующие методы: анкетный опрос (по разработанной автором анкете), контент-анализ полученной документации и математический метод (U-критерия Манна — Уитни).

Гипотеза исследования

Существуют гендерные особенности представлений об управленческой деятельности руководителей с разным стажем работы. Женщины-руководители склонны решать с помощью управления личностно-значимые, но всегда связанные с делами фирмы проблемы. Они рассматривают управление как взаимодействие, а не как воздействие на людей. У мужчин же доминирует манипулятивная точка зрения. Мужчины-руководители представляют управление как целенаправленный процесс воздействия на людей для достижения результата.

Результаты исследования

Анализ различных исследований [2-5, 8], где сравнивались деловые и психологические качества женщины и мужчины показали, что по ряду исследуемых параметров есть определенные отличия. Вместе с тем в серьезных научных экспериментах не нашли под-

тверждения некоторые мнения о различиях в умственных возможностях, способностях к обучению, качествах характера и темперамента у представителей обоих полов. В результате были обоснованы выводы о том, что женщины обладают качествами, которые определяют их весьма благоприятные возможности для эффективной управленческой деятельности.

На протяжении многих веков формировались общепринятые представления о характерных чертах и ролях, связанных с определением «женского» и «мужского» поведения. Все люди могут быть подвержены стереотипам, независимо от своего пола, возраста или профессии. Эти стереотипы относятся не только к личностным характеристикам, но и к поведенческим особенностям, которые проявляются в разных сферах и ситуациях.

В свете растущего интереса к научным вопросам, связанным с различиями в стратегиях мужчин и женщин в управлении и воздействием пола на подчиненных и руководителей, можем столкнуться с некоторыми проблемами, связанными с профессиональным поведением руководителей. Часто руководители не осознают истинного значения понятия «гендер» или пренебрегают его важностью, даже не признавая его роли в управлении. Описание «гендера» относится к определению социального статуса и психологических особенностей личности, связанных с полом и сексуальностью [1]. Это характеристики, которые определяют поведение и проявляются как в личной, так и в деловой сфере жизни, и они зависят от общественных факторов.

Существует активное обсуждение среди ученых значимости выявления различий в подходе к управлению и руководству между мужчинами и женщинами для понимания влияния гендерных механизмов на систему управления предприятием (организацией) [8]. Мнения относительно различий в мужском и женском стиле руководства на предприятиях и в организациях разделились. Одни считают, что таких различий практически нет, в то время как другие утверждают, что мужской стиль руководства отличается от женского и может быть более эффективным.

Чтобы подтвердить выдвинутую автором настоящего исследования гипотезу, был проведен анкетный опрос. Выборка составила 168 человек в возрасте от 19 до 68 лет (средний возраст респондентов – 31,5 года):

– 67% – женщины в возрасте от 19 до 58 лет (средний возраст – 29 лет);

– 33% – мужчины в возрасте от 21 до 68 лет (средний возраст – 36,1 года).

Стаж работы испытуемых на момент опроса составил:

– для женщин: от 0 до 39 лет, в среднем – 14,8 года;

– для мужчин: от полугода до 40 лет; среднее значение – 10,6 года.

По уровню образования испытуемые распределились следующим образом:

– 70% – имеют вузовскую подготовку (в том числе 15% учатся в вузе на данный момент и одновременно работают);

– 20% – имеют среднее специальное образование;

– 10% – имеют среднее образование.

На первом этапе эмпирического исследования был проанализирован состав группы с точки зрения соотношения возраста, стажа работы и образования. Всего было выделено по 4 подгруппы у мужчин и у женщин, однако уровень образования во всех подгруппах получился примерно одинаковым, поэтому в дальнейшем этот параметр не учитывался.

На втором этапе исследования было выяснено, что представляет собой понятие «об управлении и руководстве» в глазах испытуемых различных подгрупп. Результаты оказались следующими.

1. Для первых двух возрастных групп управление представляет собой целенаправленный процесс воздействия на людей для достижения результата. При этом для эффективности управления необходимы организаторские навыки и навыки сбора рабочей информации. Сам руководитель в представлениях испытуемых выглядит, как подчеркнуто независимый человек, которому никто «не должен мешать».

2. С возрастом и приобретением опыта работы понимание мужской частью выборки понятия управления меняется. В старшей возрастной группе управление уже рассматривается как процесс взаимодействия руководителя и персонала, направленный на достижение общих целей. При этом меняются и требования к личности руководителя: он уже должен иметь организаторские умения, а также владеть принципами тайм-менеджмента и эффективного планирования, иметь психологические и педагогические «таланты».

3. Что касается образа идеального сотрудника, то в первую пятерку необходимых качеств вошли следующие: пунктуальный и знающий, ответственный, инициативный, исполнительный.

Таким образом, если в начале карьеры для руководителя-мужчины имеет самое большое значение пунктуальность и уровень

квалификации сотрудника, то в старшем возрасте на первое место выходит инициативность. Кроме того, для всех возрастных групп характерно указание на ответственность, исполнительность и трудолюбие сотрудников.

Сравнительный анализ данных по женской части выборки показал следующее.

1. В отличие от мужской выборки женщины с самого начала склонны рассматривать управление как взаимодействие, а не как воздействие на людей. Правда, данное отношение свойственно меньшей части младшей подгруппы, но оно есть. У мужчин же, как видели выше, на первых возрастных этапах доминирует манипулятивная точка зрения. Кроме того, ни у одной из женщин не встретили указания на необходимость тотального контроля за деятельностью сотрудников как главной функции управления.

2. Неожиданный результат показала вторая возрастная группа. Для большинства опрошенных женщин со стажем работы от 4 до 10 лет управление рассматривается не как функция непосредственного начальника испытуемой, а как своего рода трансляция цели от вышестоящего руководства.

3. Согласно данным, полученным в результате анализа, у женщин-руководителей наблюдается сдвиг в отношении знаний и навыков, необходимых руководителю для успешного управления. Если для молодых женщин необходимыми представляются умение подчинять себе людей, а также навыки администрирования, то для испытуемых более старшего возраста важными становятся психологическая грамотность и личный авторитет руководителя.

4. Еще одно отличие от мужской выборки состоит в том, что женщины старших подгрупп считают необходимым наличие специального руководящего органа на предприятии или в фирме. Сами же они рассматривают управление как постоянный и в достаточной степени утомительный труд. В мужской выборке такого не обнаружили.

5. Что касается образа идеального сотрудника, то видно качественное отличие второй возрастной группы. Если для молодых специалистов, не имеющих стажа, а также для представительниц старших возрастных групп важными в первую очередь оказались профессионализм и ответственность сотрудника, то для женщин со стажем от 4 до 10 лет важными оказались пунктуальность и ответственность. Профессиональная компетентность оказалась на четвертом месте.

Для всех женщин из выборки имеет значение профессиональная лояльность сотрудников, вплоть до требования относиться к идеалам шефа как к своим. У мужчин такой характеристики не отмечено.

У мужской части выборки в принципе не увидели требований к семейному статусу сотрудника, а у женщин они присутствуют во всех группах, кроме самой старшей. То же можно сказать о предприимчивости. Мужчины не отметили эту характеристику, а также гибкость, способность легко и быстро обучаться, владение несколькими смежными профессиями и чувство юмора.

Полученные результаты, на наш взгляд, позволяют выделить особенности руководителей, имеющих гендерную принадлежность к женскому полу, это:

— склонность решать с помощью управления личностно-значимые, но всегда связанные с делами фирмы проблемы (в отличие от мужчин, где хороший сотрудник обязан быть верным интересам руководства и производства в целом);

— уделять больше внимания деталям, чем мужская часть испытуемых;

— меньше заботиться о физическом комфорте, а больше о здоровом образе жизни;

— уделять внимание своей внешности, поскольку руководитель — лицо фирмы (у мужчин — стремление произвести впечатление).

Кроме того, женщины чаще склонны идти на компромисс, или «пристраиваться», в то время как мужская часть аудитории откровенно считает, что хороший сотрудник должен быть неконфликтным, послушным и исполнительным.

С помощью U-критерия Манна — Уитни оценили достоверность различий в представлениях об управлении, связанных со стажем работы респондента.

Выводы

Таким образом, полученные в результате исследования данные подтвердили гипотезу о существовании гендерных особенностей представлений об успешном управлении и идеальном сотруднике.

Можно сделать вывод о том, что принципиальных отличий в мужском и женском менеджменте нет, хотя есть некоторые особенности, обусловленные разницей психологической структуры личности у мужчин и женщин.

Литература

1. Авдулова Т. П. Гендерные аспекты управленческой деятельности. СПб.: Речь, 2012. 130 с.
2. Ажгихина Н. Гендерные стереотипы в современных масс-медиа // Гендерные исследования. 2000. № 5. С. 261-273.
3. Баскакова М. Е. Равные возможности и гендерные стереотипы на рынке труда. М.: МЦГИ, 1998. 64 с.
4. Воронина О. А. Свобода слова и стереотипный образ женщины в СМИ // Знамя. 1999. № 2. URL: <https://znamlit.ru/publication.php?id=706&ysclid=lop1kp433q167420544>.
5. Егорова Л. С. Гендерные стереотипы в управлении (по материалам социологического исследования) // Женщина в российском обществе. 2001. № 3-4. С. 13-17.
6. Здравомыслова Е. А., Темкина А. А. 12 лекций по гендерной социологии: учеб. пособие. СПб.: Европ. ун-т в Санкт-Петербурге, 2015. 768 с.
7. Мезенцева Е. Б. Теоретические подходы к гендерной экономике // Теория и методология гендерных исследований: курс лекций. М.: МЦГИ-МВШСЭН, 2001. С. 111.
8. Тарханова Е. С. Подходы к определению гендерных различий в управлении // Десятые Ковалевские чтения: материалы научно-практической конференции (г. Санкт-Петербург, 13-15 ноября 2015 г.) / Отв. ред. Ю. В. Асочаков. СПб.: Скифия-принт, 2015. С. 1740-1743.
9. Зубова А. О., Филатова Ю. А. Реализация Программы устойчивого развития в сфере трудовых отношений // Вестник Самарского муниципального института управления. 2023. № 1. С. 34-41.

*Статья поступила в редакцию 28.08.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

УДК 316+(65.01:338:378.1)

© Е. С. Поротькин^{1,2}, 2023

¹ Самарский государственный технический университет (СамГТУ), Россия

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

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

НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ АНАЛИТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ СОВРЕМЕННЫХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Статья посвящена исследованию аналитических навыков современных руководителей компании как важной составляющей общей управленческой компетентности. Показано, как трансформируются классические управленческие функции при переходе к цифровой экономике. Рассмотрены навыки, закрепленные профессиональным стандартом для руководителей строительной организации, и выделены те из них, которые требуют наличия аналитической компетенции. Представлено распределение аналитических компетенций руководителя на уровни и описаны наиболее эффективные механизмы их формирования.

Ключевые слова: анализ, руководитель, аналитические навыки, компетенции руководителя, компетентностная модель, цифровые технологии, цифровая экономика, цифровизация.

Введение

Рассмотрение деятельности руководителя прежде всего как деятельности по принятию управленческих решений и организации воплощения их в практической деятельности хозяйствующих субъектов требует определения необходимого для этого набора компетенций. Существующие модели, представляющие содержание менеджерской компетентности вообще [1] и ее специфики в условиях развития цифровой экономики в частности [2], к одной из ключевых составляющих относят информационно-аналитическую компетентность как совокупность умений и навыков, которыми должен обладать руководитель, связанных с ориентацией в различных информационных ресурсах, потоках и системах, поиском и отбором информации, необходимой для проведения анализа.

Специфика осуществления управленческой деятельности всегда требовала от руководителя обладания высоким уровнем ана-

литической компетенции. Кроме того, в последнее время важное место в управленческой деятельности отводится функции интеллектуального воздействия на сотрудников в рамках формирования картины организационной действительности при помощи создания моделей интерпретации событий, что позволяет развивать понимание сотрудниками ситуации и отдельных ее аспектов [2], а это в свою очередь требует вывода аналитических и прогностических навыков руководителей на новый уровень.

Деятельность современных компаний, функционирующих в условиях динамично меняющейся внешней среды и сталкивающихся с высокой степенью неопределенности, требует от руководителей не только умения принимать оптимальные управленческие решения, но и навыков делать это в режиме реального времени, что часто приводит к двум крайностям. С одной стороны, необходимость быстрого решения может привести к недостатку информации для его принятия, а с другой — к отсутствию достаточного количества времени для эффективной фильтрации, обработки и интерпретации имеющихся данных. Внедрение цифровых аналитических инструментов на основе технологии искусственного интеллекта может способствовать решению обеих из указанных проблем, но для того, чтобы эти возможности использовать, сам руководитель должен обладать достаточно высоким уровнем развития аналитической компетенции. При этом нужно понимать, что речь идет не столько о формировании технической составляющей компетенции — навыков использования специализированных программных продуктов, сколько об умении делать выводы на основании представленных аналитических отчетов, выстраивать причинно-следственные связи изменения тех или иных показателей под воздействием внешних и внутренних факторов, а также строить на основании имеющихся данных прогнозы, принимать решения и доводить их до непосредственных исполнителей.

В этой связи вопрос необходимости формирования у руководителей компаний всех уровней соответствующих аналитических компетенций, особенно с учетом происходящих процессов цифровизации, выглядит своевременным и актуальным.

Цель исследования — изучить составные элементы аналитической компетенции руководителя в условиях цифровой экономики и предложить эффективные инструменты их формирования.

Достижение поставленной цели предопределило постановку и решение следующих задач:

– раскрыть понятие и специфику функционирования цифровой экономики и изучить воздействие цифровых технологий на трансформацию управленческих функций;

– дать характеристику аналитической компетенции и ее роли в реализации функций управления;

– представить уровни развития аналитических навыков современных руководителей и наиболее эффективные инструменты их формирования.

Объектом исследования являются аналитические навыки руководителей в условиях цифровизации экономики, предмет исследования – инструменты формирования аналитических компетенций.

Результаты исследования

Современный этап экономического развития принято определять при помощи категории «цифровая экономика», в общем виде представляющей собой деятельность субъектов экономики, в основе которой лежит использование цифровых технологий, служащих ключевым фактором повышения эффективности их функционирования [4, с. 27]. Коренными отличиями данного этапа, которые необходимо принимать во внимание всем участникам экономики, являются скорость, широта и глубина происходящих изменений, зачастую приводящая к существенной трансформации всей хозяйственной и общественной жизни, а также системный характер воздействия, практически исключающий возможность противодействия повсеместно происходящей цифровизации традиционными методами. Вследствие обозначенных процессов на первый план выходит необходимость достаточно существенного повышения скорости принятия решений на всех уровнях управления, базирующаяся на активном внедрении цифровых решений, которые призваны обеспечить менеджмент компаний необходимой аналитической информацией. Доступность и своевременное получение достоверной информации создаст возможность выявления складывающихся тенденций и факторов их определяющих, что в свою очередь повысит уровень прогнозирования и моделирования возможных сценариев развития, что позитивно скажется на качестве принимаемых управленческих решений [5, с. 243].

Принимая во внимание классический подход А. Файоля к тому, что управление предполагает реализацию таких функций, как предвидение, организация, распорядительство, координация и контроль [6, с. 12], можно следующим образом охарактеризовать их трансформацию в цифровой экономике (табл. 1).

**Трансформация функций менеджмента
в условиях цифровой экономики**

<i>Функция</i>	<i>Краткая характеристика</i>	<i>Трансформация в цифровой экономике</i>
Предвидение	Прогнозирование происходящих изменений и разработка плана действий для получения четко определенного результата	Определение тенденций и закономерностей развития на основе сбора, обработки и интеллектуального анализа больших данных, формирование на этой основе возможных сценариев развития объекта управления и моделирование его желаемого будущего состояния
Организация	Выстраивание механизма функционирования объекта управления, распределение задач и наделение ресурсами для достижения необходимого результата	Разработка новых и существенная цифровая трансформация действующих бизнес-моделей, основанных на платформенных решениях, возможностях пространственного распределения объектов управления, удаленного управления активами и использования человеческих ресурсов
Распорядительство	Стимулирование труда работников посредством разработки эффективных систем мотивации	Повышение уровня вовлеченности и эффективности использования человеческих ресурсов посредством цифровых инструментов непрерывного управления эффективностью и получения обратной связи в режиме реального времени [7, с. 578]
Координация	Осуществление согласованного функционирования всех элементов объекта управления	Построение адаптивной системы диспетчеризации на основе беспроводной связи и взаимодействие подразделений и отдельных исполнителей в режиме реального времени на базе технологии интернета вещей, реализуемой при помощи носимых устройств и специально разработанных для них приложений
Контроль	Отслеживание и проверка соответствия полученных результатов запланированным и внесение необходимых корректив в функционирование объекта управления	Использование автоматизированных систем, построенных на основе технологии искусственного интеллекта (ИИ), для круглосуточного удаленного мониторинга всех необходимых параметров функционирования объекта управления и возможность внесения коррективов в работу либо в автономном режиме, либо оператором на основе рекомендаций, выработанных ИИ

Очевидно, что представленные возможности, с одной стороны, способны существенно повысить точность и скорость принятия управленческих решений, что приведет к прямой экономии ресурсов и сокращению издержек в результате сокращения числа ошибочных решений, обусловленных недостаточным объемом и качеством используемой информации и неспособностью ее эффективно обработать, а с другой стороны, потребует от управленцев более высокого уровня компетенций, и не в последнюю очередь — аналитических.

Учитывая тесную взаимосвязь между анализом и функциями менеджмента, можно утверждать, что происходящая цифровая трансформация только повысит требования к аналитическим навыкам, которыми должны обладать современные руководители.

Аналитическая компетентность является ключевой составляющей навыков современного руководителя, что отражено в том числе и в требованиях, предъявляемых в профессиональных стандартах.

Так, в соответствии с профессиональным стандартом «Руководитель строительной организации» [8], в рамках обобщенной трудовой функции «Организация деятельности основных подразделений строительной организации» в качестве требований прописаны следующие необходимые умения по анализу и оценке:

— тенденций развития организации и технологий строительного производства, а также рынка заимствования кредитных ресурсов;

— методов и средств организации производственной и финансово-хозяйственной деятельности строительной организации;

— организационно-технологических решений производственной деятельности и требований к материально-техническим и трудовым ресурсам строительной организации;

— показателей производственной деятельности, выполнения текущих производственных планов и финансово-хозяйственной деятельности строительной организации;

— проектов производства строительных работ, перспективных и текущих финансовых планов, прогнозных балансов и бюджетов, планов ресурсного обеспечения и повышения эффективности производственной деятельности строительной организации;

— финансовой части документации строительной организации для участия в торгах по размещению заказов на выполнение строительных работ, а также коммерческих предложений, договоров подряда и поставки.

Реализация обобщенной трудовой функции «Стратегическое управление деятельностью строительной организации» требует от руководителя умения анализировать и оценивать:

— состояние и тенденции развития рынка строительных услуг, а также конкурентную позицию на нем строительной организации;

— предпринимательские и производственные риски строительной организации;

— предложения по функциональной, организационной и профессионально-квалификационной структуре строительной организации;

— показатели эффективности деятельности строительной организации и способствующие ее повышению перспективные научные, организационные и технологические разработки;

— показатели производственной и финансово-хозяйственной деятельности строительной организации;

— эффективность использования ресурсов, производственной и финансово-хозяйственной деятельности строительной организации.

Как видно из описания требований профессионального стандарта, непосредственные аналитические навыки играют ведущую роль в компетенциях руководителя строительной организации. Однако нужно понимать, что ими одними аналитическая компетентность не ограничивается. Так, умения выявлять проблемы в производственной и финансово-хозяйственной деятельности, разрабатывать перспективные планы и распорядительные документы, распределять полномочия, обязанности и ресурсы между подразделениями и их руководителями, применять в своей деятельности специализированное программное обеспечение для осуществления процессов планирования и технико-экономических расчетов, а также осуществлять профессиональную коммуникацию требуют высокого уровня аналитической подготовки.

В этой связи применительно к деятельности руководителей можно говорить о нескольких уровнях, или ступенях, компетентности в области аналитики:

— начальный уровень (минимально необходимый) — умение изучать и в общих чертах понимать информацию, подготовленную аналитическими службами. На данном уровне ключевым аспектом является способность руководителя правильно интерпретировать имеющуюся информацию, в том числе правильно понимать экономический смысл представленных данных, т.е. что и каким образом они характеризуют;

— базовый уровень — умение выявлять причинно-следственные связи изменения показателей, критически оценивать информацию и использовать ее для принятия управленческих решений; данный уровень помимо простого понимания сущностного содержания подготовленных отчетов и аналитических записок предполагает наличие у руководителя способности отличать информацию, необходимую для принятия взвешенного и обоснованного управленческого решения, от той, которая не способна на него существенно повлиять и может лишь отвлечь от более важных и нужных данных; кроме того, важным навыком на данном уровне является оценка альтернативных вариантов предлагаемых управленческих воздействий и отбор наиболее эффективных с точки зрения возможных последствий для компании;

— продвинутый уровень — владение навыками прогнозирования, сценарного анализа и планирования, а также моделирования положения компании с учетом возможных вариантов развития событий, базирующихся на результатах внутреннего и внешнего стратегического анализа; на данном уровне, в отличие от предыдущих, руководитель занимает не реактивную, а проактивную позицию, а в качестве важнейшего навыка выступает способность оценивать возможности компании через призму выявленных рыночных тенденций и выбирать оптимальные пути их достижения.

Формирование аналитических навыков в зависимости от уровня может осуществляться при помощи следующих инструментов (рис. 1).

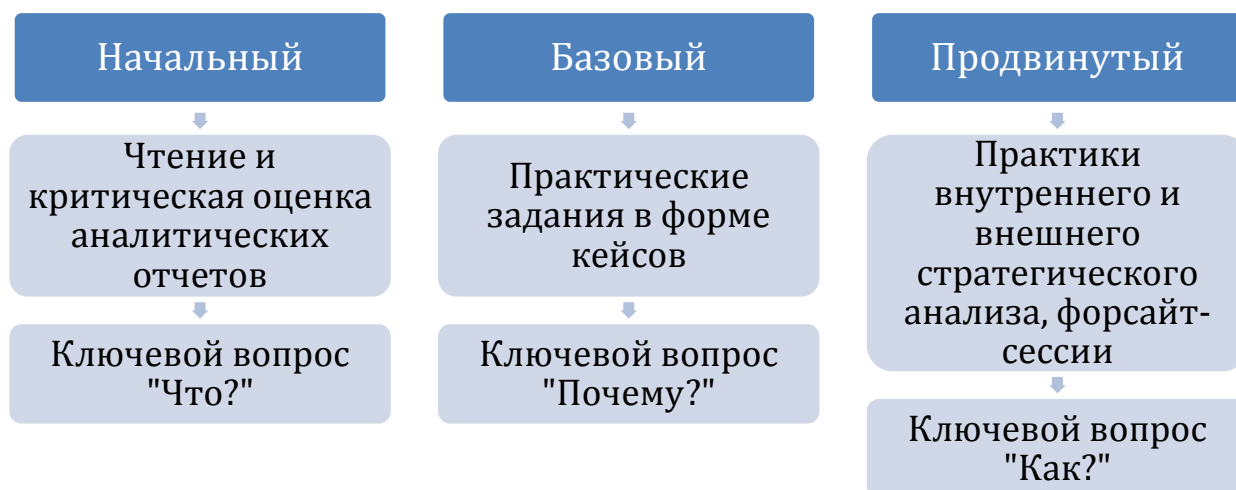


Рис. 1. Инструменты формирования аналитических навыков

Так, развитие аналитических навыков на начальном уровне предполагает чтение как можно большего числа различного рода

отчетов в рамках предметной области, в идеале — под руководством опытного эксперта-наставника, и их критическое восприятие. Главное при этом — умение раскладывать представленную информацию на составные элементы и выделять ключевые аспекты проблемы. Роль наставника в данном случае заключается в подтверждении сделанных выводов или обоснованном указании на сделанные ошибки.

По сути, основной вопрос, на который должен уметь отвечать на начальном уровне руководитель, обладающий аналитическими навыками, — это «Что?» в контексте того, каких результатов достигла компания, какие происходят изменения в ней и на рынке, на котором представлены ее продукты и услуги, какими показателями характеризуется происходящее и что это все означает для компании в целом.

Важнейшим аспектом, на который должно быть обращено внимание при формировании аналитических навыков на базовом уровне, является умение формулировать четкие уточняющие вопросы, позволяющие получить более детальную информацию об изучаемом явлении или процессе, что в конечном счете должно способствовать принятию эффективного управленческого решения. Именно на умение ставить грамотные вопросы, позволяющие вскрыть содержание проблемы, должен быть сделан акцент в развитии аналитических навыков. Основным инструментом, способствующим развитию навыков аналитика у руководителя на базовом уровне, является выполнение практических заданий в форме кейсов по различным аспектам финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Аналитическая работа руководителя, достигшего базового уровня, в большей степени сконцентрирована на поиске ответов на вопрос «Почему?» — чем обусловлена динамика показателей компании и ее текущее положение на рынке, какие факторы внешней и внутренней среды оказывают наибольшее влияние, чем отличается тот или иной вариант управленческого решения и обусловлен выбор управленческого воздействия.

Формирование аналитических навыков продвинутого уровня необходимо руководителям высшего уровня иерархии, в большей степени фокусирующихся на принятии решений, носящих стратегический характер. Именно этим обусловлен рекомендуемый набор инструментов, способствующих формированию соответствующих аналитических компетенций. Так, практические задания, связанные с проведением стратегического анализа внутренней и внешней сре-

ды, направлены на оценку как текущей позиции компании в существующей рыночной среде, так и на прогнозирование того, как перевести компанию из ее современного состояния в желаемое будущее состояние с учетом возможных изменений микро- и макросреды. Оптимальным при этом видится выполнение практических заданий в сочетании с технологией форсайта, предполагающей построение образа желаемого будущего и возможных путей его достижения, которые позволят компании повысить эффективность функционирования и конкурентоспособность.

Таким образом, на продвинутом уровне аналитических навыков руководитель преимущественно должен отвечать на вопрос «Как?» — каким образом вывести компанию на новый уровень развития, какие технологии и инструменты задействовать для проактивной трансформации компании и ее ключевых бизнес-процессов.

Возвращаясь к квалификационным требованиям, предъявляемым к руководителю строительной организации в соответствии с действующим профессиональным стандартом, распределим необходимые компетенции по уровням развития аналитических навыков (табл. 2).

Таблица 2

Распределение аналитических навыков, необходимых руководителю строительной организации в соответствии с требованиями профессионального стандарта, по уровням

<i>Начальный</i>	<i>Базовый</i>	<i>Продвинутый</i>
Анализ показателей производственной деятельности, выполнения текущих производственных планов и финансово-хозяйственной деятельности строительной организации	Анализ методов и средств организации производственной и финансово-хозяйственной деятельности строительной организации	Анализ тенденций развития организации и технологий строительного производства, а также рынка заимствования кредитных ресурсов
Анализ финансовой части документации строительной организации для участия в торгах по размещению заказов на выполнение строительных работ, а также коммерческих предложений, договоров подряда и поставки	Анализ организационно-технологических решений производственной деятельности и требований к материально-техническим и трудовым ресурсам строительной организации	Анализ состояния и тенденций развития рынка строительных услуг, а также конкурентной позиции на нем строительной организации

Окончание табл. 2

Анализ показателей производственной и финансово-хозяйственной деятельности строительной организации	Анализ проектов производства строительных работ, перспективных и текущих финансовых планов, прогнозных балансов и бюджетов, планов ресурсного обеспечения и повышения эффективности производственной деятельности строительной организации	Оценка предпринимательских и производственных рисков строительной организации
Оценка эффективности использования ресурсов, производственной и финансово-хозяйственной деятельности строительной организации	Оценка предложений по функциональной, организационной и профессионально-квалификационной структуре строительной организации	
Анализ показателей эффективности деятельности строительной организации и способствующих ее повышению перспективных научных, организационных и технологических разработок		

Очевидно, что простую диагностику современного состояния компании через призму основных производственных и финансово-экономических показателей и выработку решений, связанных с устранением выявленных проблем, прежде всего на тактическом уровне, могут осуществлять руководители, обладающие аналитическими навыками начального и базового уровней, что часто позволяет компаниям зафиксировать достигнутый уровень на достаточно продолжительный период времени. Однако для принятия решений, направленных на преобразование компании не в качестве меры адаптации к меняющимся условиям среды, а как стратегического приоритета ее перспективного развития, этого явно недостаточно. Именно поэтому руководители высшего уровня должны обладать аналитической компетенцией продвинутого уровня, чтобы не только самим иметь способность выявлять устойчивые рыночные тренды и выбирать инструменты, способствующие в полной мере их использованию, но и уметь донести свое видение до всех заинтересованных сторон — от простых исполнителей до собственников компании.

Заключение

В контексте развития процессов цифровизации и все большей роли, которую играют в деятельности компаний большие данные и

результаты их интеллектуального анализа, очевидно, что чем выше аналитический уровень руководителя, тем больше результаты его работы становятся зависимы от используемых цифровых инструментов. Если на начальном уровне достаточно простых табличных и графических инструментов, позволяющих выявить направление, в котором происходит развитие деятельности компании, что можно легко отследить по динамике ключевых показателей, то на продвинутом уровне, используя алгоритмы искусственного интеллекта, можно получить более точные прогнозы и надежные модели, позволяющие принимать более эффективные решения. Но для этого аналитические компетенции руководителя должны выйти на более высокий качественный уровень, требующий перехода от реактивного анализа к проактивному.

Литература

1. Гладина Т. Д. Компетентность современного менеджера: сущность, модели, мотивация: монография. Нижний Новгород: НГТУ им. Р. Е. Алексеева, 2009. 138 с.
2. Рубаева О. Д., Зубарева И. А., Пахомова Н. А. Модель исследования подготовки управленческих кадров в цифровой экономике // Экономика образования. 2019. № 6(115). С. 72-83.
3. Кудрявцева Е. И. Компетенции и менеджмент: компетенции в менеджменте, компетенции менеджеров, менеджмент компетенций: монография. СПб.: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2012. 340 с.
4. Поротькин Е. С. Инновационная экономика и цифровизация бизнеса: учеб. пособие. Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2021. 138 с.
5. Менеджмент: учеб. пособие / Под ред. О. С. Чечиной. Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2023. 267 с.
6. Файоль А. Общее и промышленное управление / Пер. Б. В. Бабина-Кореня с предисл. А. К. Гастева. М., 1923.
7. Чупина И. П., Симачкова Н. Н., Зарубина Е. В, Фатеева Н. Б., Петрова Л. Н. Цифровизация технологии мотивации в HR-деятельности // Московский экономический журнал. 2021. № 2. С. 572-583.
8. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 ноября 2020 г. № 803н «Об утверждении профессионального стандарта «Руководитель строительной организации» // СПС «КонсультантПлюс». URL: <https://www.consultant.ru/>.

*Статья поступила в редакцию 05.06.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

УДК 316

© Т. П. КАРПОВА¹, Н. В. МУРАТОВ², 2023

^{1, 2} Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

E-mail ^{1,2}: karpova-karpova-5656@mail.ru

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Статья посвящена обоснованию необходимости управления знаниями, так как получение знаний сотрудниками имеет прямую взаимосвязь с повышением конкурентоспособности персонала на рынке труда. Обосновывается, что управление знаниями в контексте конкретной организации определяется выбором одной из двух наиболее широко распространенных стратегий: персонализации или кодификации.

Ключевые слова: персонал, организация, стратегия, управление знаниями, навыки, умения, рынок труда, человеческий капитал.

Введение

На современных предприятиях важным аспектом формирования системы управления человеческим капиталом является процесс управления знаниями. Концепция управления знаниями оправдывается превращением их в капитал. Речь в данном случае идет о капитале, рассматриваемом с экономической точки зрения. Актуальность получения знаний сотрудниками имеет прямую взаимосвязь с повышением конкурентоспособности персонала на рынке труда: обусловленное переходом к «четвертой промышленной революции» информационное общество вынуждает сотрудника постоянно улучшать свои навыки как в профессиональной, так и в различных смежных сферах его деятельности. На сегодняшний день каждому работнику необходимо повышать уровень своих знаний, так как от этого зависит не только его востребованность на рынке труда, но и величина заработной платы (современным организациям присуща универсализация персонала, ведущая к совмещению нескольких должностей одним сотрудником). Кроме этого, знания работника можно рассматривать как один из основных составляющих элементов человеческого капитала. Подобная точка зрения позволяет компаниям проявлять заинтересованность в развитии сотрудника, ин-

вести в него с целью дальнейшего повышения его работоспособности, а также принесения предприятию денежных средств.

Саму по себе концепцию управления знаниями рассматривают как направление, подразумевающее формирование определенной системы в процессе организации деятельности, в результате которой сотрудник будет получать новые навыки, умения, компетенции, обновлять уже имеющиеся знания. Результатом является их применение в организации деятельности предприятия, приводящее к повышению эффективности работы сотрудника и повышению производительности труда на предприятии [3].

Цель настоящей работы — исследовать основные виды подходов к систематизации процесса управления знаниями как важной составляющей в формировании системы управления человеческим капиталом.

Объект исследования — стратегия управления знаниями как элемент управления человеческим капиталом, предмет исследования — систематизация процесса получения новых навыков и управления знаниями.

Результаты исследования

Управление знаниями в контексте конкретной организации определяется выбором одной из двух наиболее широко распространенных стратегий: кодификации или персонализации. Выбор стратегии зависит от условий работы самой организации, а также от других стратегий компании, в том числе — конкурентной.

Знания, получаемые в процессе осуществления стратегий, могут быть рассмотрены как результат следующих взаимодействий.

Первый способ взаимодействия при передаче знаний — это анализ формализованных знаний (текстовых данных, бумажных документов, таблиц, отчетов и графиков). Результаты такого взаимодействия могут быть легко распространены, переданы и оформлены.

Вторым способом взаимодействия при передаче знаний является неформализованное знание (полученное от живых людей, переданное устно, созданное на основе опыта организации или личного жизненного). Такое знание рекомендуется в кратчайшие сроки преобразовывать в формализованный вид, иначе оно может быть утеряно.

Следующие два типа знаний условно можно подразделить на материальные и духовные, а именно — на явные и неявные. Явные включают в себя материальные компоненты полученных знаний, готовых к передаче (патенты, статьи, ПО). Неявные представляют

собой результат опыта сотрудников — как индивидуального, так и коллективного, в том числе требования корпоративной культуры и проявления установленных в коллективе норм. Условно можно подразделить данные стратегии по предпочитаемому выбору типа знаний:

— стратегия кодификации предпочитает использовать формализованные и явные;

— стратегии персонализации — неявные и неформализованные.

Рассмотрим подробнее основные виды подходов к систематизации процесса управления знаниями.

Стратегия кодификации.

Стратегия кодификации представляет собой передачу информации в сформулированно-кодифицированном виде, иногда документальном. В результате передачи знаний данная стратегия превращает в более очевидные и понятные формы знания, которые до этого были неявными или локальными, преобразуя их в более подходящие для дальнейшего распространения. Огромное значение здесь имеют базы данных с уже накопленным массивом информации, но ранее не проанализированным. Реализация такого анализа может осуществляться с использованием автоматизированных информационных технологий, из-за чего данную стратегию иногда называют «информационной» или «технической/технологической». Описываемая стратегия управления знаниями предполагает значительные вложения в информационную сферу, требующие не одного сотрудника, который будет заниматься деятельностью, посвященной конкретно кодификации знаний. Например, консалтинговая компания «Ernst & Young» осуществляет кодификацию с помощью специально сформированного для выполнения данных задач бизнес-центра знаний, который включает в себя работу 250 человек. Кроме этого, в каждом из сорока отраслевых направлений наличествуют сотрудники, занимающиеся записью в базу данных конкретных процессов, присущих их сфере деятельности [4].

Реализация стратегии кодификации как системы управления знаниями проходит в несколько этапов. Первым этапом является накопление и набор знаний, которые подлежат кодификации. Следующим (вторым) этапом является кодифицирование накопленных знаний, которые будут передаваться дальнейшим сотрудникам. Для повышения эффективности данного процесса рационально создать специальные центры, в которых качественно будут происходить процессы кодификации. Третьим этапом является непосредственно передача и распространение знаний среди сотрудников.

Стратегия персонализации.

Если вести речь о компаниях, выбравших стратегию персонализации, можно выделить следующие аспекты. Данная стратегия актуальна для компаний, реализующих свою деятельность в уникальных масштабах, возможно, даже подразумевающих интеллектуальную деятельность. Основным вектором здесь является передача знаний сотрудников другим сотрудникам, повышение квалификации за счет непосредственного общения с профессионалами и специалистами. Данную стратегию также называют «персонифицированной» или «интуитивистской». В ней не ставится цель записать или сохранить знания, этому предпочитается развитие сотрудников через взаимодействие между людьми. Как пример человека, организующего деятельность по передаче знаний, можно выделить представителей компании «Andersen Consulting», в которой работа одного консультанта стоит около 700 долл. в день. Говоря о компаниях, использующих данную стратегию, можно выделить Американский центр лечения онкологических заболеваний «Memorial Sloan-Kettering Cancer Center» [4].

Согласимся с мнением А. А. Кольцовой о том, что выбор одной из вышеописанных стратегий является основной проблемой в области управления знаниями (из-за возможного банкротства предприятия, сделавшего неверный выбор стратегии или попытку совместить стратегии) [3]. Следовательно, человеческий капитал в форме интеллектуального капитала играет важную роль в жизненном цикле предприятия.

Одним из методов наращивания интеллектуального капитала, независимо от выбранной предприятием стратегии, является индивидуальный план развития сотрудника.

Индивидуальный план развития сотрудника [2] включает в себя типичные позиции (этапы) (их количество может быть изменено в зависимости от формата организации), соблюдение которых гарантирует наиболее качественное усвоение навыков сотрудником.

Первый этап — это определение целей развития компетенций (определяются цели как для сотрудника, так и для предприятия), например, повышение производительности труда сотрудника.

Вторым этапом является четкое указание сроков реализации получения сотрудником навыков.

Третий этап — прописываются действия, которые необходимо осуществить для развития сотрудника (качественного выполнения плана и достижения цели).

Четвертый этап представляет собой наставничество и поддержку (утверждается сотрудник, который будет помогать, поддерживать работника в процессе повышения квалификации (приобретения компетенции)).

Далее следует контроль за прогрессом сотрудника: насколько он продвинулся, насколько актуальны его знания, получает ли он все навыки, которые было необходимо получить. Следует отметить, что данный план используется не только в контексте концепций управления знаниями сотрудника на предприятии, но и в любых иных случаях, вызывающих необходимость развития компетенций сотрудника, так или иначе подразумевающих под собой вложения в человеческий капитал.

Чрезмерно усердное вложение в развитие сотрудника может быть чревато некоторыми последствиями, основным из которых можно выделить уход сотрудника из организации, так как сотрудник может попросту понять, что с его запасом знаний есть более привлекательные и выгодные предложения на рынке труда.

Избежать такого события можно предоставлением качественных условий работы и созданием конкурентных преимуществ у организации, причем такие преимущества должны быть направлены не только на развитие материальной поощрительной системы и совершенствование его личных условий труда. Значительная роль здесь отводится психологическим причинам касательно взаимодействия с коллективом. Так, согласно последним опросам, все больше людей (предпочтительно представителей молодежи) предпочитают психологически спокойные условия труда, чем высокооплачиваемые [1].

В связи с этим важным аспектом является необходимость поддержки благоприятного эмоционального климата в коллективе, коррелирующего с условиями заработной платы, которая должна быть не ниже (а лучше — и чуть выше) средней на рынке среди вакансий с такими же компетенциями, как и у сотрудника. Несомненно, концепция вложений в человеческий капитал подразумевает под собой индивидуальный подход к каждому сотруднику, и основным в этом подходе является желание самого сотрудника приносить пользу и прибыль конкретной организации.

Заключение

Таким образом, можно заключить следующее.

Необходимость систематизации процесса получения новых навыков и управления знаниями вызвана постоянно меняющимися

условиями, в которых функционирует современный бизнес, приобретающая все большую неустойчивость и неспособность предсказать дальнейшие этапы жизненного цикла предприятия. Данную проблему решить в корне представляется практически невозможным, однако можно попытаться удержать организацию «на плаву» за счет интеллектуального капитала, представляемого человеческим капиталом сотрудников. Человеческий капитал в данном случае следует рассматривать как результат инвестиций и вложений в сотрудника, конкретный запас его знаний, полученных навыков, физических ресурсов, влияющих на повышение эффективности труда.

Литература

1. Названы главные факторы при выборе работы для сотрудников разных возрастов // Сбербизнес. 28 апреля 2023. URL: <https://sberbusiness.live/>.
2. Как составить индивидуальный план развития сотрудника? // Официальный сайт Консалтинговой группы Донских. URL: <https://donskih.ru/>.
3. Кольцова А. А. Стратегии управления знаниями на предприятиях // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2008. № 56. С. 104-111.
4. Стратегии управления знаниями // Менеджмент качества выполнения работ, услуг и сервиса. URL: https://bstudy.net/674317/ekonomika/strategii_upravleniya_znaniyami.

*Статья поступила в редакцию 11.09.23г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук М. М. Васильевым*

УДК 316:35.088.6

© Р. Б. ТОВЧЕНКО¹, И. В. САМИЛКИНА², П. В. ЧУМАК³, 2023

^{1,2,3} Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

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

E-mail ²: i.samilkina@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕПОДГОТОВКИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ: СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Статья посвящена изучению особенностей переподготовки муниципальных служащих и анализу проблем, связанных с ее реализацией в ходе прохождения муниципальной службы. В результате исследования авторы приходят к выводу о том, что существующая система подготовки и повышения профессионального уровня муниципальных служащих, в том числе при выдвижении на руководящую должность, не в полном объеме удовлетворяет потребностям стабильного и устойчивого развития системы местного самоуправления в Российской Федерации.

Ключевые слова: местное самоуправление, муниципальная служба, муниципальный служащий, образовательная подготовка, профессиональная переподготовка.

Органы муниципальной власти занимают важнейшее место в отечественной системе управления. На конституционном уровне прямо обозначена самостоятельность органов местного самоуправления в пределах своих полномочий и их автономность как не входящих в систему органов государственной власти (ст. 12 Конституции Российской Федерации) [3].

Вместе с тем фактически местное самоуправление в современных условиях достаточно жестко встроено в «вертикаль» власти хотя бы потому, что муниципальные органы прямо упомянуты в законодательстве как составная часть «единой системы публичной власти» в России [2, с. 158]. Значение же и специфика местного самоуправления заключаются в том, что на данном уровне власти обеспечивается решение пусть и не столь существенных с общегосударственной или даже региональной точек зрения, но крайне насущных проблем населения города или района, и чем эффективнее будут такие проблемы решаться, тем комфортнее и качественнее будет жизнь рядового гражданина.

Анализ перечня вопросов местного значения, отнесенных к компетенции муниципальных органов власти законодательством [10], показывает, что органы местного самоуправления призваны решать именно «локальные», но вместе с тем прямо влияющие на благополучие населения муниципалитета вопросы.

Очевидно, что для решения таких вопросов муниципальные органы власти должны обладать достаточными ресурсами. И в политико-правовой научной среде распространено совершенно справедливое и обоснованное мнение о том, что в современных условиях ресурсы органов местной власти являются ограниченными, что ставит муниципальную власть практически в прямую зависимость от государственной власти регионального и федерального уровней [8, с. 190].

Вместе с тем критика недостаточности муниципальных ресурсов практически всегда соотносится с финансовыми вопросами — в силу особенностей бюджетной и налоговой политики в России. Формирование муниципальных бюджетов существенно зависит от субсидий и иных поступлений из региональных и федерального бюджетов. Такая ситуация приводит к тому, что без финансовой «подпитки» из государственных бюджетов органы местного самоуправления крайне ограничены в ресурсах, что существенно снижает их способность эффективно решать вопросы местного значения [1, с. 25].

При этом дискуссии об ограниченности муниципальных ресурсов крайне редко выходят за пределы финансовых вопросов, хотя очевидно, что для стабильного и устойчивого развития муниципалитета, для обеспечения грамотного управления со стороны муниципальных органов власти требуются не только финансовые, но и кадровые ресурсы, иными словами, для реализации задач, стоящих перед органами муниципальной власти, требуются грамотные и профессиональные исполнители, т.е. муниципальные служащие [4, с. 47].

Орган муниципальной власти является абстрактным юридическим лицом, вся деятельность которого реализуется посредством ежедневной, текущей работы каждого отдельно взятого муниципального служащего, и какие бы финансовые ресурсы ни были предоставлены муниципалитету, без высокопрофессионального штата служащих муниципальный орган не сможет решить стоящие перед ним задачи. Соответственно, для обеспечения эффективной деятельности системы местного самоуправления в современной России следует решать вопросы обеспечения органов муниципальной власти грамотными специалистами.

Цель исследования — изучить особенности переподготовки кадров для муниципальной службы и выявить проблемы, которые возникают в процессе ее реализации.

Объект исследования — переподготовка кадров для муниципальной службы, *предмет исследования* — особенности и проблемы ее реализации.

Рассматривая особенности переподготовки кадров для муниципальной службы, необходимо отметить, что крайне важную роль на начальном этапе — этапе подготовки кадров — сыграло развитие науки государственного и муниципального управления и появление в образовательных учреждениях соответствующей специальности — «Государственное и муниципальное управление» (ГМУ). Становление последней произошло на рубеже XX и XXI вв., когда в 1995 г. был принят первый федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) высшего профессионального образования по данной специальности, в 2000 г. — второй, в 2003 г. — ФГОС среднего профессионального образования. Тем самым в настоящее время органы местного самоуправления имеют возможность комплектоваться за счет выпускников высших и средних профессиональных учебных заведений по соответствующему профилю.

В таблице 1 приведен анализ образовательного уровня муниципальных служащих органов местного самоуправления г. Самары за последние десять лет.

Таблица 1

Структура штата муниципальных служащих органов местного самоуправления г.о. Самара по уровню образования, 2013-2023 гг., в % [6]

<i>Год</i>	<i>Высшее образование по профилю «ГМУ»</i>	<i>Высшее образование по иному профилю</i>	<i>Среднее профессиональное образование по профилю «ГМУ»</i>	<i>Среднее профессиональное образование по иному профилю</i>
2013	30	54	8	8
2015	28	53	10	9
2017	26	55	11	8
2019	29	54	7	10
2021	32	50	7	11
2023	30	53	5	12

Из данных, представленных в таблице 1, можно увидеть, что динамика является достаточно устойчивой — в среднем около 80-

85 сотрудников муниципальных органов власти имеют высшее образование, при этом непосредственно по профилю государственного и муниципального образования – менее одной трети от всей численности муниципальных служащих и чуть более четверти от числа сотрудников с высшим образованием.

Интересно, что практически аналогичная картина наблюдается и в отношении органов государственной власти, что продемонстрировано в таблице 2.

Таблица 2

Структура штата государственных служащих органов государственной власти Самарской области по уровню образования, 2012-2023 гг., в % [6]

<i>Год</i>	<i>Высшее образование по профилю «ГМУ»</i>	<i>Высшее образование по иному профилю</i>	<i>Среднее профессиональное образование по профилю «ГМУ»</i>	<i>Среднее профессиональное образование по иному профилю</i>
2013	40	56	2	2
2015	41	54	3	2
2017	39	55	4	2
2019	42	51	4	3
2021	38	54	5	3
2023	41	53	4	2

Здесь, по сути, прослеживаются определенные различия, которые в первую очередь обусловлены более значительным удельным весом служащих с высшим образованием, однако соотношение лиц, обучавшихся по профилю «ГМУ», с лицами, получившими образование по иным направлениям, является таким же. Иными словами, более половины государственных и муниципальных служащих имеют высшее образование по другим направлениям: это юристы, экономисты, менеджеры и т.д., непосредственно же обучавшихся фактически на муниципального служащего значительно меньше.

Само по себе данное обстоятельство не следует рассматривать как нечто негативное, например, в любом случае очевидно, что гражданин, обучавшийся по специальности «Юриспруденция», намного более подходит для должности сотрудника юридического отдела городской или районной администрации, чем гражданин, обучавшийся по специальности «Государственное и муниципальное управление», поскольку в первом случае право изучается максимально объемно, в ходе же обучения по специальности «ГМУ» столь глубо-

кое изучение законодательства, как это имеет место на юридических факультетах, не предусмотрено. Вместе с тем и юристы при получении профессионального образования лишь вскользь постигают специфику правоотношений на муниципальном уровне, глубоких знаний в данном направлении не получая.

Безусловно, «призыв» максимально комплектовать муниципальные администрации выпускниками по специальности «ГМУ» был бы некорректен, каждый местный орган власти, осуществляющий исполнительно-распорядительную деятельность, должен иметь в своем штате достаточное количество разносторонних специалистов. Очевидно, что, например, сплошные «гуманитарии» в управлении или отделе жилищно-коммунального хозяйства недопустимы.

При этом существует явная проблема, связанная с отсутствием у специалистов «иных» профилей должного понимания специфики муниципальной службы. Нередко на муниципальную службу поступают граждане, имеющие длительный опыт работы в разных структурах, например, в органах внутренних дел, «силовых» ведомствах, в частной сфере и др. [5, с. 207].

Условно говоря, распространено мнение, что юрист, работавший ранее следователем в органах внутренних дел, юрисконсультom в частной коммерческой организации, в любой иной системе (структуре), без всякой дополнительной подготовки сможет эффективно осуществлять правовую работу в органах местного самоуправления. Это, безусловно, не так, поскольку деятельность юридических отделов муниципальных органов власти характеризуется определенной спецификой (например, юридическое сопровождение муниципальных закупок, заключения и исполнения муниципальных контрактов и др.), которая требует дополнительного изучения любым муниципальным служащим, поступающим на службу после окончания образовательного заведения по иному профилю или же приходящим из иной системы или структуры.

Однако, как показывает анализ практики повышения квалификации муниципальных служащих на примере органов местного самоуправления г.о. Самара, направление граждан, поступивших на муниципальную службу, на курсы повышения квалификации (переподготовку) сразу не осуществляется, в основном муниципальные служащие направляются на повышение профессионального уровня после трех-четырех лет прохождения службы.

С одной стороны, такой подход логичен тем, что гражданин, поступивший на муниципальную службу после окончания учебного заведения, имеет должную теоретическую подготовку, практические

же навыки в любом случае обретаются не на курсах, а в ходе ежедневной текущей рабочей деятельности. Или же гражданин, имеющий высшее юридическое образование, ранее длительное время работавший юрисконсультантом в «частной» организации и поступивший далее на муниципальную службу в юридический отдел местной администрации, также априори считается имеющим необходимые теоретические познания и определенные навыки в правовой сфере.

Но в указанных ситуациях у такого муниципального служащего отсутствует понимание специфики правовой работы именно в органах местного самоуправления, что обуславливает необходимость прохождения им курсов повышения квалификации (переподготовки) непосредственно после поступления на муниципальную службу, а не спустя, например, три или четыре года. Такая переподготовка не должна быть чрезмерно объемной, поскольку основы профессии гражданину все же известны, здесь переподготовку необходимо выстраивать исключительно на специфике деятельности органов местного самоуправления.

Говоря о системе повышения квалификации и переподготовки муниципальных служащих следует отметить, что современные коммуникационные технологии предоставляют широкие возможности для реализации различных профессиональных программ удаленно, посредством взаимодействия муниципального служащего и образовательного учреждения в цифровой среде, соответственно, значительное число организационных проблем, с которыми при повышении квалификации или переподготовке специалистов органы власти сталкивались еще 15-20 лет назад, уже не актуальны, соответственно, сложности в организации подготовки и прохождения различных курсов не могут служить оправданием для руководителей муниципальных органов власти, допускающих просчеты в исследуемом направлении.

К тому же, повышение муниципальными служащими квалификации или их переподготовка не должны носить формального характера, содержание соответствующих образовательных программ должно отвечать основным проблемам, с которыми сталкиваются органы местного самоуправления, при этом с учетом крайне высокой степени дифференцированности российских регионов и, соответственно, муниципалитетов по социально-экономическим, культурным и иным факторам [7, с. 78].

Условно говоря, в моноэтническом муниципальном образовании проблемы межнациональных отношений могут стоять не так остро, как в городе или районе, где компактно проживают предста-

вители множества национальностей. Соответственно, муниципальному служащему из такого города или района крайне необходимо изучать последние научные наработки в сфере обеспечения межэтнического согласия — как выявлять и решать проблемы взаимоотношения этносов, как организовывать и проводить «круглые столы» и иные мероприятия, направленные на решение указанных проблем, в то время как для муниципального служащего из города или района, где острых межэтнических противоречий не имеется, такая подготовка не столь актуальна, «его» город или район испытывает иные проблемы.

Получается, что программы повышения квалификации и переподготовки муниципальных служащих необходимо выстраивать исходя из конкретных проблем, с которыми сталкиваются те или иные муниципалитеты, «единая» образовательная программа здесь нецелесообразна. Следует также признать, что проблемы обеспечения эффективной управленческой деятельности в органах местного самоуправления возникают даже в отношении «профильных» специалистов. Здесь следует обратить внимание на то, что, например, для назначения на должность руководителя структурного подразделения местной администрации, осуществляющего управление дошкольным или школьным образованием, иной сферой, отнесенной к местным вопросам, законодательством [9] не требуется наличие у муниципального служащего опыта управления низовой единицей системы, которой он будет управлять после назначения на должность. И для того, чтобы муниципальный служащий был поставлен руководить в городе или районе дошкольным образованием, вовсе не обязательно, чтобы он имел опыт работы в дошкольном образовательном учреждении (детском саду), точно так же, как руководитель управления или отдела школьного образования не обязательно должен иметь опыт работы в школе.

С одной стороны, отсутствие такого прямого требования имеет под собой определенную логику, хотя бы потому, что в противном случае могут возникнуть проблемы с комплектованием руководящего состава органов местного самоуправления, особенно в небольших городах или районах, где может попросту не оказаться муниципального служащего, имеющего соответствующий опыт, а руководители дошкольных образовательных учреждений и школ могут не пожелать занимать руководящие должности в отделах дошкольного или школьного образования. В то же время отсутствие опыта работы в низовом звене может привести к тому, что руководитель отдела, например школьного образования, будет крайне да-

лек от насущных, практических проблем образовательных учреждений, соответственно, не сможет эффективно решать такие проблемы. Здесь выходом из ситуации была бы кратковременная стажировка руководителя на временной административной должности в школе или дошкольном учебном заведении.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время необходимо совершенствовать сложившуюся в муниципалитетах систему по переподготовке кадров.

Литература

1. Валиева Д. З. Муниципальная служба в Российской Федерации: правовое регулирование, проблемы // Закон и право. 2022. № 6. С. 23-28.

2. Колесников А. В. Местное самоуправление как элемент единой системы публичной власти // Образование и право. 2020. № 2. С. 156-161.

3. Конституция Российской Федерации, принята 12 декабря 1993 года (в ред. 05.10.2022 г.) // Российская газета. 2022. № 201.

4. Марченко И. П. Профессиональная подготовка муниципальных служащих: проблемы и пути решения // Вопросы государственного и муниципального управления. 2015. № 5. С. 46-52.

5. Мустафина Л. И. Совершенствование профессиональной подготовки государственных и муниципальных служащих // Вестник евразийской науки. 2017. № 11. С. 204-209.

6. Портал органов местного самоуправления г. Самары. URL: <https://www.samadm.ru/>.

7. Рахманов О. С. Местное самоуправление в Российской Федерации: развитие коммуникации // Коммуникология: электронный научный журнал. 2019. № 3. С. 76-82.

8. Уляшкина И. Е. Конституционно-правовые основы функционирования органов местного самоуправления в России // Таврический научный обозреватель. 2017. № 4. С. 189-194.

9. Федеральный закон Российской Федерации от 02.03.2007 г. № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» // Российская газета. 2007. № 47.

10. Федеральный закон Российской Федерации от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Российская газета. 2003. № 202.

*Статья поступила в редакцию 30.07.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© С. И. НЕСТЕРОВА, 2023

Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

Email: nesvig@mail.ru

ШЕРИНГОВАЯ ЭКОНОМИКА КАК НОВЫЙ ТРЕНД В ПОВЕДЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья посвящена исследованию шеринговой экономики как нового тренда в поведении потребителей и современной бизнес-модели. Приведена статистика по развитию шеринг-сервисов. Представлены плюсы и минусы экономики совместного потребления, а также факторы, затрудняющие ее регулирование.

Ключевые слова: шеринг, совместное потребление, рациональное потребление, сервис, аренда, цифровая платформа.

За последние несколько лет экономика совместного потребления, или шеринг-экономика (от английского share — «делить, разделять»), переживает настоящий бум. Многие люди, особенно молодые, не видят смысла во владении вещью, если можно взять ее на время. Экономическая и финансовая нестабильность, снижение реальных доходов населения также способствуют отказу от частной собственности в пользу коллективной. Самые распространенные формы шеринга — каршеринг, фудшеринг, стриминговые сервисы, краткосрочная аренда жилья, библиотеки, коворкинги.

Шеринг-экономика способствует решению важных социально-экономических проблем, таких как голод, перепроизводство, глобальное изменение климата, истощаемость ресурсов, исчезновение отдельных видов животных, чрезмерная нагрузка на окружающую среду, увеличение количества мусора, загрузка инфраструктуры (особенно транспортной), упрощает доступ к ряду товаров и услуг, способствует росту осознанности в потреблении и т.д.

Тренд на более разумное расходование ресурсов стал следствием прихода в экономику представителей поколения «Z» (людей, родившихся в 1995-2010 гг.), для которых, по определению экспертов консалтинговой компании McKinsey, «потреблять — значит иметь доступ к чему-то, но необязательно владеть» [1]. Временное пользование, а не приобретение в собственность, покупка вещей на вто-

ричном рынке, продажа ненужного, а не его утилизация стали новыми потребительскими привычками. Однако не нужно думать, что совместное потребление характерно только молодежи. Такая модель поведения становится актуальной и для представителей старшей возрастной группы. Среди основных трендов экономики совместного потребления в России в 2019 г. РАЭК и ТИАР-Центр отметили взросление аудитории — развитие пользовательских сообществ в возрастной группе «40+», а также расширение географии — рост пользования шеринг-сервисами в регионах, в том числе за пределами региональных столиц [9].

Цель настоящего исследования — рассмотреть особенности шеринговой экономики как нового тренда в потребительском поведении и современной бизнес-модели.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть особенности современной модели шеринговой экономики;
- изучить сложности в регулировании шеринг-экономики;
- выявить преимущества и недостатки экономики совместного потребления.

Объектом исследования выступает механизм функционирования шеринг-экономики, *предметом исследования* — особенности совместного потребления на современном этапе развития общества.

В настоящее время наблюдается существенное изменение в потребительских паттернах. Так, еще пару десятилетий назад считалось, что для того, чтобы что-то потреблять, важно владеть этим предметом. Однако сейчас многое поменялось. Активное использование Интернета и развитие ИТ-технологий упростили и ускорили транзакции, сократили потребности в посредниках. Это привело к быстрому росту различных онлайн-платформ и формированию прямых связей между заказчиком и исполнителем, производителем и потребителем и послужило толчком к развитию шеринг-экономики.

Безусловно, принципы экономики совместного потребления появились не в XXI веке. Достаточно вспомнить советские совместные просмотры фильмов жителями нескольких квартир по единственному на весь подъезд телевизору, передачу знакомым одежды, из которой выросли собственные дети, сдачу жителями курортных городов своих квартир и домов в высокий сезон и т.п. Да и в целом договор аренды относится к числу классических договоров, известных со времен римского права. Однако сегодня шеринговая эконо-

мика отличается от того, что было раньше.

С точки зрения директора Центра научно-технологического прогнозирования Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ А. Чулока, современная экономика совместного потребления отличается следующими двумя аспектами.

1. Раньше предмет потреблялся несколькими индивидуумами, поскольку актив было тяжело приобрести (из-за дефицита, нехватки денег и т.п.). Сейчас же пользователи зачастую просто не желают приобретать вещь, которая им нужна лишь непродолжительное время, покупки становятся более осознанными, а потребители стараются быть более экологически и этически «дружелюбными».

2. Благодаря развитию ИТ-технологий брать что-то на время стало проще, выбор товаров и услуг стал шире [11]. По сути, шеринг приобрел форму автоматизированной (онлайн) аренды.

Официально перспективы развития городов в шеринговой экономике увидели в 2010 г. после публикации книги Рэйчел Ботсман и Ру Роджерс «What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption», где авторы объясняли преимущества временного пользования в сравнении с покупкой вещей [2]. Одновременно с выходом книги Рэйчел Ботсман на конференции в США презентовала новую экономическую модель, создающую принципиально другие финансовые и общественные отношения между людьми [7, 10]. В 2011 г. журнал Time назвал шеринг одной из десяти идей, которые изменят мир [4].

Основной посыл шеринга состоит в том, что не нужно что-то покупать и становиться собственником, можно взять во временное пользование необходимую сейчас вещь у другого человека. Все взаимодействие выстраивается на применении онлайн-сервисов, причем «шерить» можно не только материальные объекты, но и услуги.

Экономика совместного пользования является одним из самых стремительно развивающихся трендов в истории, охватившим целые отрасли и страны, способствующим созданию многомиллионного бизнеса. Если до 2010 г. существовало только несколько шеринг-сервисов (Airbnb (создан в 2008 г.), Uber, BlaBlaCar, Zipcar и Couchsurfing (2009 г.), то к 2020 г. число подобных платформ выросло до нескольких тысяч [9]. На развивающихся рынках экономика совместного потребления оказалась наиболее востребованной.

Объем мирового рынка шеринговой экономики в 2022 г. составил 145,2 млрд долл. США. Планируется, что за 2023-2030 гг. объемы экономики совместного потребления увеличатся на 32,6% [13].

Россия не отстает от общемировых тенденций. Так, за 2020 г. объем транзакций шеринговых площадок составил 1,07 трлн руб., увеличившись на 39% по отношению к 2019 г. (рис. 1). Структура транзакций по секторам представлена на рисунке 2. Темпы роста в сравнении с 2019 г. снизились, на что повлияла пандемия COVID-19, однако в сравнении с традиционными бизнесами шеринг продемонстрировал очень хорошую динамику. Основной рост (в абсолютных цифрах) пришелся на С2С-коммерцию (+48%) и онлайн биржи труда (+31%).

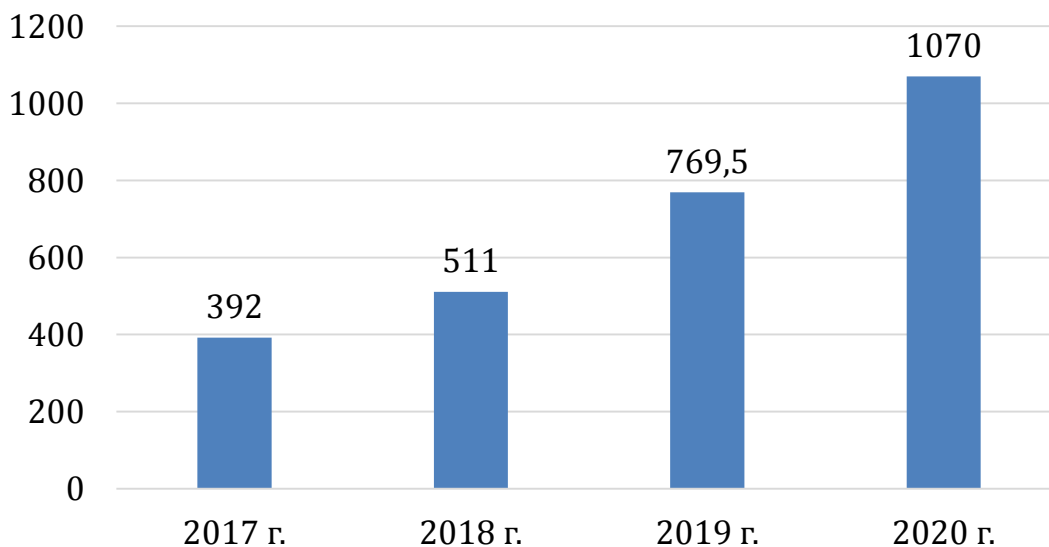


Рис. 1. Динамика объема транзакций в экономике совместного потребления в России, млрд руб.

Примечание. Построено автором по [14].

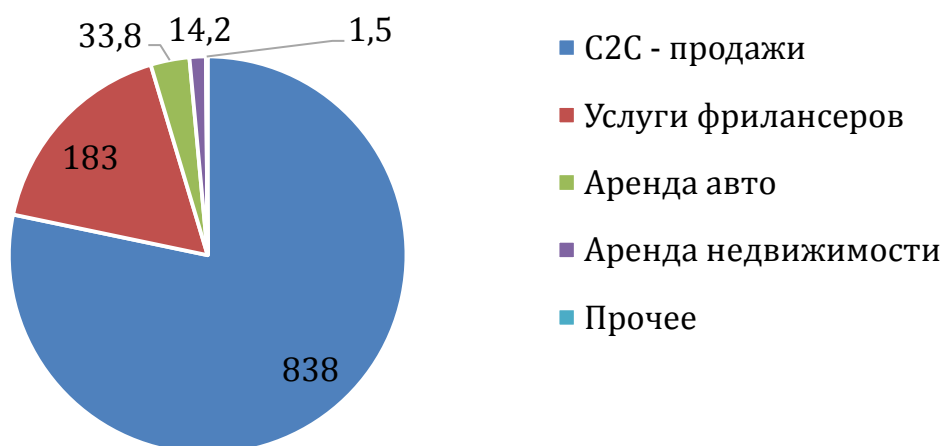


Рис. 2. Объем транзакций в разных секторах экономики совместного потребления в России в 2020 году, млрд руб. [16]

Как и любая бизнес-модель, социально-экономическое явление, шеринг-экономика имеет свои плюсы и минусы [6, 12].

К основным преимуществам экономики совместного потребления можно отнести следующие.

1. Экономические выгоды. Если какая-то вещь нужна редко, то экономически целесообразнее взять ее на время, а не покупать и затем тратить ресурсы на поддержание ее потребительских характеристик. Для собственника актива временная передача материального объекта в пользование другому лицу принесет пассивный доход. Некоторым людям удастся монетизировать свое хобби или навыки, не востребованные в работе по найму и в повседневной жизни, что, помимо денежной выгоды, позволяет не утрачивать квалификацию.

2. Рациональное потребление. Уменьшение покупаемых товаров ведет к сокращению мусора на свалках и загрязнения окружающей среды, влечет за собой «расхламление» жилого и рабочего пространства, сокращает время на поиск нужной вещи.

3. Социальные выгоды. Шеринг-экономика способствует созданию сообществ людей, имеющих схожие увлечения и интересы, делая жизнь участников более насыщенной. Некоторые сервисы, обладая авторитетом и используя общие ресурсы своего сообщества, позволяют решать важные социально-экономические проблемы. Например, сервис Airbnb координировал предоставление бесплатного жилья для пострадавших от стихийных бедствий.

4. Увеличение мобильности. Активы, находящиеся в собственности, способствуют оседлости. Например, покупка жилья существенно привязывает собственника к определенной локации, а также накладывает ограничения на выбор места работы, учебы и т.п. Если человеку не понравятся соседи, возникнут определенные жизненные обстоятельства, в случае временного пользования можно оперативно подобрать другой вариант жилья. Если квартира находится в собственности, переезд будет более долгим и сложным.

5. Расширение границ опыта и восприятия. Шеринговое потребление дает возможность попробовать что-то новое, редкое и очень дорогое, не сильно тратясь при этом. Например, можно взять напрокат несколько разных автомобилей, чтобы понять, какой больше понравится или насладиться поездкой в недоступном для покупки люксовом автомобиле.

Основными недостатками шеринговой экономики можно считать следующие.

1. Проблемы с конфиденциальностью и безопасностью. При использовании онлайн-платформ потребуется внести личные дан-

ные, должная сохранность которых не всегда обеспечивается агрегаторами товаров и услуг.

2. Слабые гарантии. Сделка между потребителем и поставщиком заключается на их страх и риск. Задача агрегатора, как правило, — лишь свести вместе участников процесса, поэтому риски невыплаты вознаграждения, повреждения имущества, некачественного выполнения работ ложатся на пользователей.

3. Необходимость взаимодействовать с чужими людьми. Не все люди являются милыми, открытыми и дружелюбными. Однако, например, в случае совместной поездки придется терпеть и не очень приятных попутчиков.

4. Нестабильность. Цифровые платформы не могут гарантировать не только стабильного качества услуг и товаров, но и потока клиентов, а соответственно, и вознаграждения. Для людей, для которых фриланс является единственным источником дохода, это может стать серьезной проблемой.

5. Шеринг-экономика не включает в себя первые элементы линейной экономики, поэтому «добыча» и «производство» в ней почти не развиваются, что в долгосрочной перспективе может привести к краху экономики.

6. Непрозрачность сделок, большая доля «серых схем» и криминализация экономики. Многие сделки в экономике совместного потребления никак не оформляются, а некоторые и вовсе сложно назвать законными. Например, при скачивании торрентов легко нарушить авторские права. Вкупе с неразвитостью нормативного регулирования шеринговых операций это ведет к постоянному недополучению налоговых доходов в бюджет.

Развитие шеринг-экономики требует совершенствования государственного регулирования, создания адекватных правовых инструментов, формирующих привлекательную инфраструктуру для всех участников рынка. Данная задача является сложной по ряду причин.

Во-первых, для экономики совместного потребления характерна высокая динамичность происходящих в ней процессов, поэтому правовые институты зачастую не успевают перестраиваться под новую реальность. Законотворческий процесс включает в себя несколько обязательных стадий, которые могут быть растянуты во времени, поэтому после принятия нормативного документа можно столкнуться с тем, что в отрасли произошли изменения и требуется доработка закона, только что прошедшего промульгацию. Более того, иногда в силу несогласованности действий властей на разных уровнях прини-

маются нормативные документы, противоречащие друг другу. Например, достаточно вспомнить запрещение Uber в Оттаве при значительных преференциях для компании на остальной территории Канады [3].

Во-вторых, в экономике совместного потребления подрядчики — это лица, напрямую не связанные с сервисом, который предоставляет их услуги (например, водители и агрегаторы такси). В связи с этим агрегатор не может гарантировать качество выполнения работ, что может приводить к классическим проблемам рынка с асимметрично распределенной информацией. Сервис и подрядчики до определенного момента могут значительно увеличивать свою прибыль в сравнении с ответственными участниками рынка, снижая издержки, связанные с качеством. Однако нельзя не отметить, что рынки в шеринг-экономике обладают способностью к саморегуляции, беря частично на себя функцию государства: большинство сервисов используют собственные формы мониторинга и гарантии, например, позволяют оказывать услуги подрядчикам только после регистрации и добавления в профиль удостоверяющих личность и подтверждающих квалификацию документов. Встроенные рейтинги и обзоры помогают поддерживать честность как поставщиков, так и потребителей.

В-третьих, шеринговая бизнес-модель приводит к сокращению налоговых поступлений в бюджет, поскольку агрегаторы услуг рекомендуют подрядчикам самостоятельно решать вопросы с фискальной нагрузкой, однако не контролируют налоговую дисциплину и не принуждают к выплатам. Кроме того, в ряде стран (например, в США, Великобритании) физические лица, оказывающие услуги, рассматриваются государством как субъекты малого бизнеса, что приводит к увеличению налогового бремени для подрядчиков в сравнении с подоходным налогом для физических лиц [15]. Это ведет к сокращению реальных доходов населения и снижению заинтересованности участников рынка в работе по «белым» схемам. Вместе с тем деятельность ряда компаний, функционирующих в экономике совместного потребления, не облагается некоторыми налогами традиционного бизнеса. Например, компании, предоставляющие места для временного проживания, не уплачивают сервисный сбор [15].

В-четвертых, большую сложность в регулировании рынков шеринг-экономики представляют вопросы, связанные с ценообразованием. Некоторые агрегаторы позволяют подрядчикам и пользователям услуг самостоятельно договариваться о тарифах, другие —

устанавливают цены централизованно.

Однако, несмотря на упомянутые сложности, государства уже сейчас пытаются регулировать работу шеринговых платформ и видят серьезные стимулы для роста своих экономик в развитии новых бизнес-моделей. В 2016 г. Европейская комиссия, например, опубликовала доклад «A European Agenda For The Collaborative Economy», где порекомендовала не ограничивать работу онлайн-сервисов, однако заставляла их снижать неопределенность на рынке, препятствовать распространению незаконной информации и нарушению авторского права. Планируется, по мнению авторов доклада, что развитие шеринг-платформ приведет к росту экономики Евросоюза на 160-572 млрд евро, т. е. примерно на 2% [5].

Традиционный бизнес видит в набирающих силу онлайн-приложениях совместного потребления и агрегаторах услуг серьезных и неравных конкурентов, поэтому пытается добиться от органов власти хотя бы сопоставимых условий работы. Одним из самых ярких примеров являются забастовки традиционных таксистов против Uber, приведшие к запретам или ограничениям на работу приложения. Другой пример — регулирование работы классифайдов. В частности, власти Дании решили ввести обязательный налоговый сбор с пользователей Airbnb, сдающих свои квартиры через этот сервис. Отчитываться перед государственными органами при этом обязали шеринг-платформу, а не физических лиц.

В России с 2019 г. введен специальный налоговый режим для самозанятых граждан, в рамках которого упрощена налоговая и кассовая дисциплина. Так, плательщикам налога на профессиональный доход не нужно заполнять и подавать налоговые декларации, применять онлайн-каассу, вести бухгалтерский учет. До 31 декабря 2028 г. самозанятые платят налог по минимальной ставке: 4% — со всех платежей от физических и 6% — от юридических лиц и ИП. Данный налоговый режим востребован фрилансерами, которых в нашей стране более 19 млн человек [8].

Таким образом, появление новых бизнес-моделей ведет к необходимости адаптации методов и механизмов функционирования рынков, созданию новых принципов и правил игры для всех участников делового сообщества, развитию межрегионального и межстранового взаимодействия. В настоящее время шеринговая экономика переживает стадию активного роста, в ближайшее время мы станем свидетелями многократного увеличения числа шеринг-сервисов, что делает регулирование данного сегмента экономики особенно значимой задачей.

Шеринговая модель потребления товаров и услуг важна тем, что не просто позволяет увеличить доступность благ для людей, снизить их затраты, но в целом соответствует изменившимся потребительским предпочтениям, трендам на более осознанное потребление и рациональное использование ресурсов.

Литература

1. «True Gen»: Generation Z and its implications for companies. McKinsey. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>.
2. Botsman R. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption / R. Botsman, R. Rogers. Harper Business, 2010. 304 p.
3. Dostmohammad S., Long J. Regulating the sharing economy: applying the process for creative destruction // Dalhousie University. 12/21/2015. URL: https://cappa.ca/wp-content/uploads/2017/06/DostmohammadLong_RegulatingtheSharingEconomy.pdf.
4. Walsh B. Sharing. Today's Smart Choice: Don't Own. Share / 10 Ideas That Will Change the World / B. Walsh // Time. 2011. 17 марта. URL: https://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717,00.html.
5. Авдеева А. Почему шеринг-экономика вырастет до \$335 млрд за ближайшие пять лет. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/02/13/822568-pochemu-shering-ekonomika>.
6. Афанасьева Е. О. Экономика шеринга. Плюсы, минусы, перспективы развития // Актуальные вопросы отраслевых рынков и международной коммерции. 2022. № 1 (5). URL: <https://tiес.mgimo.ru/2022/2022-05/sharing-economy-pros-cons-prospects>.
7. Батова Н. Н., Точицкая И. Э. Мировые тенденции развития экономики совместного потребления (шеринговой экономики) // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики: Материалы IX Международной научно-практической конференции / Отв. редактор А. А. Бурмистрова [и др.]. Тамбов: ИД «Державинский», 2020. С. 271-278.
8. Емец В. Российский рынок фрилансеров: в каких областях работают, и какие выгоды дает партнерство с ними. URL: https://new-retail.ru/business/personal/rossiyskiy_rynok_frilanserov_v_kakikh_oblastyakh_rabotayut_i_kakie_vygody_daet_partnerstvo_s_nimi.
9. Киреева Н. С., Завьялов Д. В., Завьялова Н. Б., Сагинова О. В. Трансформация шеринговой экономики в условиях пандемии COVID-19 // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11. № 2. С. 213-226.
10. Коллективное хозяйство: как развивается шеринг-экономика в Москве. URL: <https://www.mos.ru/news/item/92115073>.
11. Передай другому: что такое экономика шеринга. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5e73fbc29a794707401b6532>.

12. Плотников В. А., Анисимова Я. А. Экономика совместного потребления: понятие, особенности, перспективы развития // Управленческое консультирование. 2023. № 1. С. 42-50.

13. Свинова Е. В России набирает популярность совместное потребление. URL: <https://rg.ru/2023/09/24/princip-deleniia.html>.

14. Тучков А. Шеринговая экономика. Экономика будущего! URL: <https://vc.ru/money/319031-sheringovaya-ekonomika-ekonomika-budushchego>.

15. Экономика совместного потребления как новая экономическая модель // Бюллетень о текущих тенденциях мировой экономики. 2019. № 47. URL: <http://old.e-cis.info/foto/news/23058.pdf>.

16. Экономика совместного потребления: что это такое и как она развивается в России. URL: <https://moneyzz.ru/blog/ekonomika-sovmestnogo-potrebleniya-cto-eto-takoe-i-kak-ona-razvivaetsya-v-rossii>.

*Статья поступила в редакцию 13.09.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

УДК 316.4:(338.22+331.1)

© Н. А. УСТИНА¹, А. А. КАРЛИНА², 2023

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

E-mail ¹: nina_ustina@mail.ru

E-mail ²: karlina_anna@mail.ru

ЗЕЛЕНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ: УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

В статье представлены результаты анализа степени включенности крупных российских производственных компаний в процесс трансформации экономики в сторону нового технологического уклада на принципах устойчивого развития. Выявлена потребность производственных компаний во взаимодействии с органами власти для реализации проектов в сфере «зеленой» экономики. На основе современных моделей социально-экономического развития авторами предлагается решение проблемы: построение прочных процессов взаимодействия производственных компаний и органов власти на основе консолидации ресурсов, необходимых для реализации проектов.

Ключевые слова: ESG-повестка, «зеленая» экономика, производственные компании, государственная концепция устойчивого развития.

Введение

Проблематика статьи выстроена в рамках глобального движения цивилизации к «зеленой» экономике как к новому технологическому укладу, предполагающему переход от природно-сырьевого потребления к устойчивому развитию. Современное состояние научных исследований данной темы представлено в работах А. О. Камаловой, Р. А. Таиловой [3], Т. Л. Сыщиковой, В. М. Рамзаева [10], И. Н. Хаймович, В. М. Рамзаева, В. Г. Чумака [13], М. П. Варламовой, И. Т. Воробьева [1], А. Колесниковой [4] и других. В проблематике данных исследований прослеживаются следующие направления:

- состояние и перспективы разработки и внедрения технологий, направленных на снижение углеродного следа;
- анализ уровня и факторов, влияющих на включение производственных компаний в процесс реализации концепции устойчивого развития;

– социальные аспекты перехода на новый технологический уклад;

– управление процессами трансформации экономики по пути устойчивого развития в рамках стратегии региональной конкурентоспособности;

– применение методики ESG-мониторинга для оценки деятельности производственных компаний.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что современные исследования в данной области охватывают все составляющие процесса «зеленой» трансформации экономики: технологический, экономический, социальный и управленческий. Это по содержанию согласуется с принятой в международной практике аббревиатурой «ESG» (мониторинг экономических, социальных и управленческих аспектов достижения производственными компаниями нулевого углеродного следа).

В то же время в современных исследованиях пока недостаточно внимания уделено моделям и механизмам взаимодействия всех заинтересованных участников в процессе «зеленой трансформации».

В связи с этим, целью настоящего исследования является анализ степени включенности крупных российских производственных компаний в процесс трансформации экономики на пути устойчивого развития и механизмов их взаимодействия с органами власти в процессе реализации проектов в сфере «зеленой» экономики.

Исходя из данной цели были поставлены следующие задачи:

1) проанализировать современную картину включенности российских производственных компаний в проекты в сфере «зеленой» экономики;

2) сформулировать методологические подходы к построению взаимодействий производственных компаний и органов власти для реализации проектов в сфере «зеленой» экономики;

3) изучить мотивы для «зеленой» трансформации производственных компаний;

4) выявить факторы, влияющие на вхождение компаний в проекты «зеленой» экономики и готовность выстраивать совместные с государством стратегии;

5) проанализировать потребности производственных компаний во взаимодействии с государством.

Объект исследования – крупные производственные российские компании, реализующие проекты в сфере «зеленой» экономики, предмет исследования – процесс взаимодействия с государственными структурами при реализации данных проектов.

Результаты исследования

Анализ современной картины включенности российских производственных компаний в проекты в сфере «зеленой» экономики

Новый технологический уклад выстраивается в трех направлениях: цифровизация, энергопереход на альтернативные возобновляемые источники энергии, технологии биосинтеза. Механизмами реализации данного перехода являются:

— ESG-повестка (мониторинг и оценка углеродного следа с целью достижения углеродной нейтральности мировой экономики);

— государственная политика, направленная на обеспечение устойчивого развития, включающая комплекс мер нормативно-правового регулирования, механизмов прямой и косвенной поддержки проектов в сфере зеленой экономики;

— международные связи, направленные на достижение мировых соглашений по обеспечению перехода цивилизации на новый технологический уклад;

— инвестиционные проекты банков;

— инвестиционные проекты производственных компаний;

— социальные проекты, направленные на формирование новой идеологии и культуры потребления.

Перечисленные механизмы определяют главных субъектов деятельности в процессе движения общества в направлении к «зеленой» экономике: государство, международные организации, производственные компании, банки, население.

Сегодня на повестке дня стоит вопрос о степени вхождения и включенности всех субъектов деятельности в данные процессы.

Россия занимает 4-е место по объемам выбросов в атмосферу CO₂ — после Китая, США и Индии. При этом уровень включенности указанных субъектов деятельности остается низким. В частности, это особенно заметно и можно отследить по политике российских производственных компаний. На фоне общемировых трендов российские компании пока не активно обозначают свое участие в достижении цели углеродной нейтральности. Для актуализации ситуации приведем несколько цифр. В частности, по итогам 2020 года уже 4500 компаний по всему миру предоставили мировой общественности отчеты о выбросах CO₂ в атмосферу. Данные компании разработали стратегические планы, направленные на сокращение углеродных выбросов до 2050 года.

В исследовании McKinsey (Международная консалтинговая организация, специализирующаяся на решении задач, связанных со

стратегическим управлением), посвященном анализу включенности компаний в реализацию программы по достижению углеродной нейтральности, сделан вывод о том, что 44% организаций запланировали сокращение выбросов к 2025 году, 27% – к 2026-2040 годам, 2% ориентированы на 2031-2050 годы, 27% организаций поставили цели по всем трем временным горизонтам [4].

В России на начало 2023 года о своих планах по снижению углеродных выбросов и выходу на углеродную нейтральность объявили только несколько крупных компаний (табл. 1).

Таблица 1

Планы компаний в достижении углеродной нейтральности [9]

Компания	Сроки снижения углеродных выбросов по годам, %			
	2023 г.	2025 г.	2030 г.	2050 г.
Татнефть		10%	20%	CO ₂ neutral
En+ Group			35%	CO ₂ neutral
X5		10%	30%	CO ₂ neutral
S7				CO ₂ neutral
Роснефть			30%	
Лукойл	3,3%			
НЛМК	3,5%			
Polymetal		15%	35%	
РУСАЛ		10-15%	35%	
НОВАТЕК				6-5%
СиБур	15-5%			
ИтерРАО		9% (от уровня 2014 г.)	7% (от уровня 2019 г.)	

На основании данных, приведенных в таблице 1, можно сделать вывод о весьма скромных темпах включения российских предприятий в «экономику углеродной нейтральности». Из 12 упомянутых компаний только 4 компании запланировали к 2050 году выход на углеродную нейтральность. И только 7 компаний планируют к 2030 году существенные (около 30%) показатели снижения углеродных выбросов в атмосферу.

При проведении исследования авторы отталкивались от следующих концептуальных положений, отражающих современное состояние проблематики и пути ее решения.

1. «Зеленая» экономика недостаточно осознается как общая стратегия развития общества, всех его процессов – и экономических, и социальных, и управленческих. Чаще всего повестка представлена наиболее понятной и разработанной экологической тематикой и

экологическими проектами, социальная тематика повестки разработана в меньшей степени и не встроена в общую стратегию, управленческая составляющая практически не проработана.

2. Концепция «зеленой» экономики не выстроена в единую стратегию социально-экономического развития и обеспечения качества жизни. Ее реализация осуществляется отдельно хозяйствующими субъектами в виде проектов и отдельно государством в рамках концепции устойчивого развития. Но единства и взаимодействия не наблюдается. Отдельную роль в реализации проектов «зеленой» экономики играют банки, но их взаимодействие с государством также реализуется недостаточно. По оценке Минэкономразвития РФ, государственное регулирование процессов снижения углеродных выбросов развивается параллельно с инициативами инвесторов и общественности и деятельностью самих компаний по реализации низкоуглеродных проектов как бизнес-проектов и стратегических ориентиров. Параллельный характер процессов ведет к разобщенности участников процесса, так как в основе мотивации их деятельности лежат различные интересы [9].

3. Актуальность взаимодействия всех участников реализации проектов в сфере «зеленой» экономики обусловлена следующими факторами:

— необходимостью выявления и консолидации ресурсов различных активных субъектов для создания синергетического эффекта и увеличения результатов эффективности проектов ESG-повестки;

— особым вниманием к реализации G-составляющей в общей стратегии ESG-трансформации общества.

4. В современных исследованиях и в практике деятельности компаний и органов государственной власти не разработаны и не реализуются целенаправленно и систематически формы взаимодействия государства со всеми остальными заинтересованными сторонами в обеспечении перехода на новый технологический уклад.

*Методологические подходы к построению взаимодействий
производственных компаний и органов власти для реализации
проектов в сфере «зеленой» экономики*

Когда речь заходит о взаимодействии различных субъектов деятельности в любых общественных или экономических средах, всегда возникает вопрос инструментов построения этого взаимодействия. В большинстве современных исследований по проблемам взаимодействия государственных органов и хозяйствующих субъектов по обеспечению социально-экономического развития представлена модель на основе согласования интересов, которая заклю-

чается в поиске компромисса. Ограниченность использования данной модели заключается в том, что взаимодействие стейкхолдеров на основе компромисса не создает устойчивых связей между его участниками, так как компромисс предполагает отказ от части своих интересов под давлением аргументов и ресурсов более сильной в каждой конкретной ситуации стороны. Примером компромисса может служить реализация предприятиями экологических программ под давлением национального законодательства. В ситуации компромисса не происходит консолидации ресурсов участников взаимодействия, что в целом снижает их мотивацию.

Альтернативная модель взаимодействия стейкхолдеров строится на консолидации их ресурсов для реализации проектов. В рамках модели, основанной на консолидации ресурсов, каждый участник, вкладывая собственные ресурсы в проект, получает доступ к ресурсам других участников взаимодействия. При этом нет речи об отчуждении ресурсов, потому что каждый носитель ресурсов, вкладывая их в проект, получает свой выигрыш. В то же время за счет ресурсов других участников проект приобретает больший экономический и социальный эффект.

Модель взаимодействия на основе консолидации ресурсов выстраивается на методологической платформе POSSIBILITY, представленной в трудах Г. Н. Дончевского и апробированной на различных моделях взаимодействия авторами данной статьи [2]. Для построения взаимодействия участников на принципах POSSIBILITY необходимо ответить на следующие вопросы:

1. В чем состоит заинтересованность участников взаимодействия в реализации ESG-повестки?

2. Есть ли ресурсы у участников взаимодействия и готовность их вкладывать в проекты?

3. Есть ли осознание недостаточности собственных ресурсов и готовность активизировать ресурсы других участников в качестве возможностей для реализации совместных проектов?

*Мотивы производственных компаний
для включения в «зеленую» трансформацию*

Ответы на первые два вопроса («В чем состоит заинтересованность участников взаимодействия в реализации ESG повестки?» и «Есть ли ресурсы у компаний и готовность их вкладывать в проекты?») в концентрированном и достаточно четком виде были представлены на Втором конгрессе ответственного бизнеса «ESG — (P) Эволюция», который проходил в октябре 2022 года в Москве. Организаторами конгресса выступила группа компаний «РБК» [5].

Мотивы предприятий сконцентрированы в следующих положениях.

1. Реализация ESG-повестки интересна предприятиям с точки зрения повышения эффективности собственного производства. Этот вопрос прежде всего имеет коммерческую сторону в рамках улучшения собственных бизнес-процессов компании. Это напрямую связано со снижением себестоимости производства и повышением нормы прибыли. Одним из инструментов повышения эффективности бизнес-процессов в рамках стратегии углеродной нейтральности является практика компаний, связанная с установлением внутренней цены на углерод, которая позволяет оценить, как объемы выбросов влияют на финансовые результаты компаний.

2. Интерес компаний к ESG-проектам связан с запросом потребителей продукции компании, их потребностей в экологически чистой продукции, энергоэффективной продукции. Это может быть промежуточная продукция, необходимая для изготовления конечных продуктов (строительные материалы, сплавы, ткани с определенными характеристиками, позволяющими производить востребованную конечную продукцию), или продукция, имеющая ценность для конечного потребителя (энергосберегающие лампочки, экологичные продукты питания и т.д.).

3. Компании вынуждены декарбонизироваться, чтобы стать привлекательными для инвесторов. Инвесторы все чаще используют стратегии распределения капитала, учитывающие экологические, социальные и управленческие вопросы ESG-повестки.

Прецеденты экологической разборчивости инвесторов в российской практике уже были. В 2020 году американская PIMCO не купила социальные облигации ОАО «РЖД», так как 50% ее грузооборота приходится на уголь и нефтепродукты. К слову, ОАО «РЖД» — крупнейший в России эмитент устойчивых облигаций. По данным Минэкономки РФ, перевозчик разместил четыре выпуска «зеленых» еврооблигаций на сумму 500 млн евро, 500 млн швейцарских франков и 100 млрд рублей [4].

В России для повышения конкурентоспособности производитель золота компания «Полюс» заключила договор о поставках электроэнергии с Саяно-Шушенской ГЭС («РусГидро») на свои Красноярские активы. Компания «Сибур» в своей стратегии развития обозначила намерение увеличить долю чистых источников в потребляемой энергии и договорилась с ТГК-1 о покупке электроэнергии с ГЭС [4].

4. Интерес компаний к ESG-повестке является ответом на общественный запрос государства в рамках реализации концепции устойчивого развития [6] и реализации Национального проекта «Экология» [8]. Также это направление вписывается в концепцию социально-ответственного бизнеса.

5. Необходимость на уровне компании реализовывать или обеспечивать реализацию механизмов государственного регулирования в сфере экологии связанных с нормативно-правовыми актами и экологическим законодательством.

Крупнейшие предприятия России с выбросами свыше 150 тыс. тонн эквивалента углекислого газа в год начиная с 2022 года обязаны предоставлять углеродную отчетность. Соответствующий закон «Об ограничении выбросов парниковых газов» вступил в силу в 2021 году [12].

Закон предполагает поэтапную реализацию. Первый этап вступил в силу в конце декабря 2021 года и продлится до 2024 года. Он предполагает введение обязательной углеродной отчетности крупнейшими эмитентами выбросов парниковых газов (свыше 150 тыс. тонн эквивалента углекислого газа), остальные предприятия могут предоставлять углеродную отчетность на добровольной основе. После 2024 года углеродная отчетность станет обязательной для предприятий с выбросами свыше 50 тыс. тонн углекислого газа.

Мониторинг выбросов компаний, налагающий определенную отчетность, вынуждает компании нести дополнительные расходы по установке соответствующего оборудования. Те компании, которые войдут в этот процесс добровольно, получают неоспоримые преимущества после 2024 года, когда система учета углеродного следа станет обязательной и превышение допустимых квот повлечет за собой репрессивные меры в случае невыполнения требований закона, в частности, административные штрафы и платежи.

В качестве другого механизма регулирования углеродного следа в российском законодательстве предусмотрена продажа углеродных квот.

Эксперты отмечают, что для запуска этого механизма предприятиям придется вложиться в модернизацию и закупку нового оборудования, что поначалу может сказаться на финансовых показателях компаний. Вместе с тем, как отмечает Эрнесто Ферленги (председатель комитета по энергетике, председатель координационного комитета проекта «Зеленая инициатива» Ассоциации европейского бизнеса (АЕВ)), углеродная единица — это новый актив, который в

дальнейшем, при взаимном признании между разными странами, можно будет обменивать, продавать или покупать для зачета снижения углеродного следа компании [11].

Таким образом, две группы интересов связаны с бизнес-интересами компаний. Реализация этих интересов основывается на осознании наличия собственных ресурсов и полной готовности компаний инвестировать в экологические инновации.

Факторы, влияющие на вхождение компаний в проекты «зеленой» экономики и готовность выстраивать совместные с государством стратегии

Вступление компаний в реализацию ESG-повестки зависит от многих факторов.

1. Роль отрасли в создании углеродного следа. В мировой практике принято считать основными секторами — эмитентами парниковых газов энергетику (73%), сельское хозяйство и лесоразведение (18%), химическую и цементную промышленность (5%), а также мусоропереработку (3%). Резонно предположить, что российские компании именно этих секторов будут первыми предоставлять отчетность.

2. Экспортный фактор. Компании, ориентированные на экспорт, в большей степени подвержены ограничениям международных правовых актов, которые уже серьезно продвинулись в реализации антиуглеродной стратегии. Это прежде всего компании топливно-энергетического комплекса, химической и металлургической промышленности, производители удобрений и руд.

3. Потребительский фактор (высокий уровень ориентации отрасли на потребительский спрос, который обладает высокими темпами роста). К таким отраслям относится транспортная отрасль, производство строительных материалов.

С учетом всех вышеперечисленных факторов динамика включенности компаний в повестку углеродной нейтральности, представленная данными Data Driven Envirolab, выглядит следующим образом: самые активные сектора по принятию обязательств по достижению нулевых углеродных выбросов — компании, производящие потребительские товары длительного пользования, и промышленность. Согласно отчету инициативы Climate Action 100+ за 2020 год, по обследованию 160 крупнейших компаний, на долю которых приходится 80% мировых промышленных выбросов, цели по снижению выбросов чаще ставят компании из нефтегазового и жилищно-коммунального секторов [7] (рис. 1).



Рис. 1. Количество компаний, принявших обязательства по снижению углеродных выбросов, в разрезе отраслей (секторов)

Примечание. Выборка составила 160 крупных компаний, производящих 80% выбросов в атмосферу [7].

Потребности производственных компаний во взаимодействии с государством

Ответ на вопрос: «Есть ли осознание недостаточности собственных ресурсов и готовность активизировать ресурсы других участников в качестве возможностей для реализации совместных проектов?» — позволяет определить точки взаимодействия компаний с государственной повесткой устойчивого развития.

На стратегической сессии Сбера в 2022 году «ESG: сделано в России» был проведен экспресс-опрос среди участников форума, который выявил следующие запросы бизнеса к государству [5]:

- 1) представление налоговых льгот для ESG-проектов (28% опрошенных);
- 2) представление гарантий для коммерческих банков и снижение норм резервирования (7,8% опрошенных);
- 3) субсидирование процентных ставок для ESG-проектов (24% опрошенных);
- 4) корректировка надбавок с коэффициентом риска для клиентов с хорошим ESG-рейтингом (11,3%);
- 5) компенсация затрат по выпуску устойчивых ценных бумаг и выплате купонов (6,3%);
- 6) поддержка энергосервисных контрактов и лизинга более экологичного оборудования (18,4%);
- 7) другое — 3%.

По поводу готовности государства поддерживать проекты компаний в сфере «зеленой» экономики представители российских компаний и эксперты демонстрируют преимущественно скептицизм. Государственная политика в рамках концепции устойчивого развития развивается и реализуется отдельно и без тесной взаимосвязи с проектами производственных компаний в сфере «зеленой» экономики.

Выводы

В настоящее время реализации проектов «зеленой» экономики сталкивается с существенными трудностями стратегического планирования в силу высокого уровня неопределенности внешней среды. В этих условиях инициативы производственных компаний носят единичный характер и не стали заметным явлением в экономике как национального, так и регионального уровней. Данная ситуация существенно снижает потенциал государственной концепции устойчивого развития, программы нулевого углеродного выброса, а также Национального проекта «Экология». Решение проблемы видится в построении прочных процессов взаимодействия производственных компаний и органов власти на основе консолидации ресурсов, необходимых для реализации проектов. Как показало исследование, готовность компаний к взаимодействию с государством прослеживается достаточно четко. На повестке дня стоит разработка государственных механизмов ресурсной поддержки процессов в сфере «зеленой» экономики.

Литература

1. Варламова М. П., Воробьев И. Т. Проблемы российских компаний в осуществлении ESG-стратегий в условиях санкций и перспективы развития ESG-финансирования // Инновационная парадигма экономических механизмов хозяйствования: сборник научных трудов VIII Международной научно-практической конференции. Симферополь, 2023. С. 109-111.
2. Дончевский Г. Н., Устина Н. А., Карлина А. А. Конкурент-менеджмент в муниципальных образованиях: теория и опыт // Современная конкуренция. 2011. № 4 (28). С. 81-89.
3. Камалова А. О., Таибова Р. А. ESG-критерии и ESG-факторы в инвестиционной политике // Бизнес. Образование. Право. 2022. № 4 (61). С. 208-212.
4. Колесникова А. Четыре российские компании, которые обещают стать «зелеными». URL: <https://www.finam.ru/publications/item/chetyre-rossiyskie-kompanii-kotorye-obeshayut-stat-zelenymi-20211101-205500/>.
5. Материалы форума «ESG: сделано в России». URL: <https://esg.rbc.ru/?mindbox-message-key=-3869717975256006656&ysclid=ln4aypan9q793470882>.

6. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 14.07.2021 г. № 1912-р «Об утверждении целей и основных направлений устойчивого (в том числе зеленого) развития Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_390943/.

7. Официальный сайт компании Data Driven Envirolab. URL: <https://www.bloomberg.com/>.

8. Паспорт Национального проекта «Экология». URL: https://www.mnr.gov.ru/activity/directions/natsionalnyu_proekt_ekologiya.

9. Российские компании. Корпоративные стратегии углеродной нейтральности // Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. URL: <https://www.economy.gov.ru/>.

10. Сыщикова Т. Л., Рамзаев В. М. Анализ подходов к ESG // Вестник Самарского муниципального института управления. 2022. № 2. С. 24-34.

11. Ферленги Э. Ради будущего развития нужна новая модель локализации бизнеса. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/232697-ispolnitelnogo-vice-prezidenta-associacii-italyanskih-promyshlennikov?ysclid=ln5npsqjhn806388218>.

12. Федеральный закон Российской Федерации от 02.07.2021 г. № 296-ФЗ «Об ограничении выбросов парниковых газов» (последняя редакция) // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/>.

13. Хаймович И. Н., Рамзаев В. М., Чумак В. Г. Моделирование и анализ данных конкурентоспособности территорий при переходе к экономике чистой энергии // Информационные технологии и нанотехнологии (ИТНТ-2022): сборник трудов по материалам VIII Международной конференции и молодежной школы. В 5 т. / Под ред. А. В. Куприянова. Самара, 2022. С. 50203.

*Статья поступила в редакцию 14.09.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, д-ром полит. наук В. А. Зиминым*

УДК 316+338

© В. Е. Павлович^{1,2}, В. В. Мурзин³, 2023

¹ Самарский государственный университет
путей сообщения (СамГУПС);

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

³ Банк ВТБ (ПАО), филиал 6318, г. Самара, Россия

E-mail ^{1,2,3}: vit-pavlovich@yandex.ru

ВНЕДРЕНИЕ МОДЕЛЕЙ «ВОРОНКА ПОКУПОК» И «ВОРОНКА ПРОДАЖ» В ПЛАНИРОВАНИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО БИЗНЕС-ПРОЦЕССА

В статье рассмотрен способ внедрения на предприятии моделей «воронка покупок» и «воронка продаж», описывающих траекторию движения потенциального покупателя от «осознания своей проблемы» до покупки товара (услуги), во взаимосвязи с «картой принятия решения потребителем». Дана авторская оценка возможности использования в структуре клиентоориентированного бизнес-процесса названных моделей.

Ключевые слова: воронка покупок, воронка продаж, карта принятия решений, клиентоориентированный бизнес-процесс.

При планировании клиентоориентированного бизнес-процесса важно отслеживать удовлетворенность покупателя на всех этапах клиентского процесса [7], во всех точках взаимодействия [8]. Поскольку привлечение потребителя является существенной частью клиентоориентированного бизнес-процесса, представляется целесообразным для этого использовать модели «воронка покупок» и «воронка продаж».

Цель настоящего исследования — рассмотреть способ внедрения моделей «воронка покупок» и «воронка продаж» в планирование клиентоориентированного бизнес-процесса.

Достижению поставленной цели поможет решение следующих задач:

— охарактеризовать модели «воронка покупок», «воронка продаж» в аспекте их применимости для планирования клиентоориентированного бизнес-процесса;

– предложить уточненную структуру клиентоориентированного бизнес-процесса за счет внедрения в нее моделей «воронка покупок» и «воронка продаж».

Модели «воронка продаж» и «воронка покупок» неоднократно описаны как в научной литературе, так и в работах практической направленности, в большом количестве размещенных в Интернете.

Модели описывают траекторию движения потенциального покупателя от осознания своей проблемы до покупки товара (услуги) рассматриваемого предприятия.

В основу этих моделей положены:

– модель процесса покупки AIDA (авторы Э. С-Э. Люис, В. Таунсенд), описывающая с позиции потребителя его путь к покупке товара или услуги [12];

– модель TOFU-MOFU-BOFU, описывающая путь потребителя к покупке товара или услуги с позиции маркетологов интернет-торговли [13].

Заметим, что термин «воронка» не подходит для описания этих процессов, так как в воронку сколько жидкости наливается, столько и выливается, то есть коэффициент конверсии «воронки» равен 1. Скорее, речь может идти о расположенных последовательно фильтрах, количество которых равно этапам «воронки» (рис. 1). Тем не менее в данной работе будет использован термин «воронка» – как получивший распространение.

Путь потребителя (клиента) в вышеназванных моделях делится на этапы (табл. 1).

Таблица 1

Уровни (этапы) воронки покупок и воронки продаж

Этап	Модели			
	AIDA	AIDA+	T-M-B	Int
1	Awareness / Осведомленность	Awareness / Осведомленность	ToFu / Верх воронки	Leads
2	Interest / Интерес	Interest / Интерес	Mofu / Середина воронки	Sales Calls
3	Desire / Желание	Desire / Желание	Bofu / Дно воронки	Follow-Up
4	Action / Действие	Action / Действие	Sales / Продажа	Conversion
5	-	Retention / Удержание	-	-
6	-	Advocasy / Пропаганда	-	-

Представим «воронку покупок» и «воронку продаж» в виде последовательных этапов фильтрации или самофильтрации потребителей.

В данном случае под фильтрацией понимается умышленное ограничение потребителей со стороны предприятия, под самофильтрацией – отказ потребителя на каком-либо этапе воронки делать покупку у данного предприятия.

При разработке структуры учтено положение, что «цифровая среда позволяет выстраивать более гибкие модели», содержащие «меньшее количество этапов пути потребителя» [9], то есть потребитель может попадать в воронку на любой уровень, не пройдя предыдущие, кроме этого следует учитывать разные возможности и интенсивность мотивации потребителя [6, с. 157], благодаря которым потребитель сразу переходит к нижнему уровню (BoFu) воронки.

Подробное содержание этапов (слоев) воронки изложено в работах [2-4, 10, 12].

Обобщенная структура моделей «воронка покупок» и «воронка продаж» показана на рисунке 1. В структуре воронки используются следующие обозначения:

L_1, \dots, L_4 – уровни воронки (этапы фильтрации); изображено 4 уровня, как в моделях AIDA, T-M-B, Int. В модели AIDA+ добавляется еще два уровня (см. табл. 1);

S_0 – количество потенциальных клиентов (на входе в воронку);

S_2^0, S_3^0, S_4^0 – количество клиентов, сразу, без прохождения предыдущих уровней пришедших соответственно на 2-й, 3-й, 4-й уровни воронки;

S_1', S_2', S_3' – количество клиентов, покинувших воронку;

S_1'', S_2'', S_3'' – количество клиентов, перешедших на следующий уровень соответственно с 1-го, 2-го, 3-го уровней воронки;

S_4 – количество клиентов, купивших товар (услугу).

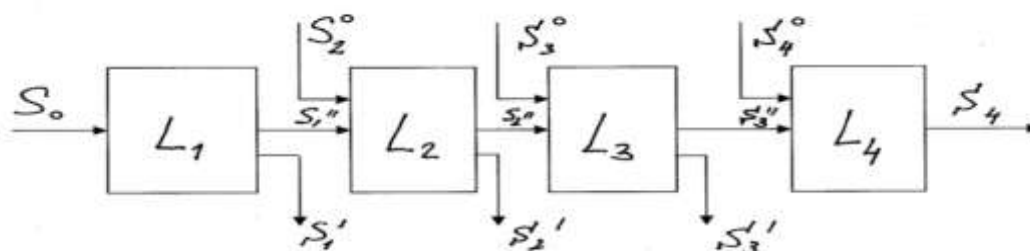


Рис. 1. Обобщенная структура моделей «воронка покупок» и «воронка продаж»

Эффективность воронки продаж (покупок) измеряется следующими показателями.

Показатель макроконверсии:

$$\text{МАК} = \frac{S_4}{S_0}. \quad (1)$$

Различают показатели макроконверсии, то есть результат прохождения воронки — отношение количества клиентов, сделавших покупку, к количеству клиентов на входе в воронку, и микроконверсии, то есть отношение количества клиентов, прошедших определенный уровень воронки, к количеству клиентов на входе в этот уровень [1, 5].

Для структуры, представленной на рис. 1, формула (1) примет вид:

$$\text{МАК} = \frac{S_1''}{S_0} * \frac{S_2''}{S_1''+S_2^0} * \frac{S_3''}{S_2''+S_3^0} * \frac{S_4}{S_3''+S_4^0}. \quad (2)$$

Стоимость привлечения одного клиента:

$$C_K = \frac{S_4}{CL_1+CL_2+CL_3+CL_4}, \quad (3)$$

где:

$CL_1 \dots, CL_4$ — затраты на содержание уровней воронки.

Дальнейшая детализация формулы (3) может проводиться, например, по методикам [1, с. 70] и (или) [5, с. 163].

Коэффициент утечки воронки продаж выглядит следующим образом:

$$\text{УВ} = \frac{S_1'+S_2'+S_3'}{S_0}. \quad (4)$$

Утечка воронки продаж — это количество потенциальных клиентов и лидов, ушедших из воронки и не купивших товар (услугу).

Рассмотрим возможность использования воронки продаж в клиентоориентированном бизнес-процессе [8].

Для этого используем «карту принятия решения потребителем» (Customer Decision Map) [11], внедрив модели «воронка покупок» и «воронка продаж» в структуру клиентоориентированного бизнес-процесса (рис. 2).

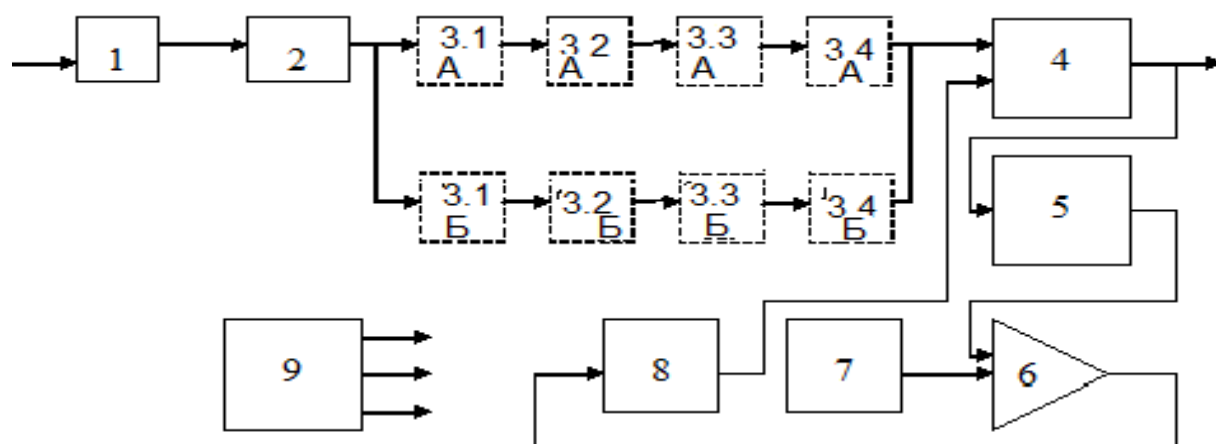


Рис. 2. Структура клиентоориентированного бизнес-процесса

В структуре клиентоориентированного бизнес-процесса можно выделить следующие элементы.

1. Идентификация покупателя.
2. Оценка начального состояния покупателя.
3. i -е операции бизнес-процесса 3.1А – 3.4А / 3.1Б – 3.4Б.
4. n -я завершающая операция.
5. Выходное измерение и оценка показателей конечного состояния.
6. Сравнение состояния клиента с эталонным и определение разницы.
7. Массив эталонных состояний лояльного клиента.
8. Корректирующее воздействие n -й операции.
9. Синхронизация выполнения операций.

Карта принятия решения потребителем отражает этапы принятия решения потребителя о покупке и основывается на точках взаимодействия предприятия с потребителем и фиксирует мысли, действия и эмоции потребителя [14] в каждой точке взаимодействия, на каждом этапе принятия решения.

В авторской структуре клиентоориентированного бизнес-процесса оценивается состояние клиента (блок 6). Этапы воронок добавлены в структуру клиентоориентированного бизнес-процесса как операции под номерами 3.1.А – 3.4.А и 3.1.Б – 3.4.Б. Буквой «А» обозначены этапы воронки покупок, буквой «Б» обозначены этапы воронки продаж.

Состав элементов и их соответствие элементам моделей «воронка покупок», «воронка продаж» и «карте принятия решения потребителем» приведены в таблице 2.

Соответствие элементов моделей

№	Модели			
	Клиентоориентированный бизнес-процесс	Воронка покупок	Воронка продаж	Карта принятия решения потребителем
1	Идентификация покупателя	Не предусмотрено		+
2	Оценка начального состояния покупателя	Не предусмотрено		+
3.1А	<i>i</i> -я операция клиентоориентированного бизнес-процесса	Awareness / Осведомленность	-	Точки взаимодействия (Touchpoints)
3.2А		Interest / Интерес	-	
3.3А		Desire / Желание	-	
3.4А		Action / Действие	-	
3.1Б		-	Leads	
3.2Б		-	Sales Calls	
3.3Б		-	Follow-Up	
3.4Б		-	Conversion	
4	<i>n</i> -я завершающая операция	Retention / Удержание Advocasy / Пропаганда*	Sales	-
5	Выходное измерение и оценка показателей конечного состояния	Не предусмотрено		Мысли, действия и эмоции клиентов
6	Сравнение состояния клиента с эталонным – определение разницы	Не предусмотрено		-
7	Массив эталонных состояний лояльного клиента	Не предусмотрено		Портрет покупателя (Customer Persona)
8	Корректирующее воздействие <i>n</i> -й операции	Не предусмотрено		
9	Синхронизация выполнения операций	+	+	+

Примечание. * — расширенная конфигурация модели «воронка продаж».

Результаты проведенного исследования наглядно показали следующее.

1. Сравнив элементы моделей, можно сделать вывод о том, что модели «воронка покупок» в своей расширенной конфигурации в сочетании с «картой принятия решения потребителем» не учитывают некоторые важные операции, имеющиеся в модели клиентоориентированного бизнес-процесса, следует включить обе модели в структуру модели клиентоориентированного бизнес-процесса параллельными ветвями.

2. Предложенный подход поможет повысить точность планирования бизнес-процесса за счет усложнения используемых моделей.

3. Сложность планирования операции Awareness / Осведомленность обусловлена возможностью потенциального покупателя попадать в воронку на разных этапах и с различных сайтов или социальных сетей [6, 9].

4. Предложенная модель определения макроконверсии учитывает попадание в воронку потенциальных покупателей на всех ее этапах.

Литература

1. Васильева Е. В., Лосева В. В. Воронка онлайн-продаж как аналитический инструмент управления эффективностью бизнеса // Управление. 2019. Т. 7. № 3. С. 63-74.

2. Вечерская С. Е., Худова М. В. Некоторые проблемы применения метода воронки продаж // Вестник Российского нового университета. Серия: Сложные системы: модели, анализ и управление. 2021. № 1. С. 69-75.

3. Вирлов Я. Модели процессов продаж и их эволюция. Воронка продаж // Управление продажами. 2001. № 4. С. 2-10.

4. Воронка продаж — что это такое, этапы, как создать. URL: <https://blog.leadbit.com/ru/voronka-prodazh/>.

5. Грива Е. В. Разработка информационной системы для сбора, анализа и представления данных о воронках продаж // Электронные средства и системы управления: материалы докладов Международной научно-практической конференции. Томск, 2021. № 1-2. С. 163-165.

6. Климин А. И., Ильин И. В., Климов А. А., Тихонов Д. В. Различия в конверсиях при работе с целевой аудиторией на разных этапах офлайн и цифровой воронок принятия решений // Глобальный научный потенциал. 2019. № 9 (102). С. 153-160.

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

8. Павлович В. Е. Применение модели Кано в планировании клиентоориентированного бизнес-процесса // Вестник Самарского муниципального института управления. 2022. № 2. С. 35-43.

9. Шкаровский С. И., Токарев Б. Е., Семенов И. В. Модели покупательского поведения в реальной и виртуальной средах // Экономические и правовые факторы развития общества в контексте цифровой трансформации: сборник докладов и выступлений Междунар. научн.-практ. конф. М., 2021. С. 358-364.

10. Anderson C. 4 Ways to Accelerate Your Marketing & Sales Funnel with Salesforce. URL: <https://www.salesforceben.com/the-drip/4-ways-to-accelerate-your-marketing-sales-funnel-with-salesforce/>.

11. Court D., Elzinga D., Mulder S., Vetvik O. J. The Consumer Decision Journey // The McKinsey Quarterly. 2009. № 3. URL: <https://www.mckinsey.com/>.

12. Milestones in Marketing History. URL: <https://marketing.museum/marketing-history/>.

13. Sela R. Ron Sela. URL: <https://www.ronsela.com/full-funnel-marketing/>.

14. What is customer Journey Map. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/software/customer-journey-map/>.

*Статья поступила в редакцию 26.06.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, доцентом С. И. Нестеровой*

УДК 316.776+338.24

© Л. В. Орлова¹, Ю. В. Первова², И. Е. Шафранский³, 2023

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

^{1, 2, 3} Самарский государственный технический
университет (СамГТУ), Россия

E-mail ¹: orlovalv313@mail.ru

E-mail ²: sno1911@mail.ru

E-mail ³: ishafran77@mail.ru

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В УПРАВЛЕНИИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМ БИЗНЕСОМ

Фармацевтическая деятельность является одной из ключевых отраслей мировой экономики. Она объединяет производство, разработку, дистрибуцию и продажу лекарственных средств, медицинской продукции и товаров, связанных со здравоохранением. Статья посвящена рассмотрению актуальных вопросов в управлении фармацевтическим бизнесом на современном этапе. Особое внимание уделяется значимости инновационного подхода в его организации, а также налаженных социальных коммуникаций.

Ключевые слова: фармацевтический бизнес, эффективное управление, инновационный подход, практический подход, инновации, конкурентоспособность.

В условиях постоянно растущей конкурентной среды на фармацевтическом рынке повышение эффективности деятельности фармацевтического предприятия становится уже невозможным без использования современных подходов к управлению эффективным развитием фармацевтической отрасли. Знание и использование комплексного подхода управления эффективным развитием фармацевтических организаций имеет в современных условиях очень важное научно-практическое значение.

Инновационные подходы в управлении фармацевтическим бизнесом основаны на внедрении новых и современных методов и технологий для повышения эффективности деятельности компании и достижения конкурентных преимуществ.

В связи с вышеизложенным, *цель данного исследования* заключается в изучении современных подходов к организации компетентного управления развитием фармацевтического бизнеса.

Объектом исследования выбрана управленческая деятельность в фармацевтических организациях.

Предмет исследования — современные подходы эффективного управления в фармацевтических организациях.

Отдельным составляющим управления эффективным развитием различных типов предприятий посвящен целый ряд публикаций в рамках общего менеджмента в работах О. С. Виханского, А. В. Толмачева, И. Г. Ивановой, Е. М. Кобозевой и др. [1]. Управление в фармацевтической сфере рассматривали такие авторы, как М. А. Мищенко, С. В. Кононова и др. [2], И. А. Наркевич [3]. В данных работах освещены вопросы управления определенными направлениями социально-экономической эффективности организации или в целом управленческой системы. В профессиональных научных работах по фармации практически не рассматриваются вопросы современных подходов к управлению эффективным развитием фармацевтических предприятий.

Одним из инновационных подходов является диджитализация фармацевтического бизнеса, которая включает в себя использование информационных технологий для автоматизации процессов, улучшения управления запасами, оптимизации производства и распределения лекарственных препаратов. Это позволяет снижать затраты, повышать оперативность и точность работы, а также обеспечивать более эффективное управление клиентским опытом [4].

Еще одним инновационным подходом является развитие персонализированной медицины и применение генетических исследований для определения индивидуального подхода к лечению. Это позволяет разработать более эффективные и безопасные лекарственные препараты, а также предложить пациентам персонализированные лечебные схемы.

Также стоит отметить инновационные подходы в сфере маркетинга и продаж фармацевтических препаратов. К ним относятся использование цифровых медиаплатформ для привлечения и информирования клиентов, а также создание программ лояльности и персонализированных предложений [5].

Инновационные подходы в управлении фармацевтическим бизнесом также включают развитие сотрудничества и партнерства с академическими и научно-исследовательскими организациями для проведения совместных исследований и разработок новых лекарственных препаратов.

Необходимо добавить, что без хорошо налаженных социальных коммуникаций при любом из вышеперечисленных инноваци-

онных подходов могут приниматься неверные решения. Коммуникация является одним из важных элементов управления.

В целом инновационные подходы в управлении фармацевтическим бизнесом направлены на совершенствование и модернизацию всех аспектов деятельности — от научных исследований до продаж и сервиса. Они позволяют компаниям быть конкурентоспособными и отвечать на современные вызовы и потребности рынка.

В работе [6] представлены основные труды зарубежных ученых в области управления фармацевтической деятельностью, внесших значительный вклад в развитие этой сферы, например, известного австрийско-американского ученого и писателя Петера Друкера (изучал и разрабатывал теории и подходы к управлению организацией в целом, включая и фармацевтическую отрасль), индийского ученого Пракаписа Томаса Джефферсона (специализировался в области международного управления в фармацевтической и медицинской отраслях), Теодора Левитта (американский экономист, автор исследований в области фармацевтической индустрии и особенностей ее управления), Майкла Портера — американского ученого, известного своими исследованиями в области стратегического управления (его работы о преимуществах конкуренции и формировании стратегических групп в фармацевтической отрасли получили значительное признание), Юла Бьернслса (нидерландского ученого, автора множества исследований о развитии и управлении фармацевтическими компаниями, включая стратегическое планирование и управление инновациями). Все эти исследователи и ученые активно разрабатывали теории и практические подходы в области успешного управления фармацевтической деятельностью.

Практические подходы в области управления фармацевтической деятельностью направлены на обеспечение эффективной организации производства и сбыта лекарственных средств, управления медицинской информацией, качеством продукции, управления рисками и соответствия законодательству.

Рассмотрим практические подходы в области управления фармацевтической деятельностью.

1. Управление цепями поставок (Supply Chain Management).

Данный подход включает в себя планирование, управление и контроль всех этапов цепочки поставок лекарственных средств, начиная от закупки и производства до доставки продукции конечному потребителю. Целью этого подхода является достижение максимальной эффективности и минимизация затрат.

2. Управление клиническими испытаниями.

Клинические испытания являются неотъемлемой частью разработки и внедрения новых лекарственных средств. Управление клиническими испытаниями включает планирование и организацию испытания, регистрацию и анализ полученных данных. Это позволяет эффективно контролировать качество испытуемых препаратов и обеспечить их безопасность.

3. Управление медицинскими информационными системами.

С развитием информационных технологий и электронного здравоохранения в фармацевтической отрасли все больше используются медицинские информационные системы для сбора, хранения и анализа данных. Это позволяет управлять медицинской информацией, оптимизировать процессы принятия решений и улучшать качество медицинского обслуживания.

4. Управление качеством.

Качество лекарственных средств имеет важное значение для безопасности и эффективности лечения пациентов. Подходы к управлению качеством включают разработку и внедрение стандартов, контроль и анализ качества продукции, а также системы управления рисками.

5. Соблюдение законодательства и регулирование.

Фармацевтическая отрасль строго регулируется государственными органами. Управление фармацевтической деятельностью включает соблюдение всех законодательных требований, регулярные проверки и аудиты, а также взаимодействие с регулирующими органами.

Все вышеизложенные подходы являются необходимым атрибутом для успешной работы фармацевтических компаний и, как следствие, для развития отрасли в целом [7].

Считаем, что, рассматривая актуальные вопросы в управлении фармацевтическим бизнесом, необходимо ответить на вопрос: «Каковы же особенности экономики и управления в фармацевтической деятельности?».

При ответе на поставленный вопрос важно выделить следующие особенности.

1. Сильная конкуренция.

Фармацевтическая отрасль характеризуется высокой степенью конкуренции как на мировом, так и на национальном уровне. Компании ведут ожесточенную борьбу за долю рынка, поэтому эффективное управление и инновации играют важную роль в обеспечении конкурентоспособности.

2. Регулирование и лицензирование.

Фармацевтическая отрасль строго регулируется правительственными органами и международными организациями, такими как Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) и Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор) в России. Фармацевтические компании должны соответствовать законодательству и иметь необходимые лицензии для производства и продажи продукции.

3. Глобальный рынок.

Фармацевтическим компаниям приходится работать на международном уровне, учитывая глобализацию и свободное движение товаров. Это требует управления международными поставками и дистрибуцией, а также соответствия различным международным стандартам и нормативам.

4. Исследования и разработки.

Фармацевтические компании вкладывают значительные ресурсы в исследования и разработки новых лекарственных препаратов. Управление и финансирование инноваций являются ключевыми аспектами успешного функционирования фармацевтической компании. Исследованиями и разработками в фармацевтической сфере активно занимаются и в российских, и во многих зарубежных компаниях, стремясь создать новые и более эффективные лекарственные препараты [8]. Такие исследования охватывают широкий спектр областей, включая разработку новых лекарственных веществ, исследование биологических процессов, изучение механизмов действия препаратов и их взаимодействия с организмом. Одним из наиболее востребованных для фармацевтического бизнеса направлений является разработка новых лекарственных веществ. Для этого проводятся эксперименты, изучаются различные химические соединения и биологические процессы в организме. В целом исследования в фармацевтической сфере предоставляют новые знания и инструменты для разработки более эффективных лекарственных препаратов, улучшения методов их доставки и оптимизации терапевтических схем. Это позволяет ученым продвигаться вперед в лечении различных заболеваний, сокращать побочные эффекты лекарств и увеличивать эффективность терапии.

5. Медицинские требования и безопасность.

Фармацевтическая отрасль имеет строгие медицинские требования и стандарты, необходимые для обеспечения эффективности и безопасности применения лекарственных средств. Это включает в себя контроль качества, процесс утверждения и регистрации препаратов, а также обязательные клинические испытания.

Таким образом, можно подвести итог: фармацевтическая отрасль является одной из наиболее сложных и регулируемых отраслей бизнеса. Управление в этой сфере требует особых знаний и подходов для эффективной работы и достижения поставленных целей.

Рассмотрев инновационные и практические подходы в управлении фармацевтическим бизнесом, необходимо выделить современные методы управления, без которых невозможно процветание фармкомпаний.

1. Стратегическое планирование.

Этот метод включает разработку и реализацию долгосрочных стратегий и планов развития компании. Фармацевтические компании должны учитывать множество факторов, таких как изменения в регулировании, экономические факторы, изменение потребностей пациентов и т.д. Стратегическое планирование помогает определить цели и задачи, а также выбрать оптимальные стратегии для достижения успеха.

2. Управление цепочкой поставок.

В фармацевтической отрасли очень важно эффективно управлять цепочкой поставок, чтобы обеспечить надлежащую поставку продукции в нужное время и место. Это включает в себя планирование, закупки, управление запасами, логистику и дистрибуцию. Современные методы управления цепочкой поставок, такие как использование информационных технологий и автоматизации, помогают повысить эффективность и снизить издержки.

3. Управление качеством.

Фармацевтические продукты должны соответствовать высоким стандартам качества и безопасности. Управление качеством включает создание и поддержку системы контроля качества, регулярное тестирование и анализ продукции, а также процессы по устранению возможных дефектов. Системы управления качеством, такие как GMP (Good Manufacturing Practice), помогают обеспечить соответствие требованиям и стандартам.

4. Маркетинг и продажи.

Фармацевтические компании должны разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии для продвижения своих продуктов. Они должны определить целевую аудиторию, провести исследования рынка, разработать маркетинговый план и провести рекламные кампании. Управление продажами также является важной частью успешного фармацевтического бизнеса, включая установление отношений с клиентами, обучение персонала и анализ продаж.

5. Использование информационных технологий.

В настоящее время в фармацевтическом бизнесе широко используются информационные технологии [9] для повышения эффективности управления. Это включает в себя автоматизацию бизнес-процессов, таких как учет, планирование и отчетность, использование специализированных программных систем, облачных решений и аналитики данных.

Все перечисленные методы управления фармацевтическим бизнесом помогают улучшить эффективность, качество и безопасность продукции, оптимизировать процессы и достичь конкурентных преимуществ на рынке. Каждая фармацевтическая компания должна выбрать и адаптировать методы управления в соответствии с особенностями своего бизнеса и рынков, на которых она работает.

В заключение можно сделать вывод о том, что для успешного управления фармацевтическим бизнесом необходимо применение инновационных подходов к управлению, таких как облачные технологии, цифровизация процессов, аналитика данных и автоматизация. Компании также должны инвестировать в научно-исследовательскую деятельность и разработку инновационных продуктов. Важно учитывать рыночные тренды и потребности пациентов, чтобы разработка и продвижение продукции отвечали актуальным медицинским потребностям и предпочтениям потребителей [10]. Кроме этого необходима консолидация врачей и фармацевтического бизнеса на основе отлаженной социальной коммуникации, что повлечет за собой как рост маркетинговых преимуществ для новых лекарственных средств, так и получение данных о потребностях пациентов.

Литература

1. Ткаченко Е. В., Сихимбаева Д. Р. Анализ современных подходов к управлению эффективным развитием фармацевтической организации // Научное обозрение. Экономические науки. 2020. № 1. С. 9-14.
2. Фармацевтический менеджмент: современные подходы к управлению аптечными организациями: учеб. пособ. / М. А. Мищенко, С. В. Кононова, Н. Н. Чеснокова, Н. Н. Дадус, Е. В. Шаленкова, С. В. Петрова. Нижний Новгород: «Ремедиум Приволжье», 2018. 60 с.
3. Наркевич И. А. Организация и управление фармацевтической деятельностью: учеб. пособие / под ред. И. А. Наркевича. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2021. 288 с.
4. Никульников Н. В., Измайлов А. М. Влияние цифровых технологий на развитие фармацевтической промышленности // Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 11. С. 4391-4408. Doi: 10.18334/ce.16.11.116420/.

5. Фармацевтический маркетинг. Принципы, среда, практика / Микки С. Смит, Е. М. Коласса, Грег Перкинс, Брюс Сикер. М.: «Литтерра», 2005. 383 с.

6. Bunnage M. Getting pharmaceutical R&D back on target // Nature chemical biology. 2011. № 7. Pp. 335-339.

7. Чапленко А. А., Власов В. В., Гильдеева Г. Н. Инновационные лекарственные препараты на российском фармацевтическом рынке: ключевые игроки и основные направления разработок // Ремедиум. 2020. № 10. С. 4-9. Doi: 10.21518/1561-5936-2020-10-4-9.

8. Бохуа Е. Г. Пути повышения международной конкурентоспособности российской фарминдустрии // Экономика и предпринимательство. 2019. № 3 (104). С. 239-244.

9. Сотников С. А. Влияние цифровизации на трансформацию института медицины // Вестник Самарского муниципального института управления. 2023. № 1. С. 89-100.

10. Тогузова А. А., Тогузов М. Т., Цаххаева З. С. Принципы фармацевтического менеджмента в современных рыночных условиях // Образование и право. 2019. № 3. С. 165-170.

*Статья поступила в редакцию 28.08.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, д-ром полит. наук В. А. Зиминым*

ДОВЕРИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В статье рассматриваются теоретические подходы к исследованию доверия в период цифровизации. Трансформация социальных процессов в информационном обществе создает предпосылку изменения и категории «доверия». Особое внимание уделяется цифровизации социальных отношений и формированию такого феномена, как «цифровое доверие».

Ключевые слова: доверие, социальный капитал, социальные отношения, информационное общество, сетевое общество, цифровое доверие.

Сегодня современного человека невозможно представить без смартфона, который заменяет нам полноценный компьютер, а мобильный интернет дает неограниченные возможности в решении как личных, так и профессиональных задач в любой точке мира.

Но ведь так было не всегда. Целый ряд ученых (Д. Белл, Э. Тоффлер, У. Ростоу [1, 2, 3]) в своих концепциях постиндустриального общества предрекали те реалии и масштаб глобальных перемен, которые мы ощущаем на себе сегодня. В рамках данной статьи интерес представляет трансформация социальных отношений, основанных на доверии.

В этой связи *цель данной работы* – рассмотреть классические и современные подходы в исследовании доверия в современном обществе (*объекта исследования*).

Предмет исследования – трансформация категории «доверие» в информационном обществе.

Доверие является важнейшим ресурсом, обеспечивающим стабильные и надежные социальные отношения индивидов в обществе. Доверительные отношения формируют фундамент спокойствия и уверенности в завтрашнем дне. Доверяем мы именно тем людям из «близкого круга», которые не подведут, с которыми установлены отношения, проверенные временем, кто никогда не под-

водил. Именно поэтому межличностное доверие имеет огромную значимость в повседневной жизни каждого из нас. Этот вид доверия способен «окрашивать» социальные отношения эмоциональной составляющей, симпатией, чувством причастности к общему делу, солидарностью. Именно такие социальные отношения дают возможность каждому индивиду чувствовать себя комфортно и уверенно. Самый высокий уровень доверия россияне демонстрируют «ближнему кругу», а именно членам семьи и друзьям (87% и 59% соответственно). Данные результаты опубликованы в 2016 году в статье «Межличностное доверие в российском обществе» [4].

Сами определения исследуемого термина могут отличаться в силу субъективных особенностей. Так, Ф. Факуяма определяет доверие как ожидание, возникающее у членов социальной группы, того, что каждый из них будет поступать основываясь на общепринятой системе моральных ценностей, честно и бескорыстно по отношению друг к другу [5].

Если рассматривать доверие как ожидание взаимности в осуществлении каких-либо действий, то в теории Т. Парсонса данный феномен обеспечивает фундамент «социального порядка». Доверие можно рассматривать как одно из условий, обеспечивающих общественную целостность [6]. Действительно, на групповом уровне доверие может снижать социальную напряженность, формировать групповую идентичность, способствовать социальной солидарности.

Доверие в традиционном аспекте уже долгие десятилетия рассматривалось философами как социальные и индивидуальные добродетели. Ранее феномен доверия не обособлялся от сходных социальных явлений и приравнивался к вере. Однако даже в те времена доверие характеризовало близость в межличностных отношениях [7].

Как мы отмечали в своих предыдущих публикациях, изучение феномена «доверие» вызывало неподдельный интерес у исследователей самых разных областей знаний. Именно поэтому нами был проведен количественный контент-анализ публикационной активности авторов, работы которых размещены на портале www.elibrary.ru за период с 1990 по 2022 гг.

Данные, представленные на рисунке 1, указывают на то, что экономические науки возглавляют рейтинг по использованию термина «доверие» в названии научных работ, в аннотации и ключевых словах. И это неудивительно, поскольку в структуре социального капитала доверие занимает ключевое место. А социальный капитал,

в свою очередь, рассматривается как ресурс, способствующий сокращению издержек в экономических отношениях его акторов.



Рис. 1. 20 предметных областей знаний с наибольшим количеством научных трудов на русском языке, в названии которых присутствует термин «доверие» (по данным [7])

Как видно из рисунка 1, категория «доверие» присутствует в научных трудах не только в области гуманитарных и экономических наук. Огромный перечень научных работ присутствует и в других предметных областях знаний, что указывает на междисциплинарность изучаемого феномена.

Говоря об институциональном уровне доверия в современном обществе, множество научных работ подтверждают, что именно доверие к отдельным институтам можно считать фундаментом стабильности социальной системы и формирования гражданского общества, и наоборот. Интерес представляет исследование Е. М. Бобковой, в котором с позиции доверия проанализирован социально-политический конфликт между правительством Молдовы и частью населения в начале 1990-х гг. Состояние нестабильности и тревожности в обществе затронуло абсолютно все стороны жизнедеятельности обычного человека. Утрата доверия к органам власти способ-

ствовала затяжному конфликту и снижению солидарности в обществе [8].

Изучение категории «доверие» в рамках российского общества было, остается и будет актуальным. В настоящее время Россию относят к странам с низким уровнем доверия и социального капитала наряду со странами Восточной Европы. К странам с высоким уровнем доверия относят США, Германию и Японию [5].

В России люди выражают свое недоверие не только к власти, но и друг к другу. Справедливости ради отметим, что речь идет о низком уровне доверия именно к незнакомым людям, что подтверждается результатами исследований различных авторов. «Такая конфигурация установок отражает кризис социальной идентичности», вызванный быстрой изменчивостью условий повседневной жизни [4]. Россияне сегодня предпочитают чрезмерную осторожность и автономность, нежели открытость и доверчивость. Автономия личности приводит к социальному отчуждению. Люди также начинают чувствовать одиночество и отсутствие взаимопонимания. Следовательно, не может идти и речи о самоидентификации человека и какой-либо социальной группы.

Необходимо отметить, что мнения ученых относительно оценки уровня доверия в современном обществе расходятся. Одни говорят об умеренной ситуации, другие — о том, что существенное снижение уровня доверия влечет за собой серьезные социальные проблемы.

Важная роль в подрыве доверия, в частности к органам власти, в современном обществе отводится средствам массовой информации. И здесь мы сталкиваемся с очень противоречивой ситуацией. С одной стороны, не секрет, что государственные СМИ освещают события, происходящие в обществе, с целью формирования устойчивого уровня доверия населения к действующей власти, посредством современной «пропаганды». С другой стороны, в последние десятилетия такие средства массовой информации подвергаются широкой критике за их узко направленную специфику деятельности и создают ситуацию, когда граждане проявляют повышенный интерес к СМИ, формирующим альтернативное общественное мнение.

В результатах исследования, проведенного в Санкт-Петербурге, отмечается, что большинство жителей Северной столицы доверяют Интернет-источникам (в частности, YouTube), а не телевидению (40,2% и 24,1% соответственно) как средствам массовой информации [9]. Действительно, эпоха информационного общества ознаменовала появление всемирной сети и социальных сетей. Вместе с

этим спектр вызовов доверию стал значительно расширяться. Развитие информационных технологий, которые пронизывают все сферы нашей жизнедеятельности, создает ситуацию, когда наблюдается рост альтернативных источников информации, которые можно использовать для воздействия на общественное мнение. Так, Ю. В. Веселов отмечает, что рост интереса к цифровым каналам информации (таким как YouTube) имеет негативное последствие для развития общества, а именно, снижение уровня доверия к научному знанию.

Считаем, что сегодня мы стоим на пороге глобальных трансформаций социальных отношений, которые подвержены процессам цифровизации. Благодаря глобализации расширяются экономические, социальные, культурные и политические границы. Информационное общество набирает обороты в своем развитии, и абсолютно естественно, что социальные отношения, выстроенные в данных условиях, отличаются от традиционных.

Во взглядах современных ученых прослеживается мысль о безличности доверия в современном обществе, о появлении феномена «цифровое доверие» [9, 10, 15].

Считаем, что сама сущность понятия «доверие» не изменилась, как не может измениться сам процесс социальных связей и отношений. Термин «доверие» означает уверенность в честности, порядочности, открытости по отношению к какому-либо индивиду. Это стабильность, безопасность и вера во что-либо.

Сколько бы смысловых значений этого термина не было проанализировано, речь идет об особом субъективном отношении человека к человеку или к группе лиц. Нам близка позиция известного социолога Ж. Т. Тощенко, который отмечает, что результатом взаимодействия является не только совместное понимание смыслов событий и действий, но и совместное переживание: чувственные и эмоциональные оценки общественных процессов и природных явлений [16].

Анализ публикаций, описывающих классические и современные теоретические и практические подходы к трансформации феномена «доверие» подтолкнули нас к следующим размышлениям.

Во-первых, информационное общество существенно изменило характер социальных отношений, увеличило скорость научно-технологического развития, скорость передачи сообщений, изменило характер социальных контактов.

Ключевой чертой информационного общества становится такая форма социальной организации, при которой создание, обра-

ботка и передача информации становится фундаментальным источником производительности и власти [11]. Кроме того, М. Кастельс, характеризуя информационное общество, упоминает о новой социальной структуре, называя это общество сетевым в силу увеличения роли социальных сетей, контактов, которые разрастаются с огромной скоростью в интернет-пространстве и пронизывают все сферы жизнедеятельности человека. В сетевом обществе цифровой язык создает новую культуру, регулируя новые отношения в реальности, которая создается в социальной сети. Цифровизация социальных отношений наглядно демонстрирует утверждение М. Грановеттера о слабых социальных связях, о том, что общение становится более поверхностным [12].

Действительно, очень сложно говорить о доверии к собеседнику в социальной сети, если вы не знакомы лично, общаетесь только в виртуальной реальности и ваши социальные контакты спрятаны под маской «ника», а не настоящего имени. В данном случае можно утверждать даже о небезопасности общения в социальных сетях, в которые так погружены сегодня все члены общества, особенно молодежь.

Во-вторых, считаем несколько некорректным употреблять термин «цифровое доверие». Можно доверять конкретным людям, органам государственной власти, Президенту Российской Федерации, производителям, потребителем, поставщикам, партнерам и т.д.

Информационное общество и цифровизация меняет только характер социальных отношений и отношений к поиску, использованию и хранению информации в цифровой среде, которая пронизывает всю нашу жизнь. Поэтому доверять или нет можно интернет-магазинам, информации, размещенной в социальных сетях обычных собеседников или конкретных общественных деятелей, телевидению или интернет-порталам. То есть информации, которая располагается на цифровых платформах, а это значит, доверять можно «цифровой среде».

Несколько лет назад мы столкнулись с глобальным вызовом современности, который еще больше погрузил нас в цифровую среду, — с пандемией. Мы наблюдали развитие мобильных банков, интернет-магазинов, услуг доставки товаров, дистанционного обучения в школах, колледжах и университетах. И, конечно же, удаленная работа... Локдаун и последующий массовый перевод на удаленную работу весной 2020 г. способствовали серьезным трансформациям в деятельности множества компаний и в представлениях работников о таких понятиях, как офис, рабочее место, рабочий день, трудовой

коллектив, социально-психологический климат в общении с сотрудниками. Исследование, проводимое С. Г. Климовой и И. А. Климовым, способствовало осмыслению опыта и направлению совершенствования онлайн-работы. Огромный опыт получили как руководители, так и сотрудники. Поскольку и те и другие были не готовы экстренно переходить к цифровизации трудовых отношений, все испытывали существенный уровень стресса. Для руководителей главной проблемой оказалось установление баланса между контролем и доверием по отношению к своим сотрудникам [13].

Действительно, каждый из нас, оказавшись перед необходимостью организовать свое рабочее время дома, понимал, что так или иначе мы будем вынуждены совмещать свое рабочее время с бытовыми, домашними вопросами, поскольку в своих квартирах оказались «заложниками» не только родители, но и дети, которые однозначно вносили коррективы в рабочее время своих родителей, оказавшихся на «удаленке». Авторы статьи [13] отмечают, с какими еще проблемами столкнулись сотрудники — это провалы в деловых коммуникациях и невозможность синхронизации деятельности различных подразделений в режиме онлайн. Всем нужно было освоить новые «правила игры», а точнее, работать над постановкой задач, установлением адекватных сроков их исполнения. И конечно же, необходимы были изменения в коммуникациях: четкие, короткие, емкие по содержанию сообщения стали более результативными в рабочих моментах, чем длительные совещания в офисе.

В-третьих, цифровизация социальных отношений способствует росту кибермошенничества, которое подрывает «зыбкое» доверие к цифровым платформам, интернет-магазинам, мобильным приложениям онлайн-банков, порталов госуслуг и т.д. Все это способствует доступу к персональным данным, к пин-кодам банковских карт, личной информации и прочим данным, которые преступники используют в корыстных целях. Кроме того, сегодня наблюдается дефицит специалистов в области информационной безопасности как в государственных, так и в частных учреждениях.

Ежегодный прирост кибермошенничества составляет порядка 20-30%, и данное обстоятельство ставит под угрозу как экономическую безопасность государства, так и его суверенитет в целом [6]. На наш взгляд, все это ведет не к снижению «цифрового доверия», а к падению доверия граждан к «цифровой среде».

В заключение необходимо сказать о том, что повысить уровень доверия к цифровой среде возможно за счет обеспечения неприкосновенности частных данных и жизни во время работы в цифровом

пространстве; повышения цифровой грамотности населения, формирования информационной культуры, а также создания надежных и безопасных приложений для работы в цифровой среде, которые были бы защищены от взлома.

Литература

1. Тоффлер Э. Третья волна. М.: «АСТ», 2004. 261 с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Пер. с англ., под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 2004. 783 с.
3. Ростои У. Стадии экономического роста / Пер. с англ. В. П. Марченко. Нью-Йорк: Прегер, 1961. 236 с.
4. Кученкова А. В. Межличностное доверие в российском обществе // Социологические исследования. 2016. № 1. С. 26-36.
5. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М., 2004. 730 с.
6. Парсонс Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л. А. Седова, А. Д. Ковалева, под ред. М. С. Ковалевой. М.: Аспект Пресс, 1998. 270 с.
7. Быкова О. Е. Феномен доверия в философии Адама Селигмена // Этическая мысль. 2020. № 1. С. 130-141.
8. Бобкова Е. М. Доверие как фактор целостности общества // Социологические исследования. 2014. № 10 (366). С. 70-76.
9. Веселов Ю. В., Скворцов Н. Г. Доверие в эпоху цифровых трансформаций: опыт социологического исследования // Социологические исследования. 2021. Т. 47. № 6. С. 57-68.
10. Гладилина И. П., Колесник В. В., Прохоров Ю. Н., Талан М. В., Фокина А. Н. Формирование методики оценки показателя цифрового доверия (digital trust) как индикатор качества информационных ресурсов государственного управления // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т. 12. № 8А. С. 368-378.
11. Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева, под ред. В. Харитонов. Екатеринбург: У-Фактория (при участии Гуманитарного ун-та), 2004. 328 с.
12. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // The American Journal of Sociology. 1985. Vol. 91. № 3. Pp. 481-510.
13. Климова С. Г., Климов И. А. Опыт перехода российских компаний на удаленную работу в ситуации пандемии // Социологические исследования. 2021. № 7. С. 50-60.
14. Зеленков М. Ю., Тюриков А. Н. Модель вызовов доверию в современной Российской Федерации // Социодинамика. 2022. № 2. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=37600.

15. Веселов Ю. В. Доверие в цифровом обществе // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. № 2. С. 129-143.

16. Тощенко Ж. Т. Жизненный мир и его смыслы // Социологические исследования. 2016. № 1. С. 6-17.

17. Российская научная электронная библиотека. URL: <https://elibrary.ru/>.

*Статья поступила в редакцию 22.09.23г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© Н. В. ТЕХТЕЛЕВА¹, Е. В. МЕНЗУЛ², 2023

^{1,2} Самарский государственный медицинский университет
(СГМУ Минздрава России), Россия

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

ВЛИЯНИЕ СИНДРОМА ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА

Напряжение на работе и стресс, связанный с профессиональной деятельностью, могут негативно отразиться на эффективности работы организации и привести к высокой текучести кадров. В статье анализируется влияние эмоционального выгорания, связанного с особенностью профессиональной деятельности (на примере продавцов-консультантов и кассиров), на производительность труда; установлена взаимосвязь интернальности и синдрома эмоционального выгорания. Делается вывод о том, что эффективность деятельности продавцов-консультантов и кассиров можно повысить, если учитывать уровень их эмоционального выгорания и зависимость прогресса эмоционального выгорания от интернальности.

Ключевые слова: стресс, синдром эмоционального выгорания, интернальность, локус контроля, профессиональная деятельность, производительность труда.

Введение

В последнее время все больше внимания уделяется проблеме снижения производительности труда сотрудников, связанной с перегрузкой их психоэмоционального состояния, вызванной различными факторами. Это в свою очередь отрицательно сказывается не только на производительности труда сотрудников, но и, как следствие, на стабильности и конкурентоспособности всей организации в целом.

Продавцы-консультанты и кассиры — одни из самых стрессовых профессий. Прибыль и процветание организации напрямую зависят от их профессионализма. Поэтому человеческий капитал является ресурсом, скрывающим наибольшие возможности для эффективной деятельности современного торгового предприятия.

Считаем, что трудовую активность и продавца-консультанта, и кассира (а также эффективность их деятельности) можно повысить, если учитывать уровень их эмоционального выгорания и за-

висимость прогрессирующего эмоционального выгорания от интернальности.

Цель настоящего исследования — рассмотреть влияние синдрома эмоционального выгорания на производительность труда и выявить особенности влияния интернальности на уровень его развития. Объект исследования — факторы развития синдрома эмоционального выгорания у продавцов-консультантов и кассиров.

Для решения поставленной цели были сформулированы следующие задачи.

1. Проанализировать теоретическую и прикладную литературу по проблемам:

- синдром эмоционального выгорания;
- особенности профессиональной деятельности продавцов-консультантов и кассиров;
- интернальность у продавцов-консультантов и кассиров.

2. Провести эмпирическое исследование влияния интернальности на уровень развития синдрома эмоционального выгорания у продавцов-консультантов и кассиров.

3. Подтвердить или опровергнуть гипотезу о том, что интернальность оказывает влияние на уровень эмоционального выгорания продавцов-консультантов и кассиров (менее склонны к синдрому эмоционального выгорания продавцы-консультанты и кассиры с интернальным способом оценки ситуации деятельности, чем с экстернальным).

Для этого в работе в качестве методологической основы использована Методика диагностики уровня эмоционального выгорания В. В. Бойко [3]. Для статистической обработки данных по результатам эксперимента был использован критерий Манна — Уитни (критерий нужен для того, чтобы выяснить различия между уровнем эмоционального выгорания продавцов-консультантов и кассиров, а также выяснить различие между уровнем интернальности и степенью эмоционального выгорания).

Результаты исследования

Эмоциональное выгорание рассматривается как особое состояние человека, которое возникает в результате профессиональных стрессов. Выгорание — это совокупность эмоциональных и поведенческих проявлений, которые негативно влияют на работоспособность, физическое и психическое состояние, а также на взаимоотношения работника с окружающими. Синдром, который возникает в результате долговременных стрессовых ситуаций на работе, связанных

с межличностными взаимодействиями, называется синдромом выгорания.

Синдром выгорания — это состояние, которое возникает, когда человек испытывает эмоциональное, умственное и физическое истощение из-за длительного периода высокой эмоциональной нагрузки. Основные признаки этого синдрома включают плохое настроение, ощущение усталости и пустоты, недостаток энергии и энтузиазма, потерю веры в успешность своего труда и негативное отношение к работе. На прогресс синдрома будет влиять комплекс факторов, связанных с работой, организацией и личностью. Изменения в развитии синдрома будут различаться в зависимости от вклада каждого из этих факторов. Негативные последствия профессионального выгорания ощущаются как на работе, так и на личном уровне у всех сотрудников, а также влияют на работу организации в целом.

Согласно В. В. Бойко [1], синдром «эмоционального выгорания» содержит три этапа, каждый из которых характеризуется четырьмя признаками.

Первая фаза «Тревожное напряжение» характеризуется появлением таких симптомов, как переживание негативных событий, недовольство собой, ощущение ограничений, тревога и плохое настроение.

Во второй фазе «Резистенция» происходит проявление определенных признаков, таких как неправильные эмоциональные реакции, потеря ориентации в эмоционально-нравственном плане, экономия эмоций и снижение выполнения профессиональных обязанностей.

Третья фаза «Истощение» характеризуется следующими признаками: недостаток эмоций, чувство отчуждения, изменение восприятия себя и своего тела, а также возникновение проблем со здоровьем, связанных с психическим и физиологическим состоянием.

Выгорание часто возникает из-за накопленного профессионального стресса, особенно если он длится долго и становится хроническим. Однако оно может не ограничиваться только работой и проявляться в различных аспектах нашей жизни.

Несмотря на некоторые различия в подходах к изучаемой теме, большинство исследователей (В. В. Бойко [1], Н. Е. Водопьянова [2], Н. В. Самоукина [4]) придерживаются точки зрения, что люди имеют различные способы объяснения причин событий, которые для них важны, и определяют, где сконцентрирован контроль над ними. Существуют две противоположные формы локализации: внешняя и внутренняя. Одна из форм проявления заключается в том, что чело-

век придает происходящему с ним событию значение, не связанное с его собственными действиями, а приписывает это влиянию внешних факторов, таких как случайность или вмешательство других людей. Во втором случае человек приписывает значение событиям, полагая, что они произошли благодаря его собственным действиям. У людей с экстернальным локусом контроля в большей степени наблюдается склонность к соответствию и подчинению, они предпочитают совместную работу, часто проявляют пассивность, зависимость, тревожность и неуверенность в себе. Люди, у которых внутренний локус контроля, обладают высоким уровнем активности, независимости и самостоятельности в работе. Они часто оценивают себя положительно и проявляют уверенность в себе, а также проявляют терпимость к окружающим. Таким образом, то, насколько человек ориентирован на свой рост и развитие, определяет его степень интернальности.

Для того чтобы оценить влияние синдрома эмоционального выгорания на производительность труда и выявить особенности влияния интернальности на уровень его развития, было проведено социологическое исследование в форме тестирования, в котором приняли участие 80 респондентов. Участниками эксперимента стали: кассиры (40 человек) и продавцы-консультанты (40 человек). Все респонденты работают в гипермаркетах города Самары более одного года. Выборка гетерогенна, возраст испытуемых варьирует от 20 до 40 лет. Тестирование проводилось в индивидуальной форме с каждым респондентом в свободное от работы время.

Для достижения поставленной цели и задач исследования, а также проверки гипотезы было проведено эмпирическое исследование.

К полученным результатам после прохождения теста была применена методика диагностики уровня эмоционального выгорания В. В. Бойко, которая показала, что для экстерналов более свойственно проявление таких симптомов, как «загнанность в клетку», «неадекватное избирательное эмоциональное реагирование», «эмоционально-нравственная дезориентация», «расширение сферы экономии эмоций» и «редукция профессиональных обязанностей». Для интерналов характерны высокие показатели по шкалам «тревога и депрессия», «неудовлетворенность собой» и «эмоциональная отстраненность», при этом статистически значимы различия при $p \leq 0,01$.

Результаты исследования подтверждаются теоретическими данными, которые были получены в ходе анализа профессиограммы Е. С. Романовой [5]. Интернальность (или склонность принимать от-

ветственность за происходящие события на себя) в сочетании с такими профессиональными требованиями, как внимательность и исполнительность, а также материальная ответственность, при наличии сопутствующих развитию синдрома эмоционального выгорания факторов (например, высокого ритма работы, повышенной конфликтности, неблагоприятного социально-психологического климата в организации и пр.), чувство личной ответственности за происходящее, приводит к тому, что сотрудник часто «загоняет себя в клетку». Интерналы чаще тревожатся и впадают в депрессию, сильнее переживают психотравмирующие обстоятельства, а также, при развитии синдрома эмоционального выгорания до третьей стадии, чаще отстраняются эмоционально.

Экстерналы в целом быстрее эмоционально выгорают, среди них часто встречаются сотрудники на второй стадии эмоционального выгорания. Возможно, тот факт, что экстерналы не чувствуют причастности к деятельности, которую они выполняют, и не видят собственного вклада в успех, провоцирует рост эмоционального выгорания у сотрудника.

Полученные значения у интерналов в выборке продавцов-консультантов достоверны значениям для симптома «расширение сферы экономии эмоций» и менее достоверны значениям симптома «неудовлетворенность собой». Различие между развитием синдрома эмоционального выгорания у интерналов и экстерналов продавцов-консультантов менее очевидно, чем различие у интерналов и экстерналов кассиров. Для продавцов-консультантов, обладающих внешним локусом контроля, более, чем продавцам-кассирам с внутренним локусом, свойственно сдерживать эмоции. По мнению В. В. Бойко, расширение сферы экономии эмоций распространяется и вне профессиональной сферы, т.е. в общении с родными, друзьями. На работе эти люди держатся в соответствии с нормативами, а дома замыкаются или вербально агрессивны. Для продавцов-консультантов — интерналов свойственна неудовлетворенность собой: в результате неудач или неспособности повлиять на психотравмирующие обстоятельства человек обычно испытывает недовольство собой, профессией, конкретными обязанностями.

При сравнении интерналов-кассиров и интерналов-продавцов существуют значимые различия (при $p \leq 0,01$): для продавцов-консультантов — интерналов в большей степени, чем для кассиров — интерналов, характерна «личностная отстраненность (деперсонализация)» и «эмоциональная отстраненность». Экстерналы — продавцы-консультанты больше подвержены воздействию таких

симптомов, как «редукция профессиональных обязанностей» и «эмоциональная отстраненность», чем экстерналы — кассиры. Можно предположить, что продавцы чаще, чем кассиры, имеют такие симптомы, как «загнанность в клетку» и «личностная отстраненность (деперсонализация)».

Статистическая обработка данных по результатам эксперимента показала, что у каждой из групп опрашиваемых респондентов (и продавцов-консультантов, и кассиров) есть тенденция к формированию эмоционального выгорания. Практически сформированной можно считать первую фазу синдрома эмоционального выгорания, чуть менее заметны вторая и третья фазы, но они продолжают формироваться. Полученные результаты у интерналов и экстерналов при сравнении уровня развития фаз синдрома эмоционального выгорания отличаются (при $p \leq 0,01$).

Выводы

Таким образом, предложенная авторами гипотеза о влиянии на уровень эмоционального выгорания продавцов-консультантов и кассиров интернальности доказана. Следовательно, утверждение о том, что производительность труда сотрудников можно повысить, если учитывать уровень их эмоционального выгорания и зависимость прогресса эмоционального выгорания от интернальности, считаем обоснованным.

Литература

1. Бойко В. В. Синдром «эмоционального выгорания» в профессиональном общении. СПб.: Питер, 2015. 278 с.
2. Водопьянова Н. Е. Синдром психического выгорания в коммуникативных профессиях // Психология здоровья / Л. И. Августова, В. А. Ананьев, Н. Е. Водопьянова и др. СПб., 2000. С. 25-27.
3. Райгородский Д. Я. Практическая психодиагностика. Методики и тесты: учеб. пособие. Самара: «БАХРАХ-М», 2001. 672 с.
4. Самоукина Н. В. Психология профессиональной деятельности. СПб.: Питер, 2003. 324 с.
5. Романова Е. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы. 2-е изд. СПб.: Питер, 2003. 464 с.

*Статья поступила в редакцию 28.08.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© Е. П. ИЗМАЙЛОВ¹, Н. Д. ГОЛУБЕВА², И. Н. ПАВЛОВА³,
Е. С. КЛИМОВА⁴, 2023

¹ Самарский государственный медицинский университет (СамГМУ);

^{2,3} Самарский государственный технический университет (СамГТУ);

⁴ Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка» (Университет «МИР»), Россия

E-mail ¹: info@samsmu.ru

E-mail ²: dinatalia2012@yandex.ru

E-mail ³: inp-63@mail.ru

E-mail ⁴: depcy@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ ТРЕВОЖНЫХ ОЖИДАНИЙ ПРИ ДИСТАНЦИОННОМ ОБУЧЕНИИ НА УСПЕВАЕМОСТЬ С УЧЕТОМ ГЕНДЕРНЫХ РАЗЛИЧИЙ

В статье рассматривается одна из моделей изучения социального пространства студентов-женщин и студентов-мужчин, возникающего при дистанционном проведении воспитательно-образовательного процесса, с включенными в него элементами цифровых технологий и ресурсов Интернета в проведении занятий и экзаменов. Проведена оценка возникающей тревожной обстановки и возникающего от этого снижения усвояемости учебного материала с помощью специально адаптированной для этих целей анкеты «Госпитальной шкалы тревоги и депрессии. Hospital Anxiety and Depression Scale (HADS)»; выявлены гендерные отличия. Анкетирование проведено среди 162 студентов, из которых 84 (51,85%) – студентов-женщин и 78 (48,77%) – студентов-мужчин 1-2 курсов Самарского государственного технического университета (СамГТУ) и студентов Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка» (Университета «МИР»), прошедших промежуточную аттестацию.

Ключевые слова: дистанционное обучение, студенты, гендерные отличия, тревога, шкала тревоги, образовательный процесс.

Введение

В последнее время в российских университетах очное обучение стало сочетаться или заменяться заочным с использованием дистанционных форм обучения и цифровых технологий, которые во многом отличаются от классического очного обучения студентов, так как отсутствует прямое общение студента и преподавателя, с одной стороны, и общения студентов между собой – с другой. Такие отличия прямо влияют на учебный процесс и степень усвоения

учебного материала, на что указывается в работах Н. В. Никуличевой [5] и Е. С. Полат [6, 7]. При этом большое значение имеет и социальное здоровье студента, на что обращает внимание в своей работе И. В. Журавлева [1].

При проведении дистанционного обучения возникает много технических проблем, которые могут оказать прямое влияние на весь образовательный процесс. Иногда возникают помехи, прерывается связь, изменяется звук, яркость монитора. У студентов имеются совершенно разные персональные компьютеры, которые работают на разных платформах и программах. Все это вносит совершенно определенную нервозность и тревогу. Причем в силу гендерных отличий студенты-мужчины переживают эти моменты не так, как многие студенты-женщины.

В работе «Применение адаптированной анкеты HADS для оценки степени усвоения учебного материала при дистанционном обучении» авторов Е. П. Измайловой, Н. Д. Голубевой, Е. С. Климовой [2] прослежена связь между степенью усвоения учебного материала и тревогой при дистанционной форме обучения. В ней также отмечается, что тревога во время занятия или тревожные ожидания прямо влияют на течение всего учебного процесса.

Однако до сих пор не определено, как влияет дистанционное обучение на степень тревоги студентов с учетом гендерных различий и, как следствие, на степень усвоения ими учебного материала.

В связи с этим цель настоящей работы заключается в исследовании степени тревожных ожиданий при проведении дистанционного обучения у студентов с учетом гендерных различий.

Данное исследование строится на эмпирической базе материалов социологического исследования, проведенного в 2020-2023 годах в Самарском государственном техническом университете (СамГТУ) и Самарском университете государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»), материалы которого также представлены в работе [2]. Для оценки тревожных ожиданий при проведении дистанционного обучения студентов была использована адаптированная в работе [3] для педагогического процесса «Госпитальная шкала тревоги и депрессии» (Hospital Anxiety and Depression Scale (HADS) [4]. В качестве основного метода сбора эмпирических данных использовался анкетный опрос, который проводился среди 162 студентов 1-2 курсов, прошедших промежуточную аттестацию, из которых 84 человека (51,85%) составляли студенты-женщины и 78 человек (48,77%) – студенты-мужчины.

Результаты исследования

Ответы респондентов, полученные с использованием адаптированной анкеты HADS, разделены по гендерному признаку и занесены в таблицы 1 и 2.

Таблица 1

**Результаты анкетирования студентов-женщин,
занимающихся в дистанционном режиме**

Вопрос анкеты	Число студенток-женщин, поставивших баллы (от 0 до 3) в анкете по вопросам, %			
	0	1	2	3
1. Я испытываю напряжение и тревогу от занятия или лекции?	44,05	42,86	9,52	3,12
2. То, что мне раньше нравилось в обучении, сейчас при новых технологиях мне приносит такие же положительные эмоции?	33,33	34,52	21,43	10,72
3. Я испытываю беспокойство и тревогу от ощущения, что могут случиться сбои в работе техники и программ в процессе обучения?	34,52	47,62	8,33	9,53
4. Я способен испытывать веселое и радостное состояние на этапах обучения при применении новых технологий?	45,23	32,14	13,1	9,53
5. Во время обучения у меня в голове крутятся беспокойные мысли?	66,67	23,81	7,14	2,38
6. Я испытываю бодрость и приподнятое настроение во время занятия?	28,57	47,62	13,1	10,71
7. Во время занятия я могу расслабиться?	34,52	41,67	16,67	7,14
8. Мне кажется, что я стал медленнее усваивать материал занятия?	35,71	33,33	20,24	10,71
9. Во время занятия я испытываю напряженность и тревогу?	44,05	27,38	15,48	13,09
10. Во время занятия я не слежу за своей внешностью?	33,33	38,1	16,67	11,9
11. Во время занятия у меня нет усидчивости, мне хочется двигаться и отвлекаться?	47,62	27,38	19,05	5,95
11. Я считаю, что занятие принесет мне необходимые знания и чувство удовлетворения?	67,86	21,43	9,52	1,19
12. У меня бывает внезапное чувство паники и страха?	77,38	19,05	1,19	2,38
13. Я удовлетворен полученным объемом информации и самим занятием?	63,1	32,14	4,76	0

**Результаты анкетирования студентов-мужчин,
занимающихся в дистанционном режиме**

Вопрос анкеты	Число студентов-мужчин, поставивших баллы (от 0 до 3) в анкете по вопросам, %			
	0	1	2	3
1. Я испытываю напряжение и тревогу от занятия или лекции?	42,31	47,44	7,69	2,56
2. То, что мне раньше нравилось в обучении, сейчас при новых технологиях мне приносит такие же положительные эмоции?	28,21	56,41	10,26	5,13
3. Я испытываю беспокойство и тревогу от ощущения, что могут случиться сбои в работе техники и программ в процессе обучения?	21,79	62,82	10,26	5,13
4. Я способен испытывать веселое и радостное состояние на этапах обучения при применении новых технологий?	41,03	43,59	10,26	5,12
5. Во время обучения у меня в голове крутятся беспокойные мысли?	66,67	28,21	3,85	1,27
6. Я испытываю бодрость и приподнятое настроение во время занятия?	16,67	67,95	7,69	7,69
7. Во время занятия я могу расслабиться?	44,03	42,31	8,97	4,69
8. Мне кажется, что я стал медленнее усваивать материал занятия?	52,56	30,77	6,41	10,26
9. Во время занятия я испытываю напряжение и тревогу?	5,0	34,62	10,27	5,13
10. Во время занятия я не слежу за своей внешностью?	37,18	42,31	11,54	8,97
11. Во время занятия у меня нет усидчивости, мне хочется двигаться и отвлекаться?	56,41	24,36	16,67	2,56
11. Я считаю, что занятие принесет мне необходимые знания и чувство удовлетворения?	76,92	14,1	7,69	14,29
12. У меня бывает внезапное чувство паники и страха?	88,46	10,26	14,3	0
13. Я удовлетворен полученным объемом информации и самим занятием?	76,92	19,23	42,85	0

На рисунке 1 воспроизведены графически результаты, полученные при проведении опроса. Расшифровка каждого из столбцов гисто-

граммы балльной оценки по шкале HADS («нет тревоги», «большая тревога», «выраженная тревога») представлена авторами в работе [2].

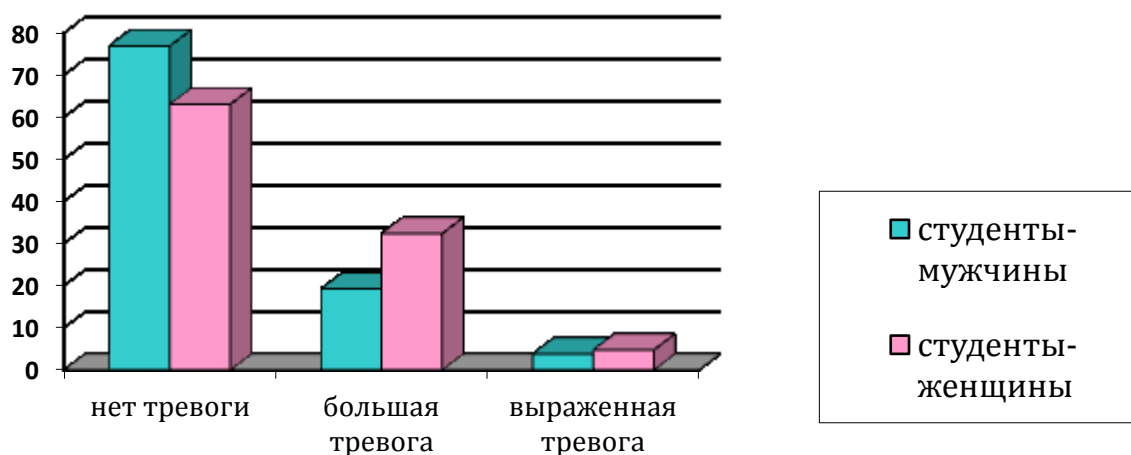


Рис. 1. Восприятие занятий при обучении в дистанционном режиме студентами-мужчинами и студентами-женщинами

Анализ результатов анкетирования показал следующее.

Тревогу при проведении дистанционного обучения не испытывали 63,09% женщин и 76,92% мужчин (дистанционное обучение не повлияло на степень усвоения учебного материала). У 32,14% студенток-женщин и 19,23% студентов-мужчин возникала небольшая тревога, которая снижала усвоение учебного материала более чем на 20% и до 50%. 4,76% студенток-женщин и 3,85% студентов-мужчин отметили, что дистанционное обучение было им некомфортным, вызывало выраженную тревогу и привело к плохому усвоению учебного материала, что подтвердилось результатами промежуточной аттестации.

Обращает на себя внимание то, что при ответе на второй вопрос анкеты – «Что мне раньше нравилось в обучении, сейчас при новых технологиях мне приносит такие же положительные эмоции?» – 32,14% студенток-женщин и 15,38% студентов-мужчин отметили испытываемое напряжение и тревогу от занятия или лекции в дистанционном режиме, а 67,85% студенток-женщин и 88,46% студентов-мужчин отметили, что новые технологии при дистанционном обучении приносили им положительные эмоции.

Отсутствие прямого контакта с педагогом у 9,52% студенток-женщин и 5,13% студентов-мужчин вызывает появление беспокойных мыслей и рассеянного внимания во время обучения, причем 25% студентов-мужчин и 14,10% студенток-женщин во время занятия могут расслабиться. 25% студенток-женщин и 19,23% сту-

дентов-мужчин во время проведения занятий могут отвлекаться от учебного процесса, что снижает усвоение учебного материала.

Несмотря на возникновение чувства тревоги и известные неудобства дистанционной формы обучения большинство студентов (89,28% студентов-женщин и 91% студентов-мужчин) отметили удовлетворение полученным объемом информации и самим занятием.

Чтобы проследить связь между степенью усвоения учебного материала и тревожным состоянием респондентов, используем корреляционный анализ.

По данным анкетирования и результатам контрольного тестирования составим корреляционные таблицы для студентов-женщин (табл. 3) и студентов-мужчин (табл. 4).

Таблица 3

Корреляционная таблица (для студентов-женщин)

$Y_1 \setminus X_1$	3,5	9	11
2 (менее 49%)	0	1	3
3 (от 50 до 69%)	4	3	2
4 (от 70 до 84%)	25	6	1
5 (от 85 до 100%)	39	0	0

Расшифровка показателей, представленных в таблице 3:

X_1 – среднее значение анкетных баллов на промежутке, которое характеризует степень тревоги и депрессии;

Y_1 – успеваемость, процент усвоенного учебного материала студентами-женщинами, оцененный по пятибалльной системе.

Для анализа вычислены числовые характеристики величин X_1 и Y_1 – средние значения (математические ожидания), дисперсии, среднеквадратические отклонения: $\bar{X}_1 = 4,69$, $D(X_1) = 7,2$, $\bar{Y}_1 = 4,26$, $D(Y_1) = 0,71$, $M(X_1Y_1) = 18,26$. Также вычислены: ковариация $\text{cov}(X_1, Y_1) = -1,95$ и коэффициент корреляции $r_1 = -0,89$.

Таблица 4

Корреляционная таблица (для студентов-мужчин)

$Y_2 \setminus X_2$	3,5	9	11
2 (менее 49%)	0	0	1
3 (от 50 до 69%)	3	2	3
4 (от 70 до 84%)	26	6	0
5 (от 85 до 100%)	38	0	0

Расшифровка показателей, представленных в таблице 4:

X_2 – среднее значение анкетных баллов на промежутке, которое характеризует степень тревоги и депрессии;

Y_2 – успеваемость, процент усвоенного учебного материала студентами-мужчинами, оцененный по пятибалльной системе.

Для анализа данной таблицы вычислены числовые характеристики величин X_2 и Y_2 – средние значения (математические ожидания), дисперсии, среднеквадратические отклонения: $\bar{X}_2 = 4,44$, $D(X_2) = 6,03$, $\bar{Y}_2 = 4,35$, $D(Y_2) = 0,55$, $M(X_2Y_2) = 18,37$ Также вычислены ковариация $\text{cov}(X, Y) = -0,94$ и коэффициент корреляции $r_2 = -0,51$.

Так как ковариация не равна нулю, следовательно, величины X_1 и Y_1 , X_2 и Y_2 – зависимы. Кроме этого можно увидеть, что коэффициент корреляции в обоих случаях отрицательный: $r < 0$. Это говорит о том, что тревога и успеваемость обратно коррелированы как для студентов-мужчин, так и для студентов-женщин. В случае студентов-мужчин имеем умеренную обратную связь, а в случае студентов-женщин – сильную обратную связь.

Следовательно, с увеличением степени тревоги хуже усвоение учебного материала как у студентов-женщин, так и у студентов-мужчин, причем сильнее влияние тревоги на успеваемость у студентов-женщин.

Заключение

Таким образом, можно сделать вывод о том, что каждый пункт адаптированной анкеты «Hospital Fixity and Depression Scale (HADS)» (Госпитальной шкалы тревоги депрессии) для изучения образовательного процесса является эффективным в части определения тревожных ожиданий студентов, степени усвоения ими излагаемого материала как в целом [2], так и с учетом их гендерных отличий, поэтому анкета может быть рекомендована для практической работы преподавателя.

Основными результатами, полученными в ходе анкетирования и связанными с тематикой данного исследования, можно считать следующие.

1. При проведении дистанционного обучения хорошо и адекватно усваивают учебные материалы, испытывая лишь небольшую тревогу, 63,09% студентов-женщин и 76,92% студентов-мужчин.

2. Выраженная тревога при проведении дистанционного обучения, которая мешает усвоению учебных материалов более чем на 50%, возникает у 36,9% студентов-женщин и 23,08% студентов-мужчин.

3. С увеличением степени тревоги хуже усвоение учебного материала как у студентов-женщин, так и у студентов-мужчин, причем сильнее влияние тревоги на успеваемость студентов-женщин.

Литература

1. Журавлева И. В. Здоровье студентов: социологический анализ / Отв. ред. И. В. Журавлева. М.: Институт социологии РАН, 2012. 252 с.
2. Измайлов Е. П., Голубева Н. Д., Климова Е. С. Применение адаптированной анкеты HADS для оценки степени усвоения учебного материала при дистанционном обучении // Вестник Самарского муниципального института управления. 2022. № 1. С. 116-124.
3. Измайлов Е. П., Голубева Н. Д., Климова Е. С. Оценка степени усвоения учебного материала студентами на курсе математики при дистанционном обучении // Известия Самарского научного центра РАН. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2020. Т. 22. № 74. С. 34-40.
4. Нейропсихологические тесты и шкалы: сборник. 2-изд., испр. и доп. М.: «Перо», 2017. 78 с.
5. Никуличева Н. В. Подготовка преподавателя для работы в системе дистанционного обучения // Аналитические обзоры по основным направлениям развития высшего образования. 2016. Вып. 4: Содержание, формы и методы обучения в высшей школе. С. 1-72.
6. Полат Е. С. Методология определения эффективности дистанционной формы обучения // Открытое образование. 2005. № 3. С. 71-77. [Электронный ресурс] // Дистанционное и виртуальное обучение. 2005. № 10. С. 19. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=9170575>.
7. Полат Е. С., Бухаркина М. Ю. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования. 3-е изд. М.: «Академия», 2010. 368 с.

Статья поступила в редакцию 22.08.23 г.

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

© Н. П. ЩУКИНА, 2023

Самарский государственный медицинский
университет (СамГМУ), Россия

E-mail: nina_shukina@mail.ru

О МЕТОДАХ АНАЛИЗА ДАННЫХ ФОКУС-ГРУППОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В статье делается акцент на сложившихся практиках анализа данных, получаемых в фокус-групповых исследованиях. Постулируется наличие определенного противоречия: с одной стороны, такие исследования развиваются на протяжении почти 80 лет, а с другой стороны, наблюдается явный дефицит работ по анализу данных, генерируемых в таких исследованиях. Результат противоречия — возникновение трудностей в использовании сложившихся практик анализа данных (как в исследовательской, так и в практической деятельности). Делается вывод о необходимости инвентаризации лучших практик интерпретации данных фокус-групп и презентации их в виде «пошагового» руководства по анализу данных фокус-групп. Подчеркивается, что именно в настоящее время назрела необходимость услышать голоса тех, кто неслышим и (или) уязвим в социальном, экономическом и иных контекстах, углубляя тем самым понимание динамичного и нестабильного социума.

Ключевые слова: фокус-группы, качественные исследования, методы анализа данных фокус-групп, групповая дискуссия.

Введение

Несмотря на то, что фокус-групповое исследование — «королева» прикладной социологии [1] — получает все большее применение в социологии, наблюдается явный дефицит публикаций об анализе данных, полученных в фокус-групповых (ФГ) исследованиях. Российские исследовательские практики — не исключение из правил. Вопросам анализа данных в них отводится нередко 1-3 страницы текста с перечислением типичных методов анализа данных [2]. О дефиците работ, посвященных анализу данных ФГ, еще в конце XX в. писала Е. В. Дмитриева [3]. Такая постановка вопроса остается, по сути, актуальной и сегодня [4]. Подчеркнем, что в работе Е. В. Дмитриевой были предприняты усилия по минимизации обозначенного выше дефицита посредством описания разнообразных подходов к анализу данных ФГ. Но и в данной публикации (об организации и проведении ФГ в целом) фактически отсутствует обращение к при-

мерам использования описанных или обозначенных подходов. В некоторых (переиздающихся и предназначенных специалистам и студентам) работах анализу собранного эмпирического материала отводится лишь несколько страниц текста с акцентом на описании роли кодирования данных ФГ или на общей характеристике работы с транскриптом ФГ интервью [2, с. 294-305]. Сказанное нашло отражение, например, и в ФГ исследовании об оценке судей и судов, которые были даны гражданами и предпринимателями [5] или в ФГ исследовании Ш. Поллак о доминирующих дискурсах в отношении осужденных женщин (акцент в работе делается на проведении трех ФГ с осужденными женщинами и результатах данного ФГ исследования) [6]. У К. Х. Возняка в исследовании о публичном обсуждении критических вопросов реформы уголовного правосудия тема анализа данных, полученных в ходе ФГ исследования, также оказывается «дамой под вуалью» [7]. Одно из уникальных, на наш взгляд, исследований с использованием метода ФГ, инициированное Управлением ООН по наркотикам и преступности, было проведено Секцией криминальных исследований США под руководством Жана-Люка Лемахье [8]. Данная работа обращает на себя внимание уже в силу того, что в криминологии (в отличие от медицины и образования) ФГ исследования редки, а также она отличается серьезным вниманием авторов к разработке и обоснованию теоретико-методологических оснований исследования (авторами были проведены 31 ФГ в исправительных заведениях трех стран, отличающихся системами исполнения наказания, — в Албании, Таиланде и Чехии). Вышла в свет и долгожданная работа отечественных ученых об анализе качественных данных в социальных исследованиях, авторы которой, не ставя специальной задачи об интерпретации данных ФГ и не планируя «дать исчерпывающие ответы по проблемам анализа качественных данных» [9, с. 12], тем не менее преодолевали разнообразные и многочисленные трудности такого анализа, показывая в том числе «подводные камни» интерпретативной деятельности исследователя и роль его саморефлексии в данном процессе. Тем самым им удалось предупредить многие вопросы, встающие перед исследователями и при интерпретации данных ФГ. Однако в этой работе, как и в публикации исследователей А. Мозер и И. Корстьенс [10], тема анализа данных ФГ специально не заявлена. Поэтому в представленных исследованиях [9, 10] не поставлены, например, такие вопросы, как отличие анализа дискуссии от индивидуального интервью.

Таким образом, в настоящее время наблюдается противоречие между ростом числа работ о ФГ исследованиях, об анализе данных

в качественном исследовании в целом, с одной стороны, и дефицитом научной информации о практиках анализа данных ФГ. Наблюдается фактическое отсутствие пошаговых руководств по анализу этих данных, при редком выходе в свет публикаций со специальной постановкой вопросов об используемых их авторами практиках интерпретации собранного в ФГ эмпирического материала.

Согласимся с Э. Д. Онвуэгбузи и его коллегами в том, что такая ситуация действительно удивительна уже в силу почти 80-летней истории метода ФГ [11]. Вероятно, она объясняется тем, что некоторые авторы полагают, что эмпирический материал, генерируемый в ФГ исследовании, можно анализировать аналогично другим качественным методам [12], особенно тематическому анализу. Однако в таком случае появляется риск неучета динамических аспектов внутригруппового взаимодействия [13].

В силу сказанного выше цель данной работы заключается в выявлении и анализе особенностей в сложившихся практиках интерпретации данных ФГ.

Объект исследования — сложившиеся практики анализа данных ФГ исследований. Предмет исследования — типичные методы анализа данных ФГ.

Материалом для настоящего исследования послужили работы российских и зарубежных ученых, посвященные анализу данных ФГ исследований.

Результаты исследования

Анализ исследовательских практик, представленных в работах российских и зарубежных ученых, посвященных анализу данных ФГ исследований, позволяют сделать ряд заключений.

Во-первых, нельзя не обратить внимания на ряд работ, авторы которых способствовали постановке рассматриваемой в данном тексте проблемы, а также на описание и анализ в их текстах некоторых из используемых ими методов интерпретации генерируемых ими данных. Речь идет о таких исследователях, как Р. Барбур [14, 15], Р. Крюгер, написавший ряд своих работ вместе с супругой М. Кейси [16], Д. Морган [17], Э. Д. Онвуэгбузи и его коллеги [11], Ф. Раби [18], Д. Стюарт и П. Шамдасани [19], солидаризирующихся в том, что анализ данных в ФГ, как и в качественных исследованиях в целом, зависит от исследователя, его опыта, продолжительности работы над изучаемой темой, особенностями информантов, но главное — от цели исследования. В случае с работами Р. Крюгера представляются

весьма интересными его размышления о преимуществах не только обработки данных ФГ с помощью разного рода программных комплексов, но и постулирование ученого о не утратившем своей значимости и сегодня «старомодном» методе длинного стола, а также методе структурного анализа данных, генерируемых в ФГ [20].

Во-вторых, существует ряд работ, где акцент сделан на серии шагов, помогающих исследователю управлять большими объемами эмпирического материала, включая создание расширенных данных, ознакомление с данными, написание заметок, индексацию (кодирование), формирование тем, картирование и интерпретацию данных. При описании каждого из этих шагов исследователи (С. А. Белановский [26], Е. В. Дмитриева [3], А. Г. Левинсон [21], Д. Морган [17], Э. Д. Онвуэгбузи и др. [11]) обращают внимание на значимость ведения дневника. Интерес метод структурного анализа данных вызывает уже тем, что это, по сути, структурирование всего процесса анализа данных ФГ.

Подчеркнем наличие определенных трудностей в движении к нашей цели, обусловленных и тем, что в некоторых работах четко прописаны исследовательские традиции, которым следует их автор, в других же эта тема оказывается «дамой под вуалью». Так, транскрибирование интервью, превращение устного текста в письменный рассматривается в некоторых работах как первичный анализ данных, в других же речь идет о начале анализа данных уже на этапе сбора информации и не является линейным процессом, а носит спиралевидный характер, как и качественное исследование в целом, в котором в случае необходимости возможны возвраты на предыдущие стадии исследовательской деятельности. В любом случае, как замечают Р. А. Крюгер и М. А. Кейси, анализ данных ФГ должен быть непрерывным, систематическим, последовательным и проверяемым процессом, направленным на придание смысла исследуемой ситуации, а не на поиск правды. Не менее важна и постановка вопроса о различных подходах к проведению ФГ исследований: академический, маркетинговый или некоммерческий подход, предполагающий проведение ФГ силами ее участников [16, с. 16]. Пожалуй, более важным представляется вопрос о смыслах, вкладываемых исследователями в саму дефиницию ФГ, с которыми связан выбор методов анализа данных. Так, Р. Барбур постулирует, что ФГ — это любая групповая дискуссия, если исследователь активно поощряет и внимательно относится к групповому взаимодействию [15]. Большинство же авторов, включая российских [21], солидарны в том, что ФГ должна состоять из незнакомых друг другу людей.

Из работы в работу переходит положение о потенциале метода обоснованной теории в анализе данных ФГ. Некоторые исследователи полагают, что обоснованная теория — самая популярная форма качественного анализа данных в социальных науках в целом [18]. При этом в таком анализе выделяются этапы кодирования собранного эмпирического материала. Но между исследователями существуют некоторые разногласия по поводу применения ими двухэтапного или трехэтапного процесса анализа данных [22]; продолжаются дискуссии о роли обзора литературы при использовании обоснованной теории, о сути теоретической выборки [23]. Более того, как постулирует В. Г. Николаев, в настоящее время обоснованная теория представлена рядом версий, используемых ее приверженцами [24]. В рассматриваемом аспекте интересным представляется исследование Дж. М. Чемберлен [22], в котором применены несколько методов анализа данных проведенного ФГ исследования с презентацией процесса и результатов применения этих методов, включая метод обоснованной теории и классический контент-анализ.

Что касается продолжительности процесса интерпретации данных ФГ, то он зависит от целого ряда факторов: выбора исследовательской традиции в организации и проведении исследования, его цели, которая может быть связана с написанием, например, статьи или монографии; специфики и количества целевых аудиторий; особенностей отчета (письменный или устный, краткий или полный).

В последние годы авторы некоторых публикаций предлагают «новые» способы анализа данных ФГ. Так, Э. Д. Онвуэгбузи в одной из совместных с В. Б. Дикинсоном и другими коллегами работ предложил способ анализа данных ФГ, названный ими «микро-анализом собеседников», в котором акцент делается на то, какие участники отвечают на каждый вопрос, на порядок и характер их ответов, а также на особенности невербального общения, используемого каждым из участников ФГ [11].

Завершая рассмотрение сложившихся практик анализа данных ФГ, используемых в них методов, подчеркнем, что, разумеется, не существует как идеальных методов исследования, так и анализа данных, полученных в ходе его проведения. Такая постановка вопроса представляется крайне важной в аспекте постоянной саморефлексии исследователя касательно обоснования делаемых им шагов, взвешивания используемых аргументов. В этой связи воспользуемся таблицей, представленной в работе [25], иллюстрирующей данный тезис.

Сильные и слабые стороны анализа данных ФГ [3]

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Высокий уровень анализа по группам	Сложный процесс
Исследователь глубоко погружен в данные	Отнимает много времени
Творческий процесс	Большой объем данных
Высокий уровень понимания	Существует риск предвзятости исследователя
Собираются большие данные	Анализ может выйти за рамки исследовательского вопроса
Исследователь генерирует богатые данные	Исследователь может неверно истолковать консенсус в группе, когда люди дают похожие ответы
	Исследователь может неверно истолковать измененные ответы (групповая динамика)

Как видим, есть немало «подводных камней» у анализа данных ФГ, что обуславливает необходимость постоянной саморефлексии исследователя касательно пошаговой организации своей деятельности. Переоценить в данном случае потенциал триангуляции, включая наряду с актуализируемой в данной статье методологической триангуляцией исследовательскую и теоретическую, не представляется возможным.

Заключение

Резюмируя сказанное выше касательно цели настоящего исследования, подчеркнем, что в фокусе внимания автора данной работы были социальные исследования в целом, хотя, разумеется, есть определенная специфика в проведении ФГ, например, в маркетинге, юриспруденции. Уже в силу гибкости ФГ сложился ряд традиций как в анализе данных ФГ, так и в применении полученных результатов. Однако далеко не во всех подобного рода исследованиях прописывается их методологическая база; вне внимания нередко остаются вопросы понимания авторами самой дефиниции ФГ, отодвигаются на «задние места научного автобуса» вопросы саморефлексии исследователя в процессе как выбора методов анализа данных, так и их применения. Такая практика, разумеется, затрудняет как оценку получаемых в таких исследованиях результатов, так и возможности их применения в тех или иных практиках.

Наличие большого эмпирического материала об анализе данных в качественных исследованиях в целом, а также позитивная динамика в публикации работ, посвященных конкретным практикам анализа данных в ФГ исследованиях, позволяет вести речь о том, что уже на основе инвентаризации материалов, представленных в этих работах, возможен выход в свет долгожданного текста о пошаговом анализе данных в ФГ, с акцентом на роли саморефлексии исследователя в данном процессе.

Полагаем, что именно в настоящее время назрела необходимость услышать голоса тех, кто уязвим в социальном, экономическом и т.п. контекстах, углубляя тем самым понимание динамичного и нестабильного социума. Тогда, на наш взгляд, будет трудно переоценить потенциал ФГ исследований, так как их специфика, направленная на дискуссию, диалог ее участников, дает неоспоримые преимущества данному методу в сравнении с другими методами, используемыми в современных социальных исследованиях. Но эти преимущества заработают, разумеется, при продуманной, обоснованной и тщательно прописанной в проводимых исследованиях методологии с акцентом на саморефлексию авторов этих исследований.

Литература

1. Левинсон А. Г. Программа курса «Фокус-группа и открытая групповая дискуссия: теория и практика». URL: <http://www.sociology.ru/kurs123/levinson-p>.
2. Белановский С. А. Глубокое интервью и фокус-группы. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. 371 с.
3. Дмитриева Е. В. Фокус-группы в маркетинге и социологии. М.: Центр, 1998. 144 с.
4. Чеховский И. В. Метод фокус-групп: этапы реализации исследования // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2012. № 4. С. 145-155.
5. Как граждане и предприниматели оценивают судей и суды // Исследование деятельности судебной власти РФ. Результаты фокус-групп с гражданами и предпринимателями. URL: <https://indem.ru/proj>sudref>soc>GrPrSu>.
6. Pollack S. Focus-Group Methodology in Research With Incarcerated Women: Race, Power, and Collective Experience // *Affilia*. 2023. Vol. 18. № 4. Pp. 461-472. DOI: 10.1177/0886109903257550.
7. Wozniak K. H. Public Discussion about Critical Issues in Criminal Justice Reform // *Journal of Qualitative Criminal Justice and Criminology*. 2020. Vol. 8. Issue 4. P. 401. DOI:10.21428/88de04a1.7dfc6a5c/.

8. Research brief: A pilot study on the causes of recidivism in Albania, Czechia and Thailand // UNODC. 2020. 34 p. URL: https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/prison/Pilot_prison_research_brief_2022.pdf.

9. Практика анализа качественных данных в социальных науках: учеб. пособие / Отв. ред. Е. В. Полушина. М.: Высшая школа экономики, 2023. 383 с.

10. Moser A., Korstjens I. Series: Practical guidance to qualitative research. Part 3: Sampling, data collection and analysis // European Journal of General Practice. 2018. Vol. 24 (1). Pp. 9-18. DOI:10.1080/13814788.2017.1375091.

11. Onwuegbuzie A. J., Dickinson W. B., Leech N. L., Zoran A. G. A Qualitative Framework for Collecting and Analyzing Data in Focus Group Research // International Journal of Qualitative Methods. 2009. Vol. 8 (3). Pp. 1-21. URL: <https://doi.org/10.1177/160940690900800301>.

12. Barbour R. S. Making sense of focus groups // Medical Education. 2005. Vol. 39 (7). Pp. 742-50. URL: https://www.academia.edu/58881457/Making_sense_of_focus_groups.

13. Morgan D. L. Successful Focus Groups: Advancing the State of the Art Thousand Oaks. CA: SAGE Publications, 1993.

14. Barbur R. Introducing Qualitative Research. 2008. URL: <https://doi.org/10.4135/9780857029034>.

15. Barbour R. Doing Focus Groups Edition: Second. SAGE Publications Ltd, 2018. Edit 2. URL: <https://methods.sagepub.com/book/doing-focus-groups-2e/i524.xml>.

16. Крюгер Р., Кейси, М. Э. Фокус-группы: Практическое руководство / Пер. с англ. М.: «Вильямс», 2003. 256 с.

17. Morgan D. L. Successful Focus Groups: Advancing the State of the Art Thousand Oaks. CA: SAGE Publications, 1993. URL: <https://dx.doi.org/10.4135/9781483349008>.

18. Rabiee F. Focus-group interview and data analysis // Proceedings of the Nutrition Society. 2004. № 63. Pp. 655-660. DOI:10.1079/PNS2004399.

19. Stewart D. W., Shamdasani P. N., Rook D. W. Group Depth Interviews: Focus Group Research // The Sage Handbook of Sociological Methods & Research. 2009. Edit 2. Pp. 589-616.

20. Krueger R. A. Designing and Conducting Focus Group Interviews. 2002. P. 12. URL: <https://www.studocu.com/en-us/document/george-mason-university/marketing-rsch-techappl/focus-group-interviews/203475719>.

21. Левинсон А. Г. Фокус-группы и открытые групповые дискуссии как методы прикладных социальных исследований // Вестник общественного мнения. Данные, анализ, дискуссии. 2007. № 6. С. 45-53.

22. Chamberlain J.M. Understanding Criminological Research: A Guide to Data Analysis. SAGE Publications Ltd. 2013. DOI: <https://dx.doi.org/10.4135/9781473913837>.

23. Birks M., Hoare K., Mills J. Grounded Theory: The FAQs // International Journal of Qualitative Methods. 2019. Vol. 18. Pp. 1-7. DOI: 10.1177/1609406919882535.

24. Николаев В. Г. Значение наследия Ансельма Стросса и укорененная теория сегодня (реферативный обзор) // Социологический ежегодник. 2009. С. 146-157.

25. Doody O., Slevin E., Taggart L. Focus group interviews part 3: Analysis // British journal of nursing (Mark Allen Publishing). 2013. Vol. 22 (5). Pp. 266-269.

26. Белановский С.А. Глубокое интервью и фокус-группы. М.: ИНФРА-М, 2019. 371 с.

*Статья поступила в редакцию 18.09.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© Т. Е. ВОДОВАТОВА, 2023

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

ТЕКСТЫ КОММЕНТАРИЕВ В ПЕРСОНАЛЬНОМ ОБЩЕНИИ: ЛИНГВОСТРАТЕГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В настоящей статье приводятся результаты анализа текста комментариев к постам в англоязычных персональных блогах, позволяющие установить некоторые особенности лингвостратегической организации исследуемых текстов. В текстах комментариев используются по преимуществу кооперативные стратегии: согласия, мягкого несогласия, развития темы поста. Такая лингвостратегическая организация смыслового пространства комментариев обусловлена целями персонального интернет-дискурса, в рамках которого функционируют изучаемые тексты.

Ключевые слова: текст комментария, персональный интернет-дискурс, коммуникативная стратегия, кооперативная стратегия, деструктивная стратегия, коммуникативная цель, коммуникативный эффект.

Интернет-дискурс, несмотря на относительно недавнее его появление, уже обладает обширной библиографией. Специальные труды отечественных и зарубежных исследователей способствовали формированию и активному развитию в настоящее время особого направления лингвистических исследований – интернет-лингвистики, в рамках которого проведено настоящее исследование.

Современная интернет-лингвистика характеризуется значительными достижениями, однако не все ее объекты и явления изучены достаточно подробно. В имеющихся работах, посвященных изучению комментариев, представлены особенности функционирования текстов этого типа в различных видах дискурса: политическом [5], публицистическом [7], художественном [2], юридическом [1], а также лингвистические свойства текстов комментариев: инвективность [7], процессы порождения и восприятия [5], ценностный аспект [1], выражение субъектности цифровой личности [4], оценочность [6]. В лингвостратегическом аспекте интернет-комментарии в англоязычном персональном дискурсе специально пока не изучались. Между

тем, изучение единиц и явлений интернет-общения (высказываний/текстов, речевых жанров, дискурсов) с точки зрения используемых в них коммуникативных стратегий и тактик является одним из самых актуальных направлений изучения интернет-дискурса, поскольку находится в рамках коммуникативно-прагматического подхода, который в современной лингвистике справедливо претендует на «звание» новой научной парадигмы, приходящей на смену структурализму.

Цель настоящей работы, с учетом актуальности вышеназванных моментов, заключается в установлении коммуникативных стратегий и тактик, используемых в текстах комментариев (*объекте исследования*) в англоязычном персональном дискурсе в качестве средства реализации коммуникативных целей текстов и, как результат, достижения текстом коммуникативного эффекта.

Предмет исследования представляют коммуникативные стратегии и тактики, реализуемые в изучаемых текстах и обуславливающие их коммуникативную ценность.

В отмеченных выше работах интернет-комментарий представлен в качестве текста, автором которого является частная личность, член интернет-сообщества, выражающий свою оценку или личную позицию по поводу статей персональных блогов. В них также отмечается (без детализации), что в текстах комментария используются кооперативные и деструктивные стратегии [6, с. 20].

Однако в текстовом материале, анализируемом в данном исследовании, не обнаружено явно деструктивных стратегий, таких как агрессия или ярость. Стратегия несогласия, относимая к деструктивным в работе [6], выражена достаточно мягко, в виде развития темы поста автором комментария, соотнесения содержания поста с его собственным опытом, выражения собственного понимания вопроса и т.п. Поэтому считаем, что стратегию несогласия нельзя в полной мере считать таковой. В крайнем случае она относится к неявным, неочевидным деструктивным стратегиям, так как ее содержание не предполагает деструкции, а, напротив, предполагает сотрудничество в решении того или иного вопроса. Использование в тексте комментария свидетельствует об интересе, который вызвал пост у членов данного интернет-сообщества, и желании поделиться собственным мнением по поводу содержания поста. Даже если это мнение не совпадает с мнением автора основного текста, комментариев, тем не менее, является признаком искреннего желания его автора помочь автору поста увидеть иные аспекты или подходы к рассмотрению поднятой в посте темы, тем самым вы-

полняя функцию развития этой темы. В связи с этим, применительно к изучаемому материалу, мы не склонны относить несогласие к деструктивным стратегиям.

При выделении стратегий в текстах комментариев в англоязычном персональном дискурсе в настоящем исследовании исходили из представляющегося бесспорным положения о том, что выбор тех или иных стратегий как способа формально-семантической организации комментария определяется коммуникативными целями автора и, соответственно, функциями текста.

Как показано в исследованиях [4-7], специфической, жанрообразующей коммуникативной функцией интернет-комментария является оценка. Но это не единственная функция для данных текстов; последним присущи также функции интернет-дискурса, в рамках которого функционирует жанр комментария. В специальной литературе отмечается целый ряд коммуникативных целей, которые преследуют участники виртуального общения и которые, соответственно, обуславливают коммуникативные функции виртуального дискурса [3]. Прежде всего это цель социализации, которая заключается в стремлении участников общения к вхождению в виртуальное сообщество в качестве его полноправного члена. Не менее важна цель инкультурации, которая обусловлена желанием языковой личности усвоить культурные ценности виртуального сообщества. Коммуникативная цель самопрезентации, которая обусловлена стремлением авторов к публичности, к признанию своей значимости, компетентности, оригинальности другими участниками общения, также относится к дискурсивным особенностям текстов интернет-комментариев. Еще одной целью, которая присуща виртуальному дискурсу и которая, как и упомянутые выше, экстраполируется на тексты интернет-комментариев, является развлечением. Отношение к виртуальному общению как к чему-то развлекательному, позволяющему отвлечься от серьезных дел и проблем реального мира — хорошо известно.

Названные цели, присущие виртуальному дискурсу в целом (социализация, инкультурация, самопрезентация, развлечение), и, конечно, специфическая, жанрообразующая цель текстов комментариев (оценка) обуславливают, как показывает изучение фактического материала, используемые в текстах коммуникативные стратегии.

Обратимся к языковым примерам.

Рассмотрим комментарии к статье персонального блога на тему фобий, в которой автор рассказывает о своих страхах насеко-

мых, открытых водных пространств и морских стихий (https://fretkusspb.livejournal.com/5235.html?media&ila_campaign=medius&ila_location=category_novye_lica&ila_context=novye_lica_block).

Например, @helga1234 (от 12 июля 2023 года):

«Вот прям фобий нет, но лучше всего чувствую себя, когда твердо стою на земле обеими ногами :)))».

PS. Фото как всегда волшебные :)))».

В первом высказывании прямой оценки не содержится, однако очевидно полное понимание чувств автора статьи, желание поддержать важную для него тему, стремление развить ее рассказом о своем опыте по обсуждаемому вопросу. Автор комментария настроен дружелюбно: не страдая, в отличие от автора статьи, фобиями, он, тем не менее, демонстрирует желание общаться и поддерживать с ним дружеский контакт. В качестве подкрепления этого контакта автор комментария использует во втором высказывании прямую оценку, расхваливая прилагаемые к основной статье фотографии. Используемые в комментарии эмодзи также свидетельствуют о настрое автора комментария на дружеское общение.

В следующих комментариях содержится реакция на фобию насекомых.

У @alexandershadow в комментарии от 18 июля 2023 года: «Почему вы так не любите насекомых? Наверное — вы просто не умеете их готовить?» в форме вопроса «Почему ...» выражено неодобрение по поводу фобии автора статьи. Автору комментария явно непонятно такое отношение к милым и безвредным, по сути, существам. Однако это неодобрение носит характер мягкого несогласия с чувствами автора поста. Это скорее непонимание, чем неодобрение, о чем свидетельствует второй вопрос «Наверное ...», представляющий собой шутовское прецедентное высказывание. Использование этой мягкой формы неодобрения обусловлено, очевидно, особенностями персонального дискурса, в рамках которого функционирует анализируемый комментарий, а именно, направленностью этого вида дискурса на социализацию и самопрезентацию. Названные цели персонального общения никоим образом не согласуются с резкой критикой, грубостью или иными видами речевой агрессии.

Сказанное находит подтверждение в тексте комментария @fretkus_spb от 18 июля 2023 года относительно фобии насекомых: «А ведь где-то всяких этих членистоногих тварей и правда едят. Брр ... даже представить противно», в котором выражена резкая неприязнь (см. номинацию «твари», характеристику объекта «всякие эти», обозначение отношения к ним «противно», обозначение

эмоций «брр»), однако относится она не к содержанию основной статьи или к ее автору, а к объекту фобии. Автор комментария таким образом выражает свою полную солидарность с автором поста и одновременно развивает тему насекомых, указывая еще на один аспект проблемы: ведь кто-то не только не испытывает отвращения от одного их присутствия, но и регулярно с аппетитом их ест.

Рассмотрим тексты комментариев к статье, содержанием которой является рассказ о «ляпе», обнаруженном автором, профессиональным музыкантом, в фильме «На западном фронте без перемен» (https://adderley.livejournal.com/493412.html?media&ila_campaign=medius&ila_location=category_korotko&ila_context=korotko_block).

По сюжету фильма, персонаж играет на некоем духовом музыкальном инструменте, который в интернет-публикации обозначен как «дудка без кнопок». Автор статьи утверждает, что сыграть мелодию, которая звучит с экрана, на подобном инструменте невозможно в принципе, и вызывает своим высказыванием довольно оживленную дискуссию.

В комментариях к статье прозвучали различные оценки ее содержания. Приведем некоторые из них.

Например, комментарий @dent (от 5 марта 2023 года): «Что-то на музыкальном! Ничего не понятно, но звучит солидно :-».

В приведенном тексте комментария содержится критика содержания поста за его сложность восприятия непрофессионалами. В самом деле, если читатель не является профессиональным музыкантом, он вряд ли поймет, в чем же там дело, и фраза из статьи «...ибо там после тоники идет малая терция, а у горна и прочих фанфар обертоновый звукоряд...» понимания не облегчает. Однако эта критика смягчается фразой «...но звучит солидно» и эмотиконами. Автор комментария понимает главное — что в фильме имеет место неточность, он безусловно доверяет специалисту и полностью одобряет его профессиональный подход к делу.

Проанализируем аналогичный с предыдущим текстом комментарий @niggaafterdark (от 5 марта 2023 года): «А с кем это он сейчас разговаривал?», в котором критика по поводу сложности содержания основного поста выражена в форме ироничного риторического вопроса. Автор комментария настроен дружелюбно, для него важнее поддержать общение — даже если он не компетентен в каких-то вопросах, высказаться — даже если не по теме, и тем самым проявить свою вовлеченность в культурный контекст общения.

Интересен с точки зрения используемых стратегий комментарий @katresha от 5 марта 2023 года: «Это ж условность искусства.

Поэтический образ — солдат и музыка. Но все равно интересно, отрывок фильма заинтересовал». В данном тексте критика статьи-стимула является намного содержательней, чем в предыдущих комментариях. Его автор дает пояснения, почему этот «ляп» с инструментом и порождаемой им мелодией не имеет никакого значения для фильма, в котором главное — не точность и натуральность в изображении действительности, а точность создаваемых образов и максимальное воздействие образности на получателя. Справедливую критику содержания статьи автор комментария представляет корректно и доброжелательно — посредством напоминания участникам блога на существование художественных способов отражения действительности.

Приведем еще один пример комментария от 5 марта 2023 года к статье о фильме: «Круто. Реально круто)))) Интуитивно не хотел смотреть фильм, теперь появились серьезные аргументы против» (@rusets). Здесь текст выражает полное одобрение основного текста. Автора явно подкупил профессиональный подход к проблеме и используемая в статье «крутая» музыкальная терминология, причем до такой степени, что он развивает тему статьи и обещает из-за этого «ляпа» не смотреть фильм. Не считаем такое решение правильным (будем надеяться, что оно изменится под влиянием предыдущего комментария), но его одобрительный характер по поводу статьи-стимула не вызывает сомнений.

Изложенные выше соображения теоретического характера и анализ фактического материала позволили прийти к следующим выводам.

В текстах комментариев в англоязычном персональном общении в качестве средства организации семантического пространства текстов и достижения ими максимального коммуникативного эффекта используются стратегии согласия, несогласия и развития темы текста-стимула. Все эти стратегии можно отнести к стратегиям кооперативного характера; деструктивных стратегий в анализируемом материале не обнаружено.

Стратегия согласия реализуется в комментариях в форме прямой похвалы содержания текста-стимула и способов его выражения, одобрения позиции автора текста. В качестве языковых средств используются лексические единицы с семантикой положительной оценки («крутой», «классный», «волшебный»), эмодзи. Средством реализации похвалы могут быть также слова с семантикой негативной оценки («твари», «противный»): употребленные не по отношению к статье или ее автору, а по отношению к объекту

статьи, они становятся средством выражения одобрения и единодушия автора комментария с автором статьи.

Стратегия несогласия реализуется в изучаемых текстах в мягкой форме, в виде некатегоричной критики, которая нередко сопровождается похвалой («ничего не понятно, но звучит солидно»). Средствами смягчения несогласия являются модальные слова («наверное», «возможно»), ироническая или шутливая тональность, риторические вопросы.

Стратегия развития темы проявляется в форме изложения собственного опыта автора комментария по обсуждаемой теме («вот прям фобий нет»), демонстрации иных аспектов поднимаемой в статье проблемы («это ж ... поэтический образ – солдат и музыка»).

Отмеченные стратегии и особенности их реализации полностью согласуются с коммуникативными целями, которые присущи текстам интернет-комментариев: жанрообразующей цели оценки, а также целям виртуального дискурса: социализации, самопрезентации, инкультурации, развлечения. Соответствие стратегий коммуникативным целям составляет основу лингвистического механизма, определяющего коммуникативную эффективность изучаемых текстов.

Литература

1. Ибатуллина Н. С. Ценностный аспект в англоязычном юридическом дискурсе (на материале комментариев в интернет-коммуникации): автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук / Н. С. Ибатуллина. Уфа, 2022. 20 с.

2. Кравцова Т. А. Содержательно-прагматический потенциал метаязыкового комментария в англоязычном художественном дискурсе: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук / Т. А. Кравцова. Барнаул, 2014. 24 с.

3. Лутовинова О. В. Цели участников виртуального дискурса // *Lingua Mobilis*. 2012. № 6 (39). С. 79-87.

4. Попова Д. А. Способы репрезентации субъектности цифровой личности в жанре интернет-комментария: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук / Д. А. Попова. Улан-Удэ, 2017. 24 с.

5. Савельева И. В. Вариативность стратегий текстовосприятия и текстопорождения: лингвоперсонологический аспект (на материале текстов интернет-комментариев): автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук / И. В. Савельева. Кемерово, 2013. 26 с.

6. Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная

сеть, комментарий): автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук / И. Г. Сидорова. Волгоград, 2014. 24 с.

7. Степко М. Л. Речевые средства выражения инвективных смыслов в жанре комментария: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук / М. Л. Степко. Майкоп, 2008. 22 с.

*Статья поступила в редакцию 04.09.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

SUMMARIES

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

FEATURES OF GENDER PERCEPTIONS ABOUT MANAGEMENT ACTIVITIES OF DIRECTORS WITH DIFFERENT WORK EXPERIENCE

N. V. TEKHTELEVA

The article examines various theoretical aspects of gender concepts in management activity. The author covers the features of various approaches to managing a team and an individual. The article considers the features of interpersonal relationships, taking into account the male and female psyche and characteristic features of intelligence.

Keywords: gender perceptions, gender stereotypes, management activities, organizational leadership.

THE NEED FOR ANALYTICAL SKILLS OF MODERN MANAGERS UNDER THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY

E. S. POROTKIN

The article is devoted to the study of the analytical skills of modern company managers as an important component of overall managerial competence. It is shown how classical management functions are transformed during the transition to the digital economy. The article deals with the skills established by the professional standard for managers of a construction organization, and highlights those that require analytical competence. The author presents the distribution of manager's analytical competencies into levels and describes the most effective mechanisms for their formation.

Keywords: analysis, manager, analytical skills, manager competencies, competency model, digital technologies, digital economy, digitalization.

KNOWLEDGE AS AN ELEMENT OF HUMAN CAPITAL MANAGEMENT: MANAGEMENT STRATEGY THEORETICAL ASPECT

T. P. KARPOVA, N. V. MURATOV

The article is devoted to substantiating the need for knowledge management, since the acquiring of knowledge by employees has a direct correlation with increasing the competitiveness of personnel in the labour market. It is substantiated that knowledge management in the context of a particular organization is

determined by the choice of one of the two most widely used strategies: personalization or codification.

Keywords: personnel, organization, strategy, knowledge management, skills, abilities, labour market, human capital.

FEATURES AND PROBLEMS OF TRAINING OF MUNICIPAL EMPLOYEES: SOCIAL ASPECT

R. B. TOVCHENKO, I. V. SAMILKINA, P. V. CHUMAK

The article is devoted to the study of the training features of municipal employees and the analysis of problems associated with its implementation, both at the stage of obtaining the appropriate education and during the course of municipal service. As a result of the study, the authors come to the conclusion that the existing system of training and improving the professional level of municipal employees, including when promoting them to leadership positions, does not fully meet the needs of stable and sustainable development of the local government system in the Russian Federation.

Keywords: local government, municipal service, municipal employee, educational training, professional training.

SHARING ECONOMY AS A NEW TREND IN CONSUMER BEHAVIOUR

S. I. NESTEROVA

The article is devoted to the study of the sharing economy as a new trend in consumer behavior and a modern business model. The author provides statistics on the development of sharing services. The article presents the pros and cons of the sharing economy, as well as factors that complicate its regulation.

Keywords: sharing, collaborative consumption, reasonable consumption, service, rent, digital platform.

GREEN TRANSFORMATION OF RUSSIAN COMPANIES: SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN UNCERTAINTY

N. A. USTINA, A. A. KARLINA

The article presents the results of an analysis of the involvement degree of large Russian manufacturing companies in the process of economic transformation towards a new technological structure on the principles of sustainable development. It provides an overview of factors influencing the activity of companies in this process. The authors have developed mechanisms for interaction between production companies and authorities in the implementation of the state concept of sustainable economic development based on modern methodological concepts of management.

Keywords: ESG agenda, green economy, manufacturing companies, government concept of sustainable development.

IMPLEMENTATION OF PURCHASE FUNNEL AND SALES FUNNEL MODELS IN CLIENT-ORIENTED BUSINESS PROCESS PLANNING

V. E. PAVLOVICH, V. V. MURZIN

The article discusses the method of introducing “purchase funnel” and “sales funnel” models at an enterprise, which describe the trajectory of a potential buyer from “awareness of their problem” to the purchase of a product/service, in conjunction with the “consumer decision-making map”. The article gives the author's assessment of the possibility of using the named models in the structure of a client-oriented business process.

Keywords: purchase funnel, sales funnel, decision-making map, customer-oriented business process.

INNOVATIVE APPROACH IN PHARMACEUTICAL BUSINESS MANAGEMENT

L. V. ORLOVA, Y. V. PERVOVA, I. E. SHAFRANSKIY

Pharmaceutical activity is one of the key sectors of the world economy. It integrates the production, development, distribution and sale of medicines, medical products and healthcare-related products. The article is devoted to the consideration of current issues in the management of pharmaceutical business at the present stage. Particular attention is paid to the importance of an innovative approach in its organization, as well as well-established social communications.

Keywords: pharmaceutical business, effective management, innovative approach, practical approach, innovation, competitiveness.

SOCIOLOGY

TRUST IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF SOCIAL RELATIONS

M. A. KOLMYKOVA

The article discusses theoretical approaches to the study of trust in the period of digitalization. The transformation of social processes in the information society creates a prerequisite for changes in the category of “trust”. Particular attention is paid to the digitalization of social relations and the formation of such a phenomenon as “digital trust”.

Keywords: trust, social capital, social relations, information society, network society, digital trust.

EMOTIONAL BURNOUT SYNDROME INFLUENCE ON LABOUR PRODUCTIVITY

N. V. TEKHTELEVA, E. V. MENZUL

Work-related stress can negatively impact an organizational performance and lead to high employee turnover. The article analyzes the impact of emotional burnout associated with the peculiarities of professional activity (using the example of sales assistants and cashiers) on labor productivity. The authors have been established the relationship between internality and emotional burnout syndrome. It is concluded that the effectiveness of sales assistants and cashiers can be increased if we take into account the level of their emotional burnout and the dependence of emotional burnout progress on internality.

Keywords: stress, burnout syndrome, internality, locus of control, professional activity, labor productivity.

THE INFLUENCE OF ANXIOUS EXPECTATIONS ON ACHIEVEMENTS DURING DISTANT LEARNING WITH CONSIDERATION TO GENDER DIFFERENCES

E. P. IZMAYLOV, N. D. GOLUBEVA, I. N. PAVLOVA, E. S. KLIMOVA

The article examines one of the models for studying the social space of female and male students, which arises during the remote conduct of the educational process, with elements of digital technologies and Internet resources included in it in conducting classes and exams. An assessment of the emerging anxious situation and the resulting decrease in the assimilation of educational material was carried out using the "Hospital Anxiety and Depression Scale" (HADS) questionnaire specially adapted for these purposes. The survey was conducted among 162 students, of which 84 (51.85%) were female students and 78 (48.77%) male students of 1-2 years of the Samara State Technical University (SamSTU) and students of the Samara University of Public Administration "International Market Institute » (IMI), who passed the intermediate certification.

Keywords: distance learning, students, gender differences, anxiety, anxiety scale, educational process.

METHODS OF FOCUS GROUP DATA ANALYSIS

N. P. SCHUKINA

The article focuses on established practices for data analysis obtained in focus group research. The author highlights the presence of a certain contradiction: on the one hand, such studies have been developing for almost 80 years, and on the other hand, there is a clear shortage of work on data analysis generated in such studies. The result of the contradiction is the emergence of difficulties in us-

ing established data analysis practices (both in research and practical activities). It is concluded that there is a need to inventory best practices for interpreting focus group data and present them as a "step-by-step" guide to analyzing focus group data. It is emphasized that at this time there is an urgent need to hear the voices of those who are unheard and/or vulnerable in social, economic and other contexts, thereby deepening the understanding of a dynamic and unstable society.

Keywords: focus groups, qualitative research, methods for analyzing focus group data, group discussion.

COMMENT TEXTS IN PERSONAL COMMUNICATION: LINGUOSTRATEGIC ASPECT

T. E. VODOVATOVA

This article presents the results of an analysis of the comment texts on posts in English-language personal blogs, which allows us to establish some features of the linguostrategic organization of the texts under study. The texts of comments mainly use cooperative strategies: agreement, mild disagreement, development of the post topic. This linguostrategic organization of the semantic space of comments is determined by the goals of personal Internet discourse within which the studied texts function.

Keywords: comment text, personal Internet discourse, communicative strategy, cooperative strategy, destructive strategy, communicative goal, communicative effect.

АВТОРЫ СТАТЕЙ

Водоватова Татьяна Евгеньевна	доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой «Германские языки» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: vodovatovaimi@mail.ru
Голубева Наталья Дмитриевна	кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры «Высшая математика» Самарского государственного технического университета, Россия E-mail: dinatalia2012@yandex.ru
Измайлов Евгений Петрович	доктор медицинских наук, доцент, профессор кафедры «Анестезиология, реаниматология и скорая медицинская помощь» Самарского государственного медицинского университета Минздрава России, Россия E-mail: info@samsmu.ru
Карлина Анна Александровна	кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой «Государственное и муниципальное управление и правовое обеспечение государственной службы» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: karlina_anna@mail.ru
Карпова Татьяна Петровна	кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: tpkarpova@mail.ru
Климова Екатерина Сергеевна	кандидат физико-математических наук, доцент кафедры «Прикладная математика и эконометрика» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: depcy@yandexl.ru
Колмыкова Марина Александровна	кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «Теория и история социологии» Российского государственного гуманитарного университета, г. Москва, Россия E-mail: mari_kol@mail.ru

Мензул Елена Владимировна	кандидат психологических наук, доцент, заведующий кафедрой «Педагогика и цифровая дидактика» Самарского государственного медицинского университета Минздрава России, Россия E-mail: tehteleva@list.ru
Муратов Николай Владимирович	кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: tpkarpova@mail.ru
Мурзин Валерий Владимирович	ведущий специалист Банка ВТБ (ПАО) филиал 6318, г. Самара, Россия E-mail: vit-pavlovch@yandex.ru
Нестерова Светлана Игоревна	кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и кадастр» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: nesvig@mail.ru
Орлова Людмила Викторовна	доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Гуманитарные и социально-экономические дисциплины» Московского государственного университета технологий и управления им. К. Г. Разумовского (ПКУ), Россия E-mail: orlovalv313@mail.ru
Павлова Ирина Николаевна	старший преподаватель кафедры «Высшая математика» Самарского государственного технического университета, Россия E-mail: inp-63@mail.ru
Павлович Виталий Евгеньевич	кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и кадастр» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка»; доцент кафедры «Автоматика, телемеханика и связь на железнодорожном транспорте» Самарского государственного университета путей сообщения, Россия E-mail: vit-pavlovch@yandex.ru

**Первова
Юлия
Валерьевна**

доктор медицинских наук, доцент, заведующий кафедрой «Экономика и управление организацией» Самарского государственного технического университета, Россия
E-mail: sno1911@mail.ru

**Поротькин
Евгений
Сергеевич**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка»;
доцент кафедры «Экономика промышленности и производственный менеджмент» Самарского государственного технического университета, Россия
E-mail: evg.porotkin@mail.ru

**Самилкина
Ирина
Викторовна**

главный специалист отдела по вопросам обеспечения жильем отдельных категорий граждан Департамента опеки, попечительства и социальной поддержки Администрации г.о. Самара, Россия
E-mail: i.samilkina@yandex.ru

**Техтелева
Наталья
Викторовна**

кандидат психологических наук, доцент кафедры «Педагогика и цифровая дидактика» Самарского государственного медицинского университета Минздрава России, Россия
E-mail: tehteleva@list.ru

**Товченко
Роман
Борисович**

кандидат политических наук, доцент кафедры «Государственное и муниципальное управление и правовое обеспечение государственной службы» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия
E-mail: orgrabota@mail.ru

**Устина
Нина
Александровна**

кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия
E-mail: nina_ustina@mail.ru

**Чумак
Павел
Вадимович**

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия
E-mail: orgrabota@mail.ru

**Шафранский
Игорь
Евгеньевич**

кандидат медицинских наук, доцент, директор
Высшей школы менеджмента и технологий Самар-
ского государственного технического университе-
та, Россия

E-mail: ishafran77@mail.ru

**Шукина
Нина
Петровна**

доктор социологических наук, профессор, профес-
сор кафедры «История Отечества, медицины и со-
циальных наук» Самарского государственного ме-
дицинского университета Минздрава России, Рос-
сия

E-mail: nina_shukina@mail.ru

THE AUTHORS OF THE ARTICLES

**Vodovatova
Tatyana
Evgenyevna**

Doctor of Philological Science, professor, head of German Languages Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia

E-mail: vodovatovaimi@mail.ru

**Golubeva
Natalia
Dmitrievna**

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, docent, docent of Higher Mathematics Department of Samara State Technical University, Russia

E-mail: dinatalia2012@yandex.ru

**Izmaylov
Evgeniy
Petrovich**

Doctor of Medical Sciences, docent, professor of Anesthesiology, Intensive-Care Medicine and Emergency Medical Services Department of Samara State Medical University of Ministry of Health of the Russian Federation, Russia

E-mail: info@samsmu.ru

**Karlina
Anna
Alexandrovna**

Candidate (PhD) of Historic Sciences, docent, head of Public and Municipal Administration and Legal Support of Civil Service Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia

E-mail: karlina_anna@mail.ru

**Karpova
Tatyana
Petrovna**

Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent of Management and digital marketing Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia

E-mail: tpkarpova@mail.ru

**Klimova
Ekaterina
Sergeyevna**

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, docent of Applied Mathematics and Econometrics Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia

E-mail: depcy@yandexl.ru

**Kolmykova
Marina
Alexandrovna**

Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent, docent of Theory and History of Sociology Department of Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia

E-mail: mari_kol@mail.ru

Menzul Elena Vladimirovna	Candidate (PhD) of Psychological Sciences, docent, head of Pedagogy and Digital Didactics Department of Samara State Medical University of Ministry of Health of the Russian Federation, Russia E-mail: tehteleva@list.ru
Muratov Nikolay Vladimirovich	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent of Management and digital marketing Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: tpkarpova@mail.ru
Murzin Valeriy Vladimirovich	Lead Specialist of VTB Bank (PJSC) Branch Office 6318, Samara, Russia E-mail: vit-pavlovch@yandex.ru
Nesterova Svetlana Igorovna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, docent of Economics and Cadastre Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: nesvig@mail.ru
Orlova Luydmila Viktorovna	Doctor of Sociological Sciences, docent, professor of Humanitarian and Socioeconomic Disciplines Department of Moscow State university of Technology and Management named after K. G. Razumovskiy, Russia E-mail: orlovalv313@mail.ru
Pavlova Irina Nikolayevna	Senior teacher of Higher Mathematics Department of Samara State Technical University, Russia E-mail: inp-63@mail.ru
Pavlovich Vitaliy Evgenyevich	Candidate (PhD) of Technical Sciences, docent, docent of Economics and Cadastre Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute"; Docent of Automation, Telemechanics and Communications Department of Samara State Transport University, Russia E-mail: vit-pavlovch@ yandex.ru
Pervova Yulia Valeryevna	Doctor of Medical Sciences, docent, head of Economics and Organization Administration Department of Samara State Technical University, Russia E-mail: sno1911@mail.ru

**Porotkin
Evgeniy
Sergeyevich**

Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent of Management and digital marketing Department of Samara University of Public Administration “International Market Institute”;

Docent of Industrial Economics and Production Management Department of Samara State Technical University, Russia

E-mail: evg.porotkin@mail.ru

**Samilkina
Irina
Viktorovna**

Chief Specialist of Providing Housing to Certain Categories of Citizens Division of Guardianship, Trusteeship and Social Support Department of the Samara City Administration, Samara, Russia

E-mail: i.samilkina@yandex.ru

**Tekhteleva
Natalya
Viktorovna**

Candidate (PhD) of Psychological Sciences, docent of Pedagogy and Digital Didactics Department of Samara State Medical University of Ministry of Health of the Russian Federation, Russia

E-mail: tehteleva@list.ru

**Tovchenko
Roman
Borisovich**

Candidate (PhD) of Political Sciences, docent of Public and Municipal Administration and Legal Support of Civil Service Department of Samara University of Public Administration “International Market Institute”, Russia

E-mail: orgrabota@mail.ru

**Ustina
Nina
Alexandrovna**

Candidate (PhD) of Historic Sciences, docent, head of Management and digital marketing Department of Samara University of Public Administration “International Market Institute”, Russia

E-mail: nina_ustina@mail.ru

**Chumak
Pavel
Vadimovich**

Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent of Management and digital marketing Department of Samara University of Public Administration “International Market Institute”, Russia

E-mail: orgrabota@mail.ru

**Shafranskiy
Igor
Evgenyevich**

Candidate (PhD) of Medical Sciences, docent, Director for Graduate School of Management and Technology of Samara State Technical University, Russia

E-mail: ishafran77@mail.ru

**Shchukina
Nina
Petrovna**

Doctor of Sociology, professor, professor of National History, Medicine and Social Science Department of Samara State Medical University of Ministry of Health of the Russian Federation, Russia

E-mail: nina_shukina@mail.ru

Научное издание

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

№ 3 / 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 29.09.2023.
Дата выхода в свет 02.10.2023.
Бумага офсетная. Печать оперативная.
Объем 8,0 п.л. Формат 60x90/16.
Заказ № 0105. 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