2500-3372 (PRINT)
2542-1190 (ONLINE)

ВЕСТНИК

КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

СЕРИЯ: ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

BULLETIN OF KEMEROVO STATE UNIVERSITY. SERIES: POLITICAL, SOCIOLOGICAL AND ECONOMIC SCIENCES

VESTNIK KEMEROVSKOGO GOSUDARSTVENNOGO UNIVERSITETA. SERIIA: POLITICHESKIE, SOTSIOLOGICHESKIE I EKONOMICHESKIE NAUKI

ТОМ 7 № 1
2022

ВЕСТНИК КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

том 7 № 1
2022

Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки =
Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic Sciences

Учредитель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет».

Свидетельство о регистрации: ПИ № ФС 77-67376. Выдано Роскомнадзором.

Издается с 2016 года. Выходит 4 раза в год.

ISSN 2500-3372 (print); 2542-1190 (online).

Адрес учредителя, издателя: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6; +7(3842)58-12-26; rector@kemsu.ru

Адрес редакции: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6; +7(3842)58-13-01; vestnik@kemsu.ru

Подписной индекс в объединенном каталоге «Пресса России» – 94233.

Журнал представлен в открытом доступе на сайте Российской универсальной научной электронной библиотеки и включен в базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ).

Журнал включен в «Перечень ведущих рецензируемых журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук» Высшей аттестационной комиссии.

Позиция редакции может не совпадать с мнением авторов.

Плата за публикацию не взимается. Журнал издается за счет средств Кемеровского государственного университета.

Все научные статьи, соответствующие требованиям журнала, проходят двойное слепое рецензирования (Double-blind review).

Статьи распространяются на условиях лицензии CC BY 4.0 International License.

Сведения о политике журнала, правилах для авторов, архив полнотекстовых выпусков размещены на сайте издания: https://vestnik-pses.kemsu.ru

Founder: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Kemerovo State University".

Certificate of registration: PI no. FS 77-67376. Registered in the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Communications.

Founded in 2016. Published 4 times a year.

ISSN 2500-3372 (print); 2542-1190 (online)

Address of the founder, publisher: 6, Krasnaya St., Kemerovo, Kemerovo region (Kuzbass), Russia, 650000; +7(3842)58-12-26; rector@kemsu.ru

Editorial Office Address: 6, Krasnaya St., Kemerovo, Kemerovo region (Kuzbass), Russia, 650000; +7(3842)58-13-01; vestnik@kemsu.ru

Subscription indices: 94233 – in the United catalogue "The Press of Russia".

Free access to the Journal is provided at the website of the Russian Universal Scientific Electronic Library. The Journal is included into the database of the "Russian Science Citation Index".

The Bulletin is included into the "List of leading peer-reviewed journals and issues" which should publish main research results of Doctor's and Candidate's theses by the Higher Attestation Commission.

Opinions expressed in the articles published in the Bulletin are those of their authors and may not reflect the opinion of the Editorial Board.

The Bulletin is funded by Kemerovo State University. Authors do not have to pay any article processing charge or open access publication fee.

All manuscripts undergo a double-blind review.

The articles are distributed under the terms of the CC BY 4.0 International License.

For more information about our publishing politics, instructions for authors, and archives of full-text issues, please visit our website: https://vestnik-pses.kemsu.ru

16+

Контакты для сотрудничества / Contacts for co-operation:

Морозова Елена Алексеевна, главный редактор
Elena A. Morozova, Editor-in-Chief
morea@inbox.ru

Митько Наталья Викторовна, ответственный секретарь
Natalia V. Mitko, Executive editor
+7(3842)58-13-01; vk-seriya@yandex.ru

BULLETIN KEMEROVO STATE UNIVERSITY
POLITICAL, SOCIOLOGICAL AND ECONOMICS
volume 7 No 1
2022

Морозова Елена Алексеевна
главный редактор, д-р экон. наук, проф., КемГУ (Кемерово, Россия).
Elena A. Morozova, Editor-in-Chief, Dr.Sci.(Econ.), Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ / EDITORIAL BOARD

Баранова Инна Владимировна
д-р экон. наук, проф., НГТУ (Новосибирск, Россия).
Inna V. Baranova, Dr.Sci.(Econ.), Prof., Novosibirsk State Technical University (Novosibirsk, Russia).

Бычкова Светлана Михайловна
д-р экон. наук, проф., СПбГАУ (Санкт-Петербург, Россия).
Svetlana M. Bychkova, Dr.Sci.(Econ.), Prof., St. Petersburg State Agrarian University (St. Petersburg, Russia).

Глушакова Ольга Владимировна
д-р экон. наук, доцент, НГТИ (Новосибирск, Россия).
Olga V. Glushakova, Dr.Sci.(Econ.), Assoc. Prof., Novosibirsk State Theater Institute (Novosibirsk, Russia).

Капогузов Евгений Алексеевич
д-р экон. наук, доцент, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского (Омск, Россия).
Evgenii A. Kapoguzov, Dr.Sci.(Econ.), Assoc. Prof., Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia).

Кисляков Михаил Михайлович
д-р полит. наук, доцент, СИУ (филиал) РАНХиГС (Новосибирск, Россия).
Mikhail M. Kislyakov, Dr.Sci.(Polit.), Assoc. Prof., Siberian Institute of Management branch of RANEPA (Novosibirsk, Russia).

Кравченко Сергей Александрович
д-р филос. наук, проф., МГИМО МИД России (Москва, Россия).
Sergey A. Kravchenko, Dr.Sci.(Philos.), Prof., Moscow State Institute of International Relations (University) (Moscow, Russia).

Кремер Раймунд
д-р, проф. Потсдамского университета, главный редактор журнала WeltTrends (Потсдам, Германия).
Raimund Krämer, Dr. Hab., Prof. at Potsdam University, Editor-In-Chief of WeltTrends Journal (Potsdam, Germany).

Курбатова Маргарита Владимировна
д-р экон. наук, проф., СФУ (Красноярск, Россия).
Margarita V. Kurbatova, Dr.Sci.(Econ.), Prof., Siberian Federal University (Krasnoyarsk, Russia).

Мекуш Галина Егоровна
д-р экон. наук, проф., КемГУ (Кемерово, Россия).
Galina E. Mekush, Dr.Sci.(Econ.), Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

Немировский Валентин Геннадьевич
д-р социол. наук, проф., ТюмГУ (Тюмень, Россия).
Valentin G. Nemirovskiy, Dr.Sci.(Sociol.), Prof., Tyumen State University (Tyumen, Russia).

Нехода Евгения Владимировна
д-р экон. наук, проф., ТГУ (Томск, Россия).
Evgenia V. Nekhoda, Dr.Sci.(Econ.), Prof., Tomsk State University (Tomsk, Russia).

Озерникова Татьяна Георгиевна
д-р экон. наук, проф., НГТУ (Новосибирск, Россия).
Tatiana G. Ozernikova, Dr.Sci.(Econ.), Prof., Novosibirsk State Technical University (Novosibirsk, Russia).

Резник Семён Давыдович
д-р экон. наук, проф., ПГУАС (Пенза, Россия).
Semen D. Reznik, Dr.Sci.(Econ.), Prof., Penza State University of Architecture and Construction (Penza, Russia).

Силин Анатолий Николаевич
д-р социол. наук, проф., ТИУ (Тюмень, Россия).
Anatolii N. Silin, Dr.Sci.(Sociol.), Prof., Tyumen Industrial University (Tyumen, Russia).

Слинкова Ольга Константиновна
д-р экон. наук, проф., БелГУ (Белгород, Россия).
Olga K. Slinkova, Dr.Sci.(Econ.), Prof., Belgorod National Research University (Belgorod, Russia).

Солодова Галина Сергеевна
д-р социол. наук, проф., ИФПР СО РАН (Новосибирск, Россия).
Galina S. Solodova, Dr.Sci.(Sociol.), Prof., Institute of Philosophy and Law of SB RAS (Novosibirsk, Russia).

Суслов Виктор Иванович
д-р экон. наук, проф., чл.-корр. РАН, ИЭОПП СО РАН (Новосибирск, Россия).
Viktor I. Suslov, Dr.Sci.(Econ.), Prof., Corresponding Member of the RAS, Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of the RAS (Novosibirsk, Russia).

Удальцова Мария Васильевна
д-р экон. наук, проф., НГУЭУ (Новосибирск, Россия).
Maria V. Udaltsova, Dr.Sci.(Econ.), Prof., Novosibirsk State University of Economics and Management (Novosibirsk, Russia).

Чирун Сергей Николаевич
д-р полит. наук, доцент, КемГУ (Кемерово, Россия).
Sergey N. Chirun, Dr.Sci.(Polit.), Assoc. Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

Шашкова Ярослава Юрьевна
д-р полит. наук, доцент, АлтГУ (Барнаул, Россия).
Yaroslava Yu. Shashkova, Dr.Sci.(Polit.), Assoc. Prof., Altai State University (Barnaul, Russia).

Литературный редактор и корректор – Е. А. Печёнкина.
Литературный редактор (английский язык) – Н. В. Рабкина.
Верстка и дизайн – Н. В. Митько.

Literary editors and Proof-reader – E. A. Pechenkona.
Literary editor (Eng.) – N. V. Rabkina.
Layout and design – N. V. Mitko.

2500-3372 (print) 2542-1190 (online)
2022 том 7 № 1

Политические науки

Интернет и социальные сети как каналы коммуникации политических партий с избирателями в Кемеровской области – Кузбассе (результаты анализа веб-сайтов и сетевого контента)
Алагоз А. В. 1

Анализ нормативного обеспечения передачи государственных полномочий органам местного самоуправления по предоставлению жилья детям-сиротам
Николаева К. С. 12

Городские конфликты: стратегии борьбы акторов конфликта
Соколов А. В., Абрамовский И. С. 20

Социологические науки

Семиотика корпоративной культуры студентов в опорном вузе Кузбасса
Калашникова А. Л., Поселенова Е. Ю., Инешина С. В., Налегач Н. В., Рагимова Ф. С., Синегубова К. В. 29

Академическая мобильность как инструмент международного коммуникативного взаимодействия вузов
Квасова Ю. А., Леонтьева В. Л., Пулькина В. А. 40

Технологии управления карьерным и профессиональным развитием руководителя организации
Худякова Т. Л., Гасанова Р. Р., Степанова О. П., Токарь О. В., Арпентьева М. Р., Шпаковская Е. Ю. 50

Социальная проблема бездомных животных и способы ее решения (по результатам исследования в Тольятти)
Цветкова И. В. 60

Экономические науки

Трансформация роли потребителя в эволюции маркетинга
Герцик В. А. 70

Междисциплинарный анализ научной категории *профессиональное определение*
Пьянкова Л. А. 75

Экспресс-анализ рисков устойчивости развития сельского хозяйства: социо-эколого-экономический подход
Сергиенко О. В. 89

Разработка финансовой стратегии предприятия агропромышленного комплекса: теоретические предпосылки и инструменты
Цветцых А. В., Лячин В. И. 98

Диджитализация предпринимательской деятельности как стратегия перехода к модели smart-предприятия
Цыбовский В. Л. 106

Управление инновационной активностью персонала при цифровой трансформации компаний малого и среднего бизнеса
Шпак Ю. О., Абрамов В. И. 115

Формализация механизма ценообразования на электроэнергию для прочих потребителей розничного рынка
Ященко А. В. 125

Political Science

Internet and Social Networks as Channels of Communication between Political Parties and Voters in the Kemerovo Region: an Internet Content Analysis
Alagoz A. V. 1

State-Funded Housing for Orphaned Children: Normative Provision of Transfer of State Powers to Local Authorities
Nikolaeva K. S. 12

Urban Conflict Actors and Their Strategies
Sokolov A. V., Abramovsky I. S. 20

Sociological Sciences

Semiotics of Corporate Culture of Students in the Kuzbass Flagship University
Kalashnikova A. L., Poselenova E. Yu., Ineshina S. V., Nalegach N. V., Ragimova F. S., Sinegubova K. V. 30

Academic Mobility as an Instrument of International Communicative Cooperation
Kvasova Yu. A., Leontyeva V. L., Pulkina V. A. 40

CEO Career and Professional Management Technologies
Khudyakova T. L., Gasanova R. R., Stepanova O. P., Tokar O. V., Arpentieva M. R., Shpakovskaya E. Yu. 51

Homeless Animals in Togliatti: Social Problem and Solutions
Tsvetkova I. V. 60

Economic Sciences

Transformation of Consumer's Role in Marketing Evolution
Gertsik V. A. 70

Interdisciplinary Analysis of the Scientific Category of *Professional Identity*
Pyankova L. A. 75

Rapid Analysis of Risk of Sustainable Agriculture Development: Socio-Ecological-Economic Approach
Sergienko O. V. 89

Financial Strategy of the Enterprise: Theoretical Prerequisites and Instruments
Tsvettsykh A. V., Lyachin V. I. 98

Digitalization of Entrepreneurial Activity as a Smart-Enterprises Model Transition Strategy
Tsybouski V. L. 106

Management of Personnel Innovation Activity in the Digital Transformation of Small and Medium-Sized Businesses
Shpak Yu. O., Abramov V. I. 115

Formalization of the Electricity Pricing Mechanism for Other Consumers of the Retail Market
Yashchenko A. V. 125

оригинальная статья

Интернет и социальные сети как каналы коммуникации политических партий с избирателями в Кемеровской области – Кузбассе (результаты анализа веб-сайтов и сетевого контента)

Алагоз Алиса Владимировна
Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
aliscristall@mail.ru

Поступила в редакцию 25.01.2022. Принята после рецензирования 15.02.2022. Принята в печать 21.02.2022.

Аннотация: Объект исследования – интернет-коммуникации, в том числе социальные сети как канал коммуникации в деятельности политических партий с избирателями. Предмет – особенности информационного контента веб-сайтов и социальной сети Instagram региональных отделений политических партий в Кемеровской области – Кузбассе. Цель – выявить количественные и качественные особенности информационного контента политических партий Кузбасса как коммуникационного ресурса в работе партий с избирателями. Методологической базой исследования выступили структурно-функциональный подход Т. Парсонса, системный и сравнительные подходы, контент-анализ страниц региональных отделений политических партий на веб-сайтах и в сети Instagram. Выявлено, что каждая из рассмотренных партий использует в разном соотношении виды контента как на веб-сайтах, так и в социальной сети Instagram. Контент веб-сайтов и сети Instagram в целом совпадает у политических партий, при этом последний ресурс более представителен в количестве новостного контента. Наиболее активно работает с избирателями партия «Единая Россия», которая лидирует не только по количеству контента и периодичности его размещения, но и по видам публикаций (федеральные и региональные новости, предвыборная агитация, социальные проекты). Партия «Справедливая Россия – Патриоты – За правду» в работе с избирателями уделяла внимание популяризации основных программных положений, с которыми она шла на выборы. Низкие качественные показатели новостного контента отмечены в работе партий КПРФ и ЛДПР. Получены выводы о прямой взаимосвязи результатов избирательной кампании в Кемеровской области в сентябре 2021 года и применяемых видов новостного контента как каналов коммуникации политических партий с избирателями.

Ключевые слова: Интернет, веб-сайт, социальные сети, новостной контент, интернет-коммуникация, медиаполитика, политические партии, избиратели, Кемеровская область – Кузбасс

Цитирование: Алагоз А. В. Интернет и социальные сети как каналы коммуникации политических партий с избирателями в Кемеровской области – Кузбассе (результаты анализа веб-сайтов и сетевого контента). *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки.* 2022. Т. 7. № 1. С. 1–11. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-1-11

original article

Internet and Social Networks as Channels of Communication between Political Parties and Voters in the Kemerovo Region: an Internet Content Analysis

Alice V. Alagoz
Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
aliscristall@mail.ru

Received 25 Jan 2022. Accepted after peer review 15 Feb 2022. Accepted for publication 21 Feb 2022.

Abstract: The research featured websites and Instagram accounts of Kuzbass branches of various political parties. The research objective was to identify the quantitative and qualitative features of the information content using T. Parsons' theory of structural functionalism and the methods of systematic and comparative approach, as well as the method of content analysis. The parties used various types of content in different proportions. The official websites and Instagram accounts shared the same content network, the latter being more representative in terms of news content. The United Russia proved

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

to be the most active party in such aspects as communication with potential voters and the amount, frequency, and variety of posts. The Just Russia party mostly popularized its electoral campaign program. The Communist Party and the Liberal Democratic Party had low quality indicators of news content. The author believes that the Internet communication had a strong effect on the campaign of September 2021 in the Kemerovo Region.
Keywords: Internet, website, social networks, news content, Internet communication, media policy, political parties, voters, Kemerovo region (Kuzbass)

Citation: Alagoz A. V. Internet and Social Networks as Channels of Communication between Political Parties and Voters in the Kemerovo Region: an Internet Content Analysis. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 1–11. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-1-11

Введение

Современная российская политика все больше концентрируется вокруг интернет-коммуникаций, представленных как традиционными формами взаимодействия партий с избирателями с помощью веб-сайтов в сети Интернет, так и новыми – страницами в социальных сетях. Последние представлены контентом политических партий федерального уровня; региональных отделений партий в субъектах Российской Федерации; депутатов и руководителей фракций, олицетворяющих партию в органах законодательной власти, прежде всего федерального и регионального уровня. Подобное многообразие представленности партий и партийных лидеров в сети Интернет и социальных сетях имеет не только теоретический, но и практический интерес, т. к. от активности партий в интернет-пространстве посредством различных форм взаимодействия с избирателями зависит имидж партии, а уровень поддержки избирателей наиболее ярко проявляется в периоды избирательных кампаний. Примером последних явились выборы депутатов в Государственную Думу РФ и выборы в региональные и муниципальные парламенты субъектов РФ. В рамках данной статьи автор уделит внимание рассмотрению и анализу особенностей коммуникаций региональных отделений политических партий в период избирательной кампании 2021 г. на примере Кемеровской области – Кузбасса.

Объект исследования – интернет-коммуникации, в том числе социальные сети как канал коммуникации в деятельности политических партий с избирателями. Предметом исследования выступили особенности информационного контента политических партий Кузбасса на страницах веб-сайтов и в социальной сети Instagram[1]. Цель исследования заключалась в выявлении количественных и качественных особенностей информационного контента политических партий Кузбасса, представленного на страницах веб-сайтов и в социальной сети Instagram, как коммуникационного ресурса в работе партий с избирателями.

Методы и материалы

Методология проведенного исследования включала в себя применение теоретических и эмпирических методов и подходов. Основным теоретическим методом исследования выступил структурно-функциональный подход Т. Парсонса, направленный на рассмотрение применяемых в данный период времени форм и видов коммуникаций в социальном пространстве. Кроме того, автор опирался на системный и сравнительный подходы, что позволило проанализировать и сравнить виды контента региональных отделений политических партий, представленных в Парламенте Кузбасса. Эмпирической базой исследования стали результаты количественного и качественного контента-анализа страниц региональных отделений политических партий на веб-сайтах и в сети Instagram. Источниками информации также стали работы специалистов в области интернет-коммуникаций в традиционных и новых медиаресурсах, связанных с политическими партиями.

В настоящее время в отечественных исследованиях формируется ряд тематических направлений изучения феномена политических партий в условиях информатизации общественно-политических институтов. До сих пор достаточно активно продолжают анализироваться вопросы медиаактивности губернаторов [1–3]. В частности, представлен кузбасский опыт продвижения медийного образа главы региона [4; 5]. В исследованиях российских ученых в силу определенного отставания развития информационных технологий и сложностей в изучении нового политического явления в нашей стране модели коммуникаций рассматриваются на примере западных лидеров [6–8].

Зарубежные ученые большое внимание уделяют фундаментальным вопросам развития партийных интернет-коммуникаций. По мнению М. Джанджуа и А. Кашьяпа, социальный сети сегодня – это весомый коммуникативный ресурс, обеспечивающий взаимодействие между партиями и электоратом с помощью горизонтальной коммуникации в социальной сети [9]. Д. Д. Порта изучает вопросы выстраивания коммуникации левыми партиями с помощью расширения своей социальной базы через сетевые инструменты [10].

[1] Компания Meta Platforms, владеющая социальными сетями Facebook и Instagram, признана экстремистской организацией, ее деятельность запрещена на территории РФ.

Следует утверждать, что актуализация интереса российских ученых к политическим партиям в интернет-пространстве вызвана всплесками партийной активности в периоды избирательных кампаний, в ситуации появления новых или модификации существующих партийных проектов и как результат дальнейшего распространения коммуникаций в социальном медиапространстве. Так, с точки зрения Д. В. Чижова, Интернет служит не только ресурсом распространения информации, но и мобилизационным инструментом избирателей [11; 12]. Д. Р. Мухаметов отмечает «влияние новых технологий на внутрипартийную коммуникацию и организацию, поскольку именно от этого будет зависеть будущее политических партий в новой цифровой реальности» [13, с. 60].

Активное развитие в научных публикациях получают эмпирические исследования, ставящие задачу разработать инструменты и методы многомерного анализа контента политических партий в социальных сетях [14; 15]. Наряду с этим проводятся исследования новых политических проектов партий [16–19], воздействия цифровизации на партии с большим политическим опытом работы [20; 21]. Получают достаточно широкий научный интерес исследования имиджевых характеристик политических партий через избирательные технологии [22; 23] или сам процесс коммуникации [24–26].

Исследование веб-страниц и социальных сетей политических партий при всем многообразии научных работ по представленной проблеме только набирает свою популярность, а степень изученности вопроса в регионах крайне незначительна.

Результаты

Политические партии в работе с избирателями применяют различные средства коммуникации, в частности печатные и электронные СМИ, интернет-СМИ, веб-чаты, социальные сети, видеохостинги (самый востребованный в России – YouTube) и др. При этом лидирующие позиции все чаще занимают интернет-ресурсы: WhatsApp – 15,7 %, Instagram – 14,8 %, Facebook – 14,5 % и др. Это становится следствием дальнейшего развития интернет-коммуникаций в нашей стране. Подтверждением тенденции расширения возможностей коммуникаций через сеть Интернет являются данные аналитических и информационных структур. По результатам глобального отчета Digital 2022, опубликованного в сотрудничестве с We Are Social и Hootsuite в январе 2022 г., большая часть подключенного мира продолжает расти быстрее, чем до пандемии[2].

В России по состоянию на начало 2021 г. самой популярной социальной площадкой у россиян является YouTube (85 % интернет-пользователей в возрасте от 16 до 64 лет пользуются этой сетью). ВКонтакте популярен у 78 % россиян, Instagram – у 61,2 %, Одноклассники – у 47,1 %, Facebook – у 38,9 %, Twitter – у 18,6 %[3]. Схематично представим коммуникационное пространство политических партий в системе интернет-коммуникаций, основанное на горизонтальном принципе взаимодействия всех участников коммуникаций (рис.).

Обращаясь к основным результатам анализа веб-страниц политических партий в Кузбассе, отметим, что в целом коммуникационное взаимодействие с избирателями выстроено

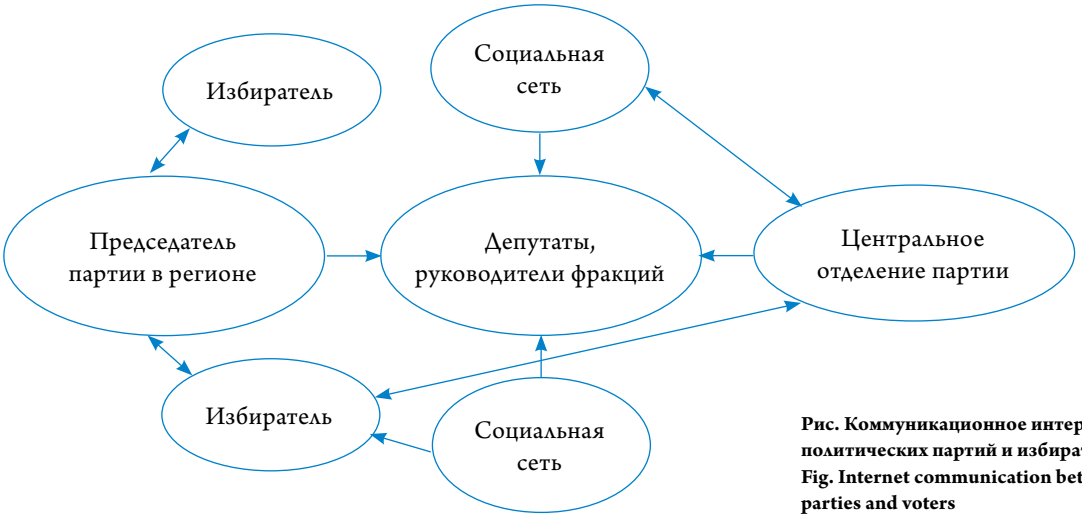

Рис. Коммуникационное интернет-пространство политических партий и избирателей
Fig. Internet communication between political parties and voters

[2] Глобальные Digital тренды 2022: отчет Hootsuite по мировым соцсетям и поведению пользователей. *Marketing.by.* 22.01.2022. Режим доступа: https://marketing.by/analitika/globalnye-digital-trendy-2022-otchet-hootsuite-po-mirovym-sotssetyam-i-povedeniyu-polzovateley/? (дата обращения: 01.02.2022).

[3] Сергеева Ю. Интернет и соцсети в России в 2021 году – вся статистика. *WebCanape.* 12.02.2021. Режим доступа: https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/ (дата обращения: 01.02.2022).

по принципу освещения текущей информации, связанной с деятельностью партии и ее депутатов, законодательными инициативами и проектами партий, при этом каждая из рассматриваемых партий имеет свою специфику видов публикаций и периодичность размещения новостного контента. За основу исследования возьмем наиболее активную фазу избирательного периода (июнь-август 2021 г.) в работе четырех партий, представленных в Парламенте Кузбасса, – «Единая Россия», КПРФ, ЛДПР, «Справедливая Россия – Патриоты – За правду».

В вопросе систематической работы по периодичности размещения информации на веб-сайтах партий безусловным лидером является «Единая Россия»: в среднем добавляется по 2–4 новости в день. Организационный уровень работы в регионе остальных партий слабый, наблюдаются как периоды полного отсутствия деятельности (партия ЛДПР в июне-июле 2021 г.), так и несистематичный новостной контент весьма низкого качества. Партия КПРФ фактически сняла с себя какие-либо обязательства по освещению региональной деятельности. На сайте регионального отделения КПРФ есть разделы с федеральными новостями и с новостями в регионах, в которых нет ни одной новости о работе кузбасского отделения. Среднее значение по количеству новостей в день составило менее одной новости. Лучшие показатели у партий в августе: у ЛДПР в среднем 1 новость в день, у «Справедливой России – Патриотов – За правду» – 0,7 новости в день (табл. 1). Возвращаясь к вопросу вида новостного контента по тематической направленности, подчеркнем, что каждая политическая партия (не рассматривалась КПРФ) имеет свою специфику (табл. 2).

Сайт партии «Единая Россия» удобен в работе, т. к. наличие функции «Поиск по сайту» позволяет просматривать информацию за конкретный период с возможностью выбора новостей за неделю, месяц, год. За оцениваемый избирательный период партия уделяла первостепенное внимание

Табл. 1. Периодичность размещения контента на веб-сайтах кузбасских региональных отделений партий
Tab. 1. Posting frequency on the websites of Kuzbass branches of political parties

Партия	Июнь		Июль		Август	
	Количество новостей	Среднее значение в день	Количество новостей	Среднее значение в день	Количество новостей	Среднее значение в день
Единая Россия	112	4	62	2	97	3
КПРФ	0	0	0	0	0	0
ЛДПР	4	0	0	0	45	1
Справедливая Россия – Патриоты – За правду	12	0,4	19	0,6	24	0,7

Табл. 2. Виды контента на веб-сайтах кузбасских региональных отделений партий
Tab. 2. Types of content on the websites of Kuzbass branches of political parties

Вид контента	Единая Россия						Справедливая Россия – Патриоты – За правду						ЛДПР					
	Июнь		Июль		Август		Июнь		Июль		Август		Июнь		Июль		Август	
	К	Д	К	Д	К	Д	К	Д	К	Д	К	Д	К	Д	К	Д	К	Д
Новостной (регион)	26	23,2	7	11,3	26	26,8	1	8,3	3	15,8	5	20,8	0	0	0	0	3	6,7
Новостной (РФ)	17	15,2	4	6,4	17	17,5	1	8,3	7	36,8	10	41,6	4	100,0	0	0	25	55,6
Социальный (социальные проекты)	14	12,5	9	14,6	11	11,4	5	41,7	1	5,3	4	16,7	0	0	0	0	5	11,1
Депутаты / представители партии (личные приемы, оказание помощи)	35	31,2	24	38,7	28	28,9	2	16,7	3	15,8	1	4,2	0	0	0	0	9	20,0
Предвыборная агитация	7	6,3	9	14,5	12	12,4	1	8,3	4	21,0	2	8,3	0	0	0	0	0	0
Поздравительный	10	8,9	5	8,0	1	1,0	0	0	1	5,3	1	4,2	0	0	0	0	1	2,2
Законотворческая деятельность	3	2,7	4	6,5	2	2,0	2	16,7	0	0	1	4,2	0	0	0	0	2	4,4

Прим.: *К* – количество новостей, шт.; *Д* – доля, %.

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-1-11

освещению работы с населением и решению поступающих вопросов от граждан кандидатам на выборы в Государственную Думу РФ – М. Ю. Федяеву, А. В. Горелкину, Д. В. Исламову и др.[4] В то же время нет ни одной новости, рассказывающей о работе с избирателями кандидатов, идущих на выборы в законодательные органы власти муниципального уровня. Однако, как показали результаты выборов, это не отразилось на итогах избирательной кампании, и члены партии «Единая Россия» показали убедительную победу на выборах в муниципальные парламенты Кемерова, Полысаева, Прокопьевска, Ленинск-Кузнецка.

В числе приоритетных вопросов отметим также новости, освещающие деятельность партии в регионе, федеральные новости (программы развития партии, выступления Президента), реализацию социальных проектов в регионе (открытие новых социально-значимых объектов в муниципальных образованиях, вынесение социальных проектов на федеральный уровень). Контент, связанный с избирательный процессом, представлен недостаточно в силу отнесения к нему исключительно новостей об организации выборов[5].

Новостной контент партии ЛДПР, представленный на веб-сайте, отличается от публикаций партии «Единая Россия» в качественном наполнении и, соответственно, в освещении предвыборной работы с избирателями. На сайте ЛДПР нет ни одной новости, свидетельствующей о том, что партия принимает участие в выборах не только муниципального, но и федерального уровня. При этом, согласно данным Избирательной комиссии Кемеровской области – Кузбасса, от ЛДПР на выборах в Государственную Думу РФ были зарегистрированы и участвовали в агитационной компании 4 кандидата[6]. Кроме того, на сайте нет никаких сведений о работе действующих депутатов, входящий в фракцию ЛДПР в Парламенте Кузбасса и представляющих интересы партии на региональном уровне, – К. Д. Правдина и Р. Ю. Клейстера[7]. В итоге в социально-значимых мероприятиях от ЛДПР принимают участие не депутаты, а рядовые члены партии, именуемые в новостном контенте «представителями партии» (например, «представитель ЛДПР поздравил», «представители ЛДПР познакомили земляков», «представители ЛДПР встретились с жителями» и т. п.).

Контент ЛДПР достаточно однообразен, неинтересен для избирателя в плане освещения работы партии в регионе. Преимущественно рассматриваются федеральные новости, порой совсем не связанные с ЛДПР и ее партийной работой[8]. За редким исключением можно встретить упоминания о деятельности партии в регионе, но речь идет о «местечковых» событиях, например, о спортивных мероприятиях в муниципалитете с участием членов партии. Нельзя не обратить внимания на то, что сайт ЛДПР и страницы в социальных сетях не велись в июне-июле 2021 г. Партия поддерживает «признаки жизни» путем размещения совершенно неинтересной информации для избирателя. Подобная тактика работы по сравнению с более конкурентной политической силой в лице «Единой России» может привести в недалеком будущем к тупику и полной неудаче в коммуникации с электоратом.

Переходя к характеристике новостного контента сайта партии «Справедливая Россия – Патриоты – За правду», отметим, что он представлен либо от лица депутата Парламента Кузбасса Т. В. Протас, либо публикациями о событиях федерального уровня (чаще всего с комментариями Т. В. Протас). Несколько новостей за рассматриваемый период связаны с деятельностью депутатов партии в муниципальных парламентах (например, депутатом И. М. Мясниковым проведена оценка готовности жилых домов к отопительному сезону[9], депутатом Е. Н. Мишениным организована уборка мусора в микрорайоне Ваничева гора в Прокопьевске[10] и др.). Контент партии затрагивает вопросы избирательной кампании, но в большей степени он освещает реализуемые партией федеральные проекты. Проведение семинаров-практикумов для кандидатов в депутаты от партии, активное обсуждение вопроса

[4] В штабе общественной поддержки прошла встреча Дмитрия Исламова с молодежью региона. *Кемеровская область – Единая Россия*. 31.08.2021. Режим доступа: https://kemerovo.er.ru/activity/news/v-shtabe-obshestvennoj-podderzhki-proshla-vstrecha-dmitriya-islamova-s-molodezhyu-regiona? (дата обращения: 03.02.2022); Павел Федяев встретился с педагогами своего округа. *Кемеровская область – Единая Россия*. 31.08.2021. Режим доступа: https://kemerovo.er.ru/activity/news/pavel-fedyaev-vstretilsya-s-pedagogami-svoego-okruga? (дата обращения: 03.02.2022).

[5] Почти семь тысяч наблюдателей готовы к работе в ЕДГ. *Кемеровская область – Единая Россия*. 26.07.2021. Режим доступа: https://kemerovo.er.ru/activity/news/pochti-sem-tysyach-nablyudatelej-gotovy-k-rabote-v-edg (дата обращения: 03.02.2022).

[6] Выборы депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации восьмого созыва. *Избирательная комиссия Кемеровской области – Кузбасса*. Режим доступа: http://www.kemerovo.izbirkom.ru/edg-2021/vybory-gd-8/ (дата обращения: 03.02.2022).

[7] Фракция партии ЛДПР. *Парламент Кузбасса*. Режим доступа: https://www.zskuzbass.ru/frakczii-v-sovete/frakcziya-partii-ldpr/zadachi (дата обращения: 03.02.2022).

[8] Новые правила защиты диссертаций. *Кемеровская область – ЛДПР*. 10.08.2021. Режим доступа: https://kemerovo.ldpr.ru/event/129642 (дата обращения: 03.02.2022); ОСАГО без техосмотра. *Кемеровская область – ЛДПР*. 09.08.2021. Режим доступа: https://kemerovo.ldpr.ru/event/129631 (дата обращения: 03.02.2022); Злостным алиментщикам – бой. *Кемеровская область – ЛДПР*. 16.08.2021. Режим доступа: https://kemerovo.ldpr.ru/event/129784 (дата обращения: 03.02.2022); Ипотечные каникулы. *Кемеровская область – ЛДПР*. 18.08.2021. Режим доступа: https://kemerovo.ldpr.ru/event/130070 (дата обращения: 03.02.2022).

[9] Подготовка к зиме на депутатском контроле. *Справедливая Россия в Кемеровской области – Кузбассе*. 14.08.2021. Режим доступа: https://kemerovo.spravedlivo.ru/005191341.html (дата обращения: 03.02.2022).

[10] Прокопьевские волонтеры – за чистый город. *Справедливая Россия в Кемеровской области – Кузбассе*. 16.07.2021. Режим доступа: https://kemerovo.spravedlivo.ru/005190133.html (дата обращения: 03.02.2022).

возврата к прежнему пенсионному возрасту подчеркивают важность участия и победы в выборах для партии[11].

Обобщение представленных данных по веб-сайтам партий содействовало заключению, что выявленные отличия в количественном (количество новостей в день) и качественном (виды новостных публикаций) параметрах контента следует связывать с финансированием деятельности партии в регионах; со спецификой политической региональной конкуренции, оказывающей влияние на готовность или неготовность региональных отделений выдвинуть знаковые фигуры, способные конкурировать в информационном пространстве с партией власти на страницах своих сайтов, в сети Интернет, на радио и местных телевизионных каналах.

Рассмотрим особенности коммуникаций политических партий Кузбасса в социальных сетях (табл. 3). Согласно представленным данным, наиболее популярна у избирателей сеть Instagram, на втором месте – ВКонтакте, на третьем – Одноклассники. На четвертом месте по популярности у партий «Единая Россия» и «Справедливая Россия – Патриоты – За правду» сеть Facebook, однако нет оснований полагать, что в ближайшее время ей удастся вытеснить лидера социальных медиа на данный момент. Уходит в прошлое сеть Twitter (пятое место), страницы которой не обновлялись у КПРФ с апреля 2018 г., у ЛДПР – с сентября 2014 г. (остальные партии не регистрировались в ней изначально). За исключением партии «Единая Россия» видеохостинг YouTube (шестое место) не использует как средство коммуникации ни одна их рассматриваемых политических партий.

С помощью программы аналитики контента Feedspy автором были систематизированы данные по общему количеству постов политических партий в Instagram в 2021 г., а также отдельно данные по количеству постов, лайков и комментариев за период избирательного цикла (табл. 4). По количеству постов за 2021 г. партии можно расположить следующим образом (в порядке убывания): «Единая Россия» – 1054, «Справедливая Россия – Патриоты – За правду» – 350, ЛДПР – 313, КПРФ – 297.

Исходя из данных таблицы, лидирующие позиции по количеству постов информационного контента за период избирательного цикла занимает партия «Единая Россия» (340), на втором месте примерно с равным соотношением находятся две политические партии – КПРФ (93) и «Справедливая Россия – Патриоты – За правду» (92). С большим отрывом от названных партий расположилось региональное отделение партии ЛДПР (55), в которой на протяжении более половины избирательного периода не велась никакая информационная работа с избирателями.

Оценивая лайки и комментарии, отметим, что публикации всех партий не вызывают активного обсуждения выставленных новостей: избиратели более расположены оценивать свое отношение к новостям через лайки, чем писать какие-то комментарии. В определенной степени виды коммуникации партий с избирателями можно оценивать через комментарии, в частности через тональность комментариев (табл. 5).

Табл. 3. Количество подписчиков в социальных сетях кузбасских региональных отделений партий
Tab. 3. Subscribers in the social networks of Kuzbass branches of political parties

Партия	Instagram	ВКонтакте	Одноклассники	Facebook	Twitter	YouTube
Единая Россия	3700	1338	2411	1400	–	32
КПРФ	705	724	–	–	439	–
ЛДПР	1137	1733	968	–	153	–
Справедливая Россия – Патриоты – За правду	389	591	48	114	–	–

Табл. 4. Количество постов, лайков и комментариев в Instagram
Tab. 4. Posts, likes, and comments on Instagram

Вид активности	Июнь	Июль	Август
Единая Россия			
Посты	117	103	120
Лайки	4002	3039	3835
Комментарии	43	12	54
КПРФ			
Посты	33	37	23
Лайки	526	784	627
Комментарии	51	50	45
ЛДПР			
Посты	1	0	54
Лайки	14	0	1010
Комментарии	0	0	56
Справедливая Россия – Патриоты – За правду			
Посты	25	28	39
Лайки	720	823	1278
Комментарии	12	24	16

[11] Продолжается подготовка к предстоящим выборам. *Справедливая Россия в Кемеровской области – Кузбассе*. 31.08.2021. Режим доступа: https://kemerovo.spravedlivo.ru/005191917.html (дата обращения: 03.02.2022); Отмена пенсионной реформы остается приоритетом партии Справедливая Россия – За правду. *Справедливая Россия в Кемеровской области – Кузбассе*. 11.08.2021. Режим доступа: https://kemerovo.spravedlivo.ru/005191190.html (дата обращения: 03.02.2022).

Табл. 5. Тональность комментариев в постах кузбасских региональных отделений партий

Tab. 5. Tone of comments in the posts of Kuzbass branches of political parties

Партия	Положительные	Доля, %	Отрицательные	Доля, %	Нейтральные	Доля, %
Единая Россия	15	55,6	9	33,3	3	11,1
КПРФ	10	25,0	16	40,0	14	35,0
ЛДПР	2	18,1	6	54,5	3	27,4
Справедливая Россия – Патриоты – За правду	8	34,8	–	–	15	65,2

В рамках исследования, проведенного с помощью метода контент-анализа, комментарии к наиболее популярным постам в Instagram были разбиты на три группы в зависимости от тональности. В целом избиратели, как было отмечено ранее, не хотят комментировать представленный новостной контент, а стремление партий показать наличие данного вида коммуникации приводит порой к искусственной накрутке комментариев через использование фейковых аккаунтов (например, аккаунт, используемый на страницах партии «Единая Россия», – @ashaiakhnurova). В итоге партия «Единая Россия» лидирует по количеству комментариев и по их положительной тональности.

Другой пример коммуникации демонстрируют остальные партии – значительно меньший процент комментариев положительной тональности, само количество комментариев также уступает партии власти. Так, под публикациями партии КПРФ в силу провокационных заявлений ее членов преобладают комментарии отрицательной тональности (40 %). Не вызывает положительной оценки новостные публикации партии ЛДПР (54,5 %), но в данном случае отрицательная тональность вызвана неинтересным новостным контентом, связанным, например, с освещением фактов посещения представителями партии городов региона. Преимущественно нейтральной тональности комментарии на посты партии «Справедливая Россия – Патриоты – За правду», которая единственная из рассматриваемых дает в комментариях ответы на поступающие от избирателей вопросы.

Наряду с анализом тональности комментариев автором был проведен качественный анализ информации по видам контента в сети Instagram (табл. 6).

Начнем с самой представительной партии «Единая Россия», выделив в ее новостном контенте ряд особенностей. Во-первых, в преподнесении новостей партия четко придерживается официального стиля, и многие события освещаются как реализуемые при поддержке Президента РФ. Во-вторых, крайне мало публикаций, имеющих отношение к персоналиям в лице кандидатов в депутаты, выдвинутых партией на выборы. В новостном контенте представлены кандидаты, уже являвшиеся в предшествующий период времени депутатами; как пример ротации кадрового состава партии представлены два поста о новом кандидате в депутаты – В. В. Власовой, победителе праймериз в партии, заслуженном враче РФ, заместителе главного врача по гинекологической помощи. Новостей по региону в соотношении с федеральным уровнем заметно меньше (федеральный уровень – 62,1 %, региональный – 12,6 %). В числе значимых региональных событий – открытие социальных объектов, программа газификации, вакцинация депутатского корпуса регионального парламента, реализуемые проекты Молодой гвардии Единой России. Достаточно высокий процент контента связан с предвыборной агитацией (13,2 %). Однако речь идет не о каком-то отдельном кандидате, а в целом об информировании населения о выборах в стране,

Табл. 6. Виды контента кузбасских региональных отделений партий в сети Instagram

Tab. 6. Types of Instagram content of Kuzbass branches of political parties

Вид контента	Единая Россия		КПРФ		ЛДПР		Справедливая Россия – Патриоты – За правду	
	К	Д	К	Д	К	Д	К	Д
Новостной (регион)	43	12,6	0	0	5	9,1	20	21,7
Новостной (РФ)	211	62,1	62	66,7	26	47,3	27	29,3
Социальный (региональные проекты)	0	0	0	0	3	5,4	4	4,3
Депутаты / представители партии (личные приемы, оказание помощи)	5	1,5	0	0	8	14,5	1	1,1
Предвыборная агитация	45	13,2	28	30,1	4	7,3	26	28,3
Поздравительный	5	1,5	1	1,1	4	7,3	6	6,5
Законотворческая деятельность	31	9,1	2	2,1	5	9,1	8	8,8

Прим.: *К* – количество новостей, шт.; *Д* – доля, %.

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-1-11

ключевых направлениях предвыборной программы партии, проведении праймериз.

Все виды оцениваемого контента представлены в деятельности партии «Справедливая Россия – Патриоты – За правду». Наиболее популярны такие виды, как новости федерального уровня (29,3 %), предвыборная агитация (28,3 %) и региональные новости (21,7 %). Заметное внимание в рассматриваемый период занимают новости, представляющие основные программные проекты партии и предложения по решению текущих проблем страны. Подробно представлены позиции по пенсионной реформе, вакцинации, реализации программы «Дальневосточный гектар» по всей России и т.д. Достаточная часть информации даже при освещении федеральных вопросов уделена позиции депутата Парламента Кузбасса Т. В. Протас, выдвинутой в качестве кандидата в депутаты на выборы в Государственную Думу РФ. Знаменательными событиями для «обновления» партийной жизни региона и регионального отделения партии стали приезд в Кузбасс лидера партии З. Прилепина и несколько прямых эфиров с его участием, выставленных в аккаунте Instagram. Нельзя не отметить важность освещения вопросов о подготовке независимых наблюдателей и о проведении серии семинаров-практикумов для кандидатов в депутаты. В сети Instagram представлена более широкая версия новостного контента, но в целом публикации пересекаются с информацией на сайте партии.

Региональное отделение партии ЛДПР в избирательный период провело несколько встреч с избирателями в разных муниципальных образованиях. Кандидаты в депутаты занимались раздачей брошюр населению и, как показывает контент новостей, уделяли главное внимание в своей работе освещению происходящих в стране событий. Законотворческая деятельность партии была представлена освещением региональных законопроектов (9,1 %), над которыми партия планирует продолжить работу, а также общепартийной позиции на федеральном уровне (47,3 %). Очень невелико количество мероприятий, осуществленных в регионе, помимо агитационной работы в преддверии выборов (9,1 %). Фактически это проведение одиночного автопробега, посвященного Дню Государственного флага Российской Федерации, и несколько субботников с участием представителей партии. Большая часть новостей на странице в Instagram совпадает с публикациями на веб-сайте.

Партия КПРФ демонстрирует провокационный новостной контент, позиционируя себя как оппозиционную политическую силу, что можно увидеть как в содержании новостей, так и в их подаче. В итоге население реагирует на такие новости в большинстве своем, как было отмечено ранее, отрицательно. Приведем несколько выдержек коммунистов, которыми начинается новостной контент: «В советское время лес был народным богатством. Сегодня его раздали упырям, а они с ним что хотят, то и делают» (новость от 13.08.2021), «Под руководством "Единой России" в нашей стране грянула "холодная война"» (новость от 21.06.2021). Нет ни одной новости о кандидатах из Кузбасса, их встречах с избирателями. Почти половина публикаций по избирательной кампании 2021 г. связана с ситуацией вокруг снятия кандидатуры П. Н. Грудинина, оставшаяся часть – призывы поддержать партию как «протест против системы капитализма». В целом новости партии КПРФ очень сложно сгруппировать по видам контента, т.к. фактически они представляют собой информирование избирателя о предвыборной программе партии, скандалах вокруг П. Н. Грудинина и других политиках федерального уровня. Полное бездействие партии в регионе (не представлено ни одной региональной новости) сложно компенсировать за счет позиционирования ее как оппозиционной силы страны, защищающей интересы обычных граждан. Сопоставить информацию в Instagram и на веб-сайте не представляется возможным в силу ее отсутствия на официальном сайте.

Заключение

Обобщая представленные результаты анализа, можно выделить ряд особенностей в работе политических партий с избирателями в Кузбассе на примере проанализированной избирательной кампании 2021 г. Во-первых, веб-сайты и социальную сеть Instagram можно рассматривать как каналы коммуникации между партией и избирателями, наиболее эффективно задействованные в периоды избирательных кампаний. Сопоставляя между собой веб-сайты и сеть Instagram, отметим преимущественное совпадение новостного контента при более развернутом информировании населения о региональных процессах и деятельности партий на страницах веб-сайтов. Во-вторых, интенсивность активности партий в старых и новых медиа зависит как от особенностей политической конкуренции в регионе, так и от специфики выставления новостного контента самими партиями. Анализ страниц партий в социальной сети Instagram показал, что как минимум на трех из них («Единая Россия», ЛДПР и КПРФ) информация размещается центральными отделениями партий, а не регионами, что объясняет весьма незначительное количество регионального контента и публикаций, презентующих работу кандидатов в депутаты Государственной Думы РФ. В-третьих, наиболее качественно к размещению информации и выбору содержательного компонента подходит «Единая Россия», выставляющая ежедневно от 2 до 4 постов. Менее активна, но все же информационно представлена в интернет-пространстве партия «Справедливая Россия – Патриоты – За правду». Очень формализован и презентован в формате оппозиционных сил новостной контент ЛДПР и КПРФ (новости совершенно не вызывают интереса у избирателей, а, скорее, провоцируют на написание отрицательных комментариев). Наконец, такой канал коммуникации между партиями и избирателями, как комментарии, фактически не применяется.

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-1-11

«Единая Россия» для придания сайту жизнеспособности нередко обращается к фейковым страницам, с которых пишутся комментарии; остальные партии за редким исключением не акцентируют внимания на важности обратной связи с населением через комментарии, не давая никаких ответов на поступающие вопросы.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Литература / References

1. Щекина И. А. Блоги губернаторов: коммуникативные возможности и имиджевые риски. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*. 2015. № 3. С. 174–177.
Shchekina I. A. Opportunities and risks of governors and regions promotion in blogs. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2015, (3): 174–177. (In Russ.)
2. Филатова О. Г. Главы субъектов РФ в блогах и социальных сетях: тренды коммуникаций начала 2010-х и 2020-х гг. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2020. Т. 21. № 2. С. 26–41. https://doi.org/10.31429/26190567-21-2-26-41
Filatova O. G. Heads of subjects of the Russian Federation in blogs and social networks: communication trends in the early 2010s and 2020s. *South-Russian Journal of Social Sciences*, 2020, 21(2): 26–41. (In Russ.) https://doi.org/10.31429/26190567-21-2-26-41
3. Зайцева Л. А., Ломакина А. С., Напалкова И. Г. Имидж глав регионов России: особенности информационного продвижения. *Контентус*. 2019. № 6. С. 99–116.
Zaitseva L. A., Lomakina A. S., Napalkova I. G. The image of heads of regions of Russia: features of information promotion. *Contentus*, 2019, (6): 99–116. (In Russ.)
4. Матвеева Е. В., Гефсиманская Л. М. Аккаунты губернаторов Сибирского федерального округа как канал «обратной связи» власти и населения. *Социальные коммуникации: философские, политические, культурно-исторические измерения*: сб. ст. II Всерос. науч.-практ. конф. с Междунар. участием. (Кемерово, 23 апреля 2021 г.) Кемерово: КемГУ, 2021. С. 96–103.
Matveeva E. V., Gefsimanskaia L. M. The accounts of the governors of the Siberian Federal District as a feedback channel for government and population. *Social communications: philosophical, political, cultural and historical dimensions*: Proc. II All-Russian Sci.-Prac. Conf. with Intern. Participation, Kemerovo, 23 Apr 2021. Kemerovo: KemSU, 2021, 96–103. (In Russ.)
5. Власова К. В., Чирун С. Н. Социальные сети как один из инструментов формирования и продвижения имиджа политика: на примере губернатора Кузбасса С. Е. Цивилёва. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2019. Т. 4. № 2. С. 176–183. https://doi.org/10.21306/2500-3372-2019-4-2-176-183
Vlasova K. V., Chirun S. N. Social networks as a formation and promotion tool for of a political image: case of Kuzbass Governor S. E. Tsivilyov. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2019, 4(2): 176–183. (In Russ.) https://doi.org/10.21306/2500-3372-2019-4-2-176-183
6. Бодрунова С. С. Медиакратический лидер (на примере образа премьер-министра Великобритании Тони Блэра). *Власть*. 2014. Т. 22. № 2. С. 95–100.
Bodrunova S. S. Mediacratic leader: the image of British Prime Minister Tony Blair. *Vlast*, 2014, 22(2): 95–100. (In Russ.)
7. Фомина Г. А. Взаимоотношения политического лидера и медиа: опыт Великобритании. *Бизнес. Общество. Власть*. 2012. № 13. С. 24–39.
Fomina G. A. The relationship between a political leader and the media: British experience. *Biznes. Obshchestvo. Vlast*, 2012, (13): 24–39. (In Russ.)
8. Урина Н. В. Роль медийной составляющей в политической коммуникации Италии (от frattura sociale к frattura mediale). *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика*. 2015. № 6. С. 138–147.
Urina N. V. Role of media component in Italian political communication (from frattura sociale to frattura mediale). *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika*, 2015, (6): 138–147. (In Russ.)
9. Kashyap A., Jonjua M. Social media – a new digital power to influence voters. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 2020, 9(4): 693–699.
10. Porta D. della. Communication in progressive movement parties: against populism and beyond digitalism. *Information, Communication & Society*, 2021, 24(10): 1344–1360. https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1894212
11. Чижов Д. В. Интернет-коммуникации политических партий: типологические черты и инструменты. *Информационное общество*. 2015. № 4. С. 46–61.
Chizhov D. V. Internet-communications of political parties: typological features and tools. *Informatsionnoye obshchestvo*, 2015, (4): 46–61. (In Russ.)

12. Чижов Д. В. Формирование имиджа российских политических партий в сети Интернет. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены.* 2016. № 1. С. 313–338. https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.1.15
Chizhov D. V. Formation of the Internet image of Russian political parties. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2016, (1): 313–338. (In Russ.) https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.1.15
13. Мухаметов Д. Р. Политические партии в цифровой реальности. Партии сетевого контроля и сетевой координации. *Обозреватель – Observer.* 2021. № 2. С. 59–70. https://doi.org/10.48137/2074-2975_2021_2_59
Mukhametov D. R. Political parties in digital reality: parties of network control and network coordination. *Obozrevatel' – Observer*, 2021, (2): 59–70. (In Russ.) https://doi.org/10.48137/2074-2975_2021_2_59
14. Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Иванов И. С. Изменение стратегий онлайн-поведения российской интернет-аудитории: результаты сравнительного кластерного анализа (2012–2014 гг.). *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены.* 2016. № 3. С. 173–186. https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.3.10
Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Yu., Ivanov I. S. Changing online behavior strategies of the Russian Internet users: based on the results of the comparative cluster analysis (2012–2014). *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2016, (3): 173–186. (In Russ.) https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.3.10
15. Бродовская Е. В., Ежов Д. А., Огнев А. С. Интернет-коммуникации российских политических партий в текущем избирательном цикле: результаты окулометрического анализа сетевого контента. *Политическая наука*. 2021. № 3. С. 112–141. http://www.doi.org/10.31249/poln/2021.03.05
Brodovskaya E. V., Ezhov D. A., Ognev A. S. Internet communications of Russian political parties in the current election cycle: results of oculometric analysis of the network content. *Political science (RU)*, 2021, (3): 112–141. (In Russ.) http://www.doi.org/10.31249/poln/2021.03.05
16. Бродовская Е. В. Методы исследования и индикаторы измерения интернет-активности политических партий. *Среднерусский вестник общественных наук*. 2013. № 4. С. 96–99.
Brodovskaya E. V. Methods of research and indicators measuring Internet activity of political parties. *Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk,* 2013, (4): 96–99. (In Russ.)
17. Бродовская Е. В., Зворыгин Р. В., Лукушин В. А. Сравнительный анализ цифровых коммуникаций традиционных и новых партийных акторов в России, 2020 год. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки*. 2021. № 2. С. 36–52. http://www.doi.org/10.52070/2500-347X_2021_2_843_36
Brodovskaya E. V., Zvorygin R. V., Lukushin V. A. Comparative analysis of digital communications of traditional and new party actors in Russia, 2020. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social sciences*, 2021, (2): 36–52. (In Russ.) http://www.doi.org/10.52070/2500-347X_2021_2_843_36
18. Азаров А. А., Бродовская Е. В., Лукушин В. А. Цифровые сообщества новых политических партий в России (2020 г.). *Власть*. 2021. Т. 29. № 1. С. 77–83. https://doi.org/10.31171/vlast.v29i1.7892
Azarov A. A., Brodovskaya E. V., Lukushin V. A. Digital communities of new political parties in Russia (2020). *Vlast*, 2021, 29(1): 77–83. (In Russ.) https://doi.org/10.31171/vlast.v29i1.7892
19. Зверева А. Д. Интернет-коммуникации и реальные дела как инструмент влияния новых политических партий. *Политическое представительство и публичная власть: трансформационные вызовы и перспективы*: мат-лы Ежегодной Всерос. науч. конф. с Междунар. участием (Москва, 27–28 ноября 2020 г.) М.: МПГУ, 2020. С. 211–212.
Zvereva A. D. Internet communications and real affairs as an instrument of influence of new political parties. *Political representation and public power: transformational challenges and prospects*: Proc. Annual All-Russian Sci. Conf. with Intern. Participation, Moscow, 27–28 Nov 2020. Moscow: MPGU, 2020, 211–212. (In Russ.)
20. Каминская Т. Л. Новые тренды в российской политической коммуникации. *Политическая лингвистика*. 2020. № 6. С. 12–18. https://doi.org/10.26170/pl20-06-01
Kaminskaya T. L. New trends in Russian political communication. *Political Linguistics*, 2020, (6): 12–18. (In Russ.) https://doi.org/10.26170/pl20-06-01
21. Бродовская Е. В., Карзубов Д. Н., Лукушин В. А. Анализ эффективности цифровых коммуникаций партии КПРФ на старте избирательной кампании 2021 г. *Власть*. 2021. Т. 29. № 4. С. 61–66. https://doi.org/10.31171/vlast.v29i4.8377
Brodovskaya E. V., Karzubov D. N., Lukushin V. A. Efficiency review of digital communications of the Communist Party of the Russian Federation (KPRF) at the start of the election campaign 2021. *Vlast*, 2021, 29(4): 61–66. (In Russ.) https://doi.org/10.31171/vlast.v29i4.8377
22. Авдеева О. А. Функционирование партийных интернет-коммуникаций регионального уровня ВПП «Единая Россия» и «Справедливая Россия» на разных этапах электорального цикла. *Молодежная политическая наука в Саратове*. Саратов: Саратовский источник, 2018. Вып. 6. С. 3–7.
Avdeeva O. A. The party Internet communication at regional level of "United Russia" and "Fair Russia" political parties at different stages of electoral cycles. *Youth Political Science in Saratov.* Saratov: Saratovskii istochnik, 2018, iss. 6, 3–7. (In Russ.)

23. Прокопенко Л. Я. Имидж политических лидеров и партий в избирательных кампаниях. Роль средств массовой информации и коммуникаций в его формировании. *Ученые записки Института Африки РАН*. 2015. № 2. С. 10–34.
Prokopenko L. Ya. The image of political leaders and parties in election campaigns. The role of mass media in its formation. *Journal of the Institute for African Studies*, 2015, (2): 10–34. (In Russ.)
24. Каряпкина Ю. Д. Информационно-коммуникационные технологии в политическом процессе. Имиджевый потенциал (на примере государственной власти и агитационных кампаний российских партий). *Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации*: сб. ст. победителей V Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 15 мая 2017 г.) Пенза: Наука и Просвещение, 2017. Ч. 2. С. 204–207.
Karyakina Yu. D. Information and communication technology in the political process. Image potential (for example, state power and propaganda campaigns of Russian political parties). *Fundamental and applied scientific research: current issues, achievements, and innovations*: Best Proc. of the V Intern. Sci.-Prac. Conf., Penza, 15 May 2017. Penza: Nauka i Prosveshchenie, 2017, pt. 2, 204–207. (In Russ.)
25. Савина Е. В. Политическая коммуникация партий с гражданами в социальных медиа. *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки.* 2020. № 1. С. 21–30.
Savina E. V. Political communication between parties and citizens in social media. *Izvestiia Tulskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki,* 2020, (1): 21–30. (In Russ.)
26. Савина Е. В. Политико-коммуникационные технологии взаимодействия политических партий и граждан. *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки.* 2018. № 3. С. 18–22.
Savina E. V. Political-communication mechanisms of interaction between political parties and citizens. *Izvestiia Tulskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*, 2018, (3): 18–22. (In Russ.)

ВЕСТНИК
КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

оригинальная статья

Анализ нормативного обеспечения передачи государственных полномочий органам местного самоуправления по предоставлению жилья детям-сиротам

Николаева Ксения Сергеевна
Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Россия, г. Пермь
2000nks159@mail.ru

Поступила в редакцию 16.11.2021. Принята после рецензирования 13.12.2021. Принята в печать 17.01.2022.

Аннотация: Проблема реализации права детей-сирот на однократное получение жилого помещения в настоящее время не решена в полной мере. Сироты на протяжении нескольких лет стоят в очереди на обеспечение жильем. В связи с этим субъекты Российской Федерации стремятся повысить эффективность региональной политики, однако количество детей-сирот, нуждающихся в жилье, увеличивается. Предмет – передача органами государственной власти отдельных государственных полномочий в части обеспечения жильем детей-сирот органам местного самоуправления в большинстве регионов. Цель – проанализировать нормативную обеспеченность передачи полномочий и выявить возникающие проблемы, препятствующие получению жилья детьми-сиротами. Используется институциональный подход, на основании которого проводится сравнительно-правовой анализ нормативных документов и практики регионов Российской Федерации по обеспечению сирот жилыми помещениями. Выявлены правовые и организационные проблемы постановки на учет детей-сирот, нуждающихся в жилье, в том числе обусловленные недостатками правового обеспечения и организации предоставления соответствующей муниципальной услуги; определены несоответствия федерального, регионального законодательства и муниципальных нормативных правовых актов по вопросам передачи отдельных государственных полномочий и их непосредственной реализации. Разработаны рекомендации по совершенствованию регионального законодательства в части передачи отдельных государственных полномочий по обеспечению жильем детей-сирот как при определении объема полномочий, передаваемых органам местного самоуправления, так и при установлении границ правового регулирования реализации муниципальных услуг.
Ключевые слова: дети без попечения родителей, социальная поддержка детей, социально-правовая защита детей, государственные полномочия, муниципальная услуга, жилищные права, обеспечение жильем

Цитирование: Николаева К. С. Анализ нормативного обеспечения передачи государственных полномочий органам местного самоуправления по предоставлению жилья детям-сиротам. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 12–19. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-12-19

original article

State-Funded Housing for Orphaned Children: Normative Provision of Transfer of State Powers to Local Authorities

Ksenia S. Nikolaeva
Perm National Research Polytechnic University, Russia, Perm
2000nks159@mail.ru

Received 16 Nov 2021. Accepted after peer review 13 Dec 2021. Accepted for publication 17 Jan 2022.

Abstract: As they come of age, orphaned children have the right for state-funded housing. Unfortunately, the procedure still remains a complicated legal issue, and graduates of orphanages spent years in the accommodation waiting list. In this regard, the constituent entities of the Russian Federation are striving to increase the effectiveness of regional policy, but the number of orphans in need of housing is increasing. In most regions, state authorities transfer their powers to provide housing for orphans to local authorities. The research objective was to analyze the normative security of this transfer and to identify the problems that prevent orphans from obtaining housing. The institutional approach served as basis for a comparative legal analysis of related regulatory documents and practices. The legal and organizational problems of registering orphans in need of housing include the shortcomings of legal support and municipal services. The article introduces a list of inconsistencies

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

found in federal, regional, and municipal legal acts. It also contains some recommendations on how to improve the regional legislation on the transfer in question.
Keywords: children without parental support, social support of children, social and legal protection of children, state powers, municipal service, housing rights, housing provision

Citation: Nikolaeva K. S. State-Funded Housing for Orphaned Children: Normative Provision of Transfer of State Powers to Local Authorities. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 12–19. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-12-19

Введение

Конституция Российской Федерации в статьях 7 и 67.1 закрепляет гарантии социальной защиты отдельных категорий граждан, в том числе детей, оставшихся без попечения родителей[1]. Помимо этого, Россия ратифицировала международную Конвенцию о правах ребенка 1989 г., где подчеркивается, что «ребенок, который временно или постоянно лишен своего семейного окружения или который в его собственных наилучших интересах не может оставаться в таком окружении, имеет право на особую защиту и помощь, предоставляемые государством»[2]. Как отмечает М. Ю. Виноградова, в современной России развитие и положение в обществе детей-сирот находятся в зависимости от социальной поддержки со стороны государства и обеспечения их социальных прав и свобод [1, с. 70]. В РФ детям-сиротам гарантируются следующие виды поддержки: нематериальная – право на образование, медицинскую помощь, трудоустройство; материальная – обеспечение бесплатного проживания в интернате, питания, одежды, проезда, получение бесплатного жилого помещения [2]. При этом О. В. Жигарь утверждает, что, несмотря на предоставляемые меры социальной поддержки, качество жизни детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в России характеризуется невысоким показателем во всех сферах – это говорит о низкой эффективности принятых мер поддержки [3, с. 18]. Аналогичной точки зрения придерживаются Н. В. Шишпанова [4, с. 163], Ю. А. Рудь [5, с. 506].

По мнению П. Ю. Кузнецовой и К. С. Николаевой, важнейшей мерой материальной поддержки признается право детей-сирот на однократное получение жилого помещения по месту жительства [6, с. 28]. Это обусловлено тем, что жилье относится к базовым потребностям человека [7, с. 106]. Основным способом реализации жилищного права детей-сирот является предоставление квартир из государственных и муниципальных фондов (спецжилфондов) посредством заключения договора социального найма [8, с. 61]. Данный договор заключается с целью предотвращения необдуманного отчуждения жилого помещения самим сиротой или мошеннических действий в отношении него [9, с. 85].

Однако реализация жилищного права затруднена. За 2018 г. в РФ жилье получили 25 тыс. сирот, тогда как претендовали на его получение 280 тыс.[3] Исследователи выделяют первоочередной причиной необеспеченности жильем детей-сирот недостаточность финансирования, однако увеличение объемов денежных средств не позволяет в полной мере решить проблему: количество необеспеченных жильем детей-сирот в ряде регионов продолжает расти [10].

На наш взгляд, ряд проблем связан с законодательством и неспособностью регионов и их муниципальных образований сформировать спецжилфонд для обеспечения детей-сирот. В рамках статьи мы выявим пробелы в нормативном обеспечении и разработаем рекомендации по усовершенствованию законодательства.

Методы и материалы

В качестве методологической основы анализа реализации жилищной политики и нормативно-правового обеспечения передачи отдельных государственных полномочий в сфере обеспечения жильем детей-сирот органам местного самоуправления (ОМС) используется институциональный подход. В рамках него именно органами государственного и муниципального управления обуславливаются изменения нормативных основ и управленческих практик в определенной сфере. В данном случае предметом анализа выступает жилищная политика в отношении одной из самых социально незащищенных групп общества – детей-сирот. Следовательно, именно от органов власти зависит эффективность ее реализации, поскольку средствами саморегуляции данная сфера не обладает. В связи с тем, что ведущую роль в реализации исследуемого направления жилищной политики играют региональные органы власти, а субъекты РФ вправе самостоятельно определять тактику осуществления полномочий, мы полагаем, что на основе применения метода

[1] Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изм., одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). *СПС КонсультантПлюс.*

[2] Конвенция о правах ребенка (одобрена Генеральной Ассамблеей ООН 20.11.1989) (вступила в силу для СССР 15.09.1990). *СПС КонсультантПлюс.*

[3] Об обеспечении жильем детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Совещание Правительства РФ от 17.12.2019. *Правительство России.* Режим доступа: http://government.ru/news/38620/ (дата обращения: 24.10.2020).

сравнительно-правового анализа представляется возможным определить наиболее успешные практики регионов в сфере обеспечения жильем детей-сирот.

Проблемы реализации имущественных прав детей-сирот возникают по причине постоянного роста количества детей-сирот, получающих соответствующее право, и неспособности органов власти его своевременно реализовать. С точки зрения Е. В. Барашевой, одной из основных проблем, с которой сталкиваются органы власти, является нехватка жилья, соответствующего нормативным и потребительским требованиям, и, как следствие, невыполнение государственных программ в сфере обеспечения жильем детей-сирот [11, с. 9].

Кроме того, исследователи утверждают, что проблемы в части жилищных вопросов в большинстве случаев связаны с постановкой в очередь на получение жилья [12, с. 96]. Ежегодно в России фиксируется стремительный рост числа детей-сирот, стоящих в очереди на получение жилья. Средняя продолжительность ожидания с момента достижения совершеннолетия составляет 5–7 лет, однако в некоторых регионах РФ она может достигать 20 лет и более[4]. Неэффективность проводимой государственной политики подтверждает динамика увеличения очереди детей-сирот. По данным Счетной палаты, на начало января 2020 г. более 279 тыс. детей-сирот состоят на жилищном учете. При этом со 175 тыс. человек на начало 2019 г. очередь детей-сирот с нереализованным правом на получение жилья выросла к началу 2020 г. больше чем на 9 %, составив 191 тыс. человек, или 68 % от всех детей-сирот, находящихся на учете[5]. На начало 2021 г. общая численность детей-сирот, которых еще предстоит в будущем обеспечить жильем, составила около 406 тыс. человек[6].

А. С. Лапина пишет об эффективности ведения учета нуждающихся детей-сирот и создания очереди, однако проблема заключается в законодательно незакрепленном сроке предоставления жилья [13, с. 145]. Ю. В. Бекузарова отмечает, что очередность, закрепленная на законодательном уровне, затрудняет реализацию права на получение жилья, т.к. увеличивается срок ожидания в очереди. Однако при устранении очередности в аспекте реализации прав детей-сирот регионы РФ прибегают к методам, не закрепленным в законодательстве [14, с. 100]. Например, в Саратовской области в 2016 г. применили метод лотереи для обеспечения жильем детей-сирот, а спустя год 40 из 266 нуждающихся сирот получили квартиры методом случайного выбора[7]. После «квартирной лотереи», вызвавшей резонанс в обществе, порядок предоставления квартир по очередности был возвращен. Помимо этого, Е. С. Сагалаева утверждает, что длительное ожидание собственного жилья вынуждает детей-сирот проживать в съемном жилье после выпуска из образовательных организаций и прохождения службы в армии [15, с. 85].

Таким образом, отсутствует действенный механизм предоставления квартир детям-сиротам, альтернативный очереди. Соответственно, для эффективной реализации имущественных прав детей-сирот необходимо совершенствовать деятельность органов власти и нормативно-правовое регулирование в части обеспечения жильем детей-сирот, т.к. некоторые положения представляются не только неясными, но и совершенно неурегулированными [16, с. 83].

Условия предоставления детям-сиротам жилых помещений установлены законом «О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей»[8]. Закон разработан с целью устранить пробелы в законодательстве, из-за которых сироты не могли полностью реализовать предписанные им гарантии. Основными полномочиями в сфере обеспечения жильем детей-сирот обладают органы государственной власти субъектов РФ, которые самостоятельно принимают нормативные правовые акты (НПА), устанавливая методы и механизмы предоставления жилья, формы контроля и расширения льгот, порядок формирования списка детей-сирот. В Пермском крае основным правовым актом выступает закон Пермской области «О мерах по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей», устанавливающий следующие положения: жилье общей площадью не менее 28 м^2 и жилой – не менее 14 м^2 предоставляется жителю Пермского края в пределах муниципального образования[9].

[4] Катренко В. С., Росляк Ю. В. Отчет о результатах контрольного мероприятия «Проверка законности и эффективности расходования средств бюджетов бюджетной системы Российской Федерации на предоставление жилых помещений детям-сиротам, детям, оставшимся без попечения родителей, и лицам из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в 2014–2015 годах и истекшем периоде 2016 года» . *Бюллетень Счетной палаты РФ*. 01.01.2017. № 1. С. 221.

[5] Штогрин С. И. Отчет о результатах экспертно-аналитического мероприятия «Оценка выполнения поручений Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, направленных на улучшение жизни детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, за период 2017–2019 годов». М.: Счетная палата Российской Федерации, 2020. С. 3.

[6] Яковлева Е. Численность детей без попечения родителей и сирот сократилась на 13 %. *Российская газета*. 30.03.2021. Режим доступа: https://rg.ru/2021/03/30/chislennost-detej-bez-popecheniia-roditelej-i-sirot-sokratilas-na-13.html (дата обращения: 25.10.2021).

[7] Куликов А. Лохотрон для сирот. *Российская газета*. 30.11.2017. № 273. Режим доступа: https://rg.ru/2017/11/30/reg-pfo/saratovskie-chinovniki-reshili-razygrat-kvartiry-sirotam-v-lotereiu.html (дата обращения 25.10.2021).

[8] О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. ФЗ от 21.12.1996 № 159-ФЗ. *СПС КонсультантПлюс*.

[9] О мерах по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Закон Пермской области от 29.12.2004 № 1939-419. *Кодекс*. Режим доступа: http://docs2.cntd.ru/document/911510984 (дата обращения: 25.10.2021).

Практика передачи органам местной власти государственных полномочий по обеспечению жилыми помещениями детей-сирот распространена в разных регионах России. В Ростовской области передача была осуществлена в 2006 г.[10] , в Томской области – в 2007 г.[11], в Брянской области – в 2011 г.[12], в Пермском крае – в 2017 г.[13] Однако М. Л. Огурцова отмечает нецелесообразность наделения ОМС отдельными государственными полномочиями, т.к. это не способствует защите жилищных прав детей-сирот [17, с. 47].

Несмотря на то, что Е. Н. Карасева относит Пермский край к эталонным регионам в части эффективности государственной политики в отношении детей-сирот [18], обеспечение жильем и долгое ожидание реализации жилищного права остается острой проблемой региона, стоящей перед органами государственной и муниципальной власти. В Пермском крае на начало 2019 г. очередь на получение жилья составляла 5422 человека из числа детей-сирот (обеспечен жильем 841 человек); на начало 2020 г. – 5901 человек. В Перми в 2019 г. очередь на получение жилья составляла 1083 человека (обеспечены жильем 174 человека). Увеличение очередности за 2020 г. наблюдается как в региональной столице (на начало периода – 1203 человека, на окончание – 1360 человек), так и в других муниципальных образованиях: в Чайковском (на начало периода – 218 человек, на окончание – 255 человек), в Березниках (на начало периода –195 человек, на окончание – 218 человек). В общем по Пермскому краю на начало 2021 г. очередь на получение жилья составляет 6083 человека.

В результате исследования вопроса относительно других регионов и муниципальных образований РФ выявлено, что в Псковской области в 2018 г. жильем обеспечены 112 человек, а в 2019 г. в списке детей-сирот, подлежащих обеспечению жильем, состояло 2365 нуждающихся[14]. В Томске в 2020 г. в жилье нуждался 371 человек (обеспечены жильем 98 человек). Брянская область стала лидером по числу квартир для детей-сирот[15].

Реализация жилищных прав детей-сирот имеет заявительный характер, автоматическая реализация прав не предусмотрена [4, с. 163], поэтому принятие на учет детей-сирот, подлежащих обеспечению жильем, осуществляется при предоставлении услуги «Включение (отказ от включения) в список детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, которые подлежат обеспечению жилыми помещениями специализированного жилищного фонда». Порядок формирования списка детей-сирот установлен Постановлением Правительства РФ № 397, в котором функции распределены следующим образом: уполномоченный орган исполнительной власти субъекта РФ формирует список детей-сирот в субъекте, при этом он имеет право передачи государственного полномочия муниципальным органам, а прием заявлений и документов о включении в список осуществляется уполномоченным органом либо ОМС[16].

В муниципальных образованиях Пермского края до передачи государственных полномочий ОМС вели учет детей-сирот, подлежащих обеспечению жильем, в рамках предоставления муниципальной услуги «Прием заявлений, документов, а также постановка граждан на учет в качестве нуждающихся в жилых помещениях». После передачи в 2017 г. отдельных государственных полномочий в области реализации жилищных прав, в том числе по формированию списка детей-сирот, подлежащих обеспечению жильем, практически все муниципальные образования края разработали и приняли отдельные НПА по включению в список детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, подлежащих обеспечению жилыми помещениями спецжилфонда.

[10] О наделении органов местного самоуправления государственными полномочиями Ростовской области по обеспечению жилыми помещениями детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Закон Ростовской области от 22.06.2006 № 499-ЗС. *Кодекс*. Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/802066077 (дата обращения: 25.10.2021).

[11] О наделении органов местного самоуправления государственными полномочиями по обеспечению жилыми помещениями детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из их числа, а также по предоставлению социальной выплаты, удостоверяемой государственным жилищным сертификатом Томской области лицам, которые ранее относились к категории детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Закон Томской области от 11.09.2007 № 188-ОЗ. *Кодекс*. Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/951820762 (дата обращения: 25.10.2021).

[12] О наделении органов местного самоуправления отдельными государственными полномочиями Брянской области по обеспечению жилыми помещениями детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, а также лиц из их числа. Закон Брянской области от 02.12.2011 № 124-З (с изм. на 30.11.2020). *Кодекс*. Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/974020830?marker (дата обращения: 25.10.2021).

[13] О наделении органов местного самоуправления отдельными государственными полномочиями по обеспечению жилыми помещениями детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Закон Пермского края от 10.05.2017 № 88-ПК. *Кодекс*. Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/446296063 (дата обращения: 25.10.2021).

[14] В очереди на квартиру в Псковской области стоит более 2 тысяч детей-сирот. *Псковская лента новостей*. 24.07.2019. Режим доступа: https://pln-pskov.ru/society/351203.html (дата обращения: 10.11.2021).

[15] Федосов А. Справляют новоселья. *Российская газета*. 15.12.2020. № 282. Режим доступа: https://rg.ru/2020/12/15/reg-cfo/brianskaia-oblast-stala-liderom-po-chislu-kvartir-dlia-sirot.html (дата обращения: 10.11.2021).

[16] О формировании списка детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц, которые относились к категории детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, и достигли возраста 23 лет, которые подлежат обеспечению жилыми помещениями, исключении детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, из списка в субъекте РФ по прежнему месту жительства и включении их в список в субъекте РФ по новому месту жительства. Постановление Правительства РФ от 04.04.2019 № 397. *Кодекс*. Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/554126384 (дата обращения: 26.10.2021).

Например, такие акты приняты в Кизеловском городском округе и Ильинском муниципальном районе. Однако власти региональной столицы не стали вносить изменения в существующую систему правового обеспечения реализации жилищных прав, что существенно осложняет процедуру предоставления муниципальной услуги. По мнению ученых, важнейшим аспектом качества жизни граждан страны является возможность получения государственных и муниципальных услуг в достаточном объеме, своевременно, быстро и качественно, что сегодня не реализовано в России в полной мере [19, с. 219]. На основании этого очевидна необходимость изменения системы предоставления муниципальной услуги для повышения качества жизни детей-сирот.

Хотя вопросы постановки на учет детей-сирот, нуждающихся в жилье, исследователи относят к числу трудноразрешимых проблем [20], управление жилищных отношений администрации города Перми оказывает муниципальную услугу «Прием заявлений, документов, а также постановка граждан на учет в качестве нуждающихся в жилых помещениях», предоставляемую не только детям-сиротам, но и ветеранам Великой Отечественной войны, военнослужащим и семьям, претендующим на улучшение жилищных условий. Таким образом, несмотря на то, что жилищные права данных категорий граждан возникают в силу разных правовых обстоятельств, определенных в федеральном отраслевом законодательстве, они являются получателями одной муниципальной услуги и объединены по признаку нуждаемости в жилье.

Задачи правового регулирования предоставления государственных и муниципальных услуг определены в законе «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (Закон № 210-ФЗ)[17]. Исходя из содержания закона, именно административный регламент является основным НПА, регулирующим предоставление государственных и муниципальных услуг [21, с. 15], содержащим всю необходимую для потребителей информацию по предоставляемым услугам, включая условия их оказания и перечень предоставляемых заявителем документов.

Результаты

Анализ административного регламента по предоставлению муниципальной услуги «Прием заявлений, документов, а также постановка граждан на учет в качестве нуждающихся в жилых помещениях» позволил зафиксировать существенную проблему. Структура и подразделы регламента муниципальной услуги не соответствуют законодательству. Так, перечень заявителей ограничивается «гражданами Российской Федерации, постоянно проживающими в городе Перми, нуждающимися в жилых помещениях», не указывая на отдельные категории заявителей.

На основании нового Постановления Правительства РФ № 1228, содержащего Правила разработки и утверждения административных регламентов предоставления государственных услуг, поставлена задача по совершенствованию действующих административных регламентов федеральных услуг[18]. В результате реализации новых правил они будут пересмотрены и изменены. Следовательно, мы рекомендуем на муниципальном уровне подготовить и принять новый Порядок разработки и утверждения административных регламентов предоставления муниципальных услуг, в соответствии с которым будут усовершенствованы административные регламенты муниципальных услуг Перми.

Проблемы предоставления муниципальной услуги по учету детей-сирот, подлежащих обеспечению жильем, существуют не только в Пермском крае. М. В. Зелинская и Е. Н. Клочко описывают несовершенства административного регламента и процесса предоставления услуги на примере Краснодарского края [22, с. 117].

Субъекты РФ, как отмечалось ранее, активно передают государственные полномочия по обеспечению жильем детей-сирот ОМС из-за ряда преимуществ. Во-первых, если жилье предоставляется по месту жительства ребенка-сироты, то именно муниципалитеты при наличии переданных региональных бюджетных средств могут осуществить реализацию всех необходимых этапов (от постановки на учет до предоставления жилого помещения из спецжилфонда). Во-вторых, муниципальные образования даже в рамках одного субъекта РФ различаются как по количеству нуждающихся в жилье детей-сирот, так и по количеству и качеству спецжилфонда. Следовательно, ОМС могут самостоятельно определять порядок реализации переданных полномочий в правовых рамках соответствующих законов. Однако в реальной практике реализации переданных полномочий возникают новые проблемы. А. Н. Устинов и Е. М. Якимова отмечают, что в Иркутской области после передачи полномочий возникают проблемы в части финансирования и организационно-правового обеспечения [23, с. 66].

Основная функция ОМС по реализации переданных государственных полномочий – оказание информационной и консультативной поддержки детям-сиротам. Субъекты РФ самостоятельно определяют объем передаваемых государственных полномочий. Например, в Ростовской области у ОМС нет полномочия по формированию списка

[17] Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг. ФЗ от 27.07.2010 № 210-ФЗ. *СПС КонсультантПлюс*.

[18] Об утверждении Правил разработки и утверждения административных регламентов предоставления государственных услуг, о внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ и признании утратившими силу некоторых актов и отдельных положений актов Правительства РФ. Постановление Правительства РФ от 20.07.2021 № 1228. *СПС КонсультантПлюс*.

детей-сирот, подлежащих обеспечению жильем[19]. Учет нуждающихся детей осуществляется на региональном уровне: соответствующий список формирует Министерство общего и профессионального образования Ростовской области [24, с. 72]. Подобная ситуация наблюдается в Брянской области[20]. Постановлением Правительства Брянской области № 362-п уполномоченными по формированию списка детей-сирот утверждаются органы опеки и попечительства в муниципальных образованиях Брянской области[21]. Опыт передачи государственных полномочий ОМС в части обеспечения жильем детей-сирот имеют и другие субъекты РФ: Псковская, Костромская, Томская и Рязанская области. По законам этих субъектов РФ полномочие по формированию списка детей-сирот, подлежащих обеспечению жильем, не передано ОМС: список формируется на региональном уровне. При этом в каждом муниципальном образовании рассмотренных выше регионов оказывается услуга по приему заявлений о включении в список детей-сирот, нуждающихся в жилье. Правовая основа муниципальной услуги существует только в Рязанской области, где ОМС обязаны осуществлять прием заявлений о включении в список детей-сирот, подлежащих обеспечению жилыми помещениями[22].

Заключение

В результате проведенного анализа выявлено отсутствие должного нормативного обеспечения передачи государственных полномочий ОМС по предоставлению жилья детям-сиротам. Из проанализированных регионов только в Пермском крае и в Рязанской области полномочия ОМС по постановке на учет детей-сирот и по формированию списка детей-сирот имеют правовое закрепление. В большинстве субъектов РФ региональные органы власти оставили за собой обязанность по формированию списка нуждающихся в жилье детей-сирот, передав на муниципальный уровень только полномочия по формированию спецжилфонда и по выдаче жилых помещений.

Таким образом, анализ правового обеспечения передаваемых ОМС государственных полномочий в области реализации жилищных прав детей-сирот подтвердил наличие существенных проблем. Во-первых, региональное законодательство ряда субъектов РФ характеризуется правовыми пробелами в части определения перечня полномочий ОМС. Во-вторых, отсутствует должное правовое регулирование муниципальных услуг по постановке на учет детей-сирот в качестве нуждающихся в улучшении жилищных условий. Следовательно, субъектам РФ необходимо обратить внимание как на содержание региональных законов в части определения полноты и логичности передаваемых полномочий ОМС, так и на нормативное обеспечение переданных государственных полномочий со стороны ОМС в части разработки и принятия административных регламентов получения детьми-сиротами соответствующей муниципальной услуги, поскольку мы полагаем, что проблемы, возникающие при оказании муниципальной услуги и при реализации права на получение жилья, напрямую связаны с несоответствиями в НПА.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Литература / References

1. Виноградова М. Ю. Особенности социального обеспечения детей-сирот. *Проблемы науки*. 2019. № 10. С. 70–72.
   Vinogradova M. Iu. Features of social security for orphans. *Problemy nauki*, 2019, (10): 70–72. (In Russ.)
2. Жиркова А. А. Реализация и защита жилищных прав детей-сирот. *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. 2016. № 1-3. С. 62–67.
   Zhirkova A. A. The implementation and protection of housing rights orphans. *International Journal of Humanities and Natural Sciences,* 2016, (1-3): 62–67. (In Russ.)
3. Жигарь О. В. Об оценке и повышении эффективности мер социальной поддержки детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. *Вестник факультета управления Челябинского государственного университета*. 2017. № 2. С. 14–19.

[19] О наделении органов местного самоуправления государственными полномочиями Ростовской области по обеспечению жилыми помещениями детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей…

[20] О наделении органов местного самоуправления отдельными государственными полномочиями Брянской области по обеспечению жилыми помещениями детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, а также лиц из их числа…

[21] Об отдельных вопросах формирования и ведения списка детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц, которые относились к категории детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, и достигли возраста 23 лет, которые подлежат обеспечению жилыми помещениями, исключения детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, из списка и включения в список при перемене места жительства. Постановление Правительства Брянской области от 19.08.2019 № 362-п. *Архив документов Брянской области*. Режим доступа: https://brn-gov.ru/doc/53116 (дата обращения: 28.10.2021).

[22] О наделении органов местного самоуправления отдельными государственными полномочиями Рязанской области по обеспечению жилыми помещениями детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Закон Рязанской области от 16.08.2007 № 105-ОЗ. *Кодекс*. Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/819012647 (дата обращения: 29.10.2021).

Zhigar O. V. About evaluating and improving the effectiveness of measures of social support of children-orphans and children left without parental care. *Vestnik fakulteta upravleniia Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2017, (2): 14–19. (In Russ.)

4. Шишпанова Н. В. Право на жилье в общей характеристике прав детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. 2020. № 10-4. С. 162–165. https://doi.org/10.24411/2500-1000-2020-11182
Shishpanova N. V. The right to housing in a general description of the rights of orphans and children without parental care. *International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2020, (10-4): 162–165. (In Russ.) https://doi.org/10.24411/2500-1000-2020-11182
5. Рудь Ю. А. Проблемные аспекты защиты прав детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, и пути их решения. *Вопросы российской юстиции*. 2020. № 9. С. 501–511.
Rud Yu. A. Problem aspects of protecting the rights of orphancy and children left without parental care, and the ways of their solution. *Voprosy rossiiskoi iustitsii*, 2020, (9): 501–511. (In Russ.)
6. Кузнецова П. Ю., Николаева К. С. Совершенствование взаимодействия органов власти в сфере реализации жилищных прав детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки*. 2021. № 2. С. 28–33. https://doi.org/10.22394/2079-1690-2021-1-2-28-33
Kuznetsova P. Yu., Nikolaeva K. S. Improvement of cooperation between authorities in the implementation of housing rights of orphans and children without parental care. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski*, 2021, (2): 28–33. (In Russ.) https://doi.org/10.22394/2079-1690-2021-1-2-28-33
7. Васильева Е. Ю., Фролова Е. В., Рогач О. В. Реализация права на жилье детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей в России. *Урбанистика*. 2020. № 1. С. 104–121. https://doi.org/10.7256/2310-8673.2020.1.31810
Vasil'eva E. Yu., Frolova E. V., Rogach O. V. Exercising the right to shelter for orphans and children abandoned by their parents in the Russian Federation. *Urbanistika*, 2020, (1): 104–121. (In Russ.) https://doi.org/10.7256/2310-8673.2020.1.31810
8. Ежова Е. А. Конституционно-правовые основы реализации права ребенка на жилье. *Закон и право.* 2021. № 1. С. 60–63. https://doi.org/10.24412/2073-3313-2021-1-60-63
Ezhova E. A. Constitutional and legal framework for the implementation of the child's right to housing. *Zakon i pravo*, 2021, (1): 60–63. (In Russ.) https://doi.org/10.24412/2073-3313-2021-1-60-63
9. Кирьянова О. В., Сипачева (Демина) М. В. Защита конституционного права на жилище детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей: постановка проблемы. *Проблемы обеспечения национальной безопасности в контексте изменения геополитической ситуации:* мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Иркутск, 28 апреля 2017 г.) Иркутск: БГУ, 2017. С. 82–88. https://doi.org/10.17150/konf.2017.04.28
Kir'yanova O. V., Sipacheva (Demina) M. V. Protection of constitutional right on the dwelling of orphan children and children without parental support: statement of the problem. *Problems of ensuring national security in the context of a change in the geopolitical situation*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Irkutsk, 28 Apr 2017. Irkutsk: Baikal State University, 2017, 82–88. (In Russ.) https://doi.org/10.17150/konf.2017.04.28
10. Мамаева А. К. Защита прокурорами жилищных прав детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. *Бизнес в законе.* 2009. № 5. С. 256–259.
Mamaeva A. K. Protection by public prosecutors of the housing rights of children-orphans and children without parental support. *Biznes v zakone*, 2009, (5): 256–259. (In Russ.)
11. Барашева Е. В. Проблемы реализации жилищного права детей-сирот. *ГлаголЪ Правосудия*. 2015. № 1. С. 9–11.
Barasheva E. V. The problems of realization of the housing law of orphan children. *Glagol Pravosudiia*, 2015, (1): 9–11. (In Russ.)
12. Баландина П. С., Романова Л. Л. Проблемы детей-сирот – выпускников специализированных учреждений. *Вестник АмГУ. Серия «Гуманитарные науки»*. 2017. № 76. С. 95–97.
Balandina P. S., Romanova L. L. Problems of orphan children who leave specialized institutions. *Vestnik AmGU. Seriia "Gumanitarnye nauki"*, 2017, (76): 95–97. (In Russ.)
13. Лапина А. С. Предоставление жилого помещения детям-сиротам и лицам, оставшимся без попечения родителей: проблемы теории и практики. *Скиф. Вопросы студенческой науки*. 2020. № 3. С. 143–147.
Lapina A. S. Provision of housing for orphans and persons left without parental care: problems of theory and practice. *Skif. Voprosy studencheskoi nauki*, 2020, (3): 143–147. (In Russ.)
14. Бекузарова Ю. В. Проблемы обеспечения жилыми помещениями детей-сирот. *Вестник Саратовской государственной юридической академии*. 2019. № 1. С. 99–101.
Bekuzarova Yu. V. Problems of providing living quarters for orphans. *Bulletin of the Saratov State Law Academy*, 2019, (1): 99–101. (In Russ.)

15. Сагалаева Е. С. Права детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, на получение жилья. *Вестник юридического факультета Южного федерального университета*. 2020. Т. 7. № 3. С. 83–86. https://doi.org/10.23683/2313-6138-2020-7-3-13
Sagalayeva E. S. The rights of orphans and children left without parental care to receive housing. *Bulletin of the Law Faculty, SFEDU*, 2020, 7(3): 83–86. (In Russ.) https://doi.org/10.23683/2313-6138-2020-7-3-13
16. Лаврищева О. А. Современные проблемы реализации жилищных прав детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. *Государственная служба и кадры*. 2019. № 3. С. 82–86. https://doi.org/10.24411/2312-0444-2019-10118
Lavrishcheva O. A. Modern problems of realization of housing rights of orphans and children left without parental care. *Gosudarstvennaia sluzhba i kadry,* 2019, (3): 82–86. (In Russ.) https://doi.org/10.24411/2312-0444-2019-10118
17. Огурцова М. Л. Состояние законности в сфере соблюдения жилищных прав детей-сирот. *Электронное приложение к «Российскому юридическому журналу»*. 2015. № 6. С. 43–49.
Ogurtsova M. L. The condition of lawfulness in the sphere of orphans' housing rights. *Elektronnoe prilozhenie k "Rossiiskomu yuridicheskomu zhurnalu"*, 2015, (6):43–49. (In Russ.)
18. Карасева Е. Н. Инструменты и технологии государственной политики в сфере сиротства в регионах России. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2014. № 11-2. С. 219–225.
Karaseva E. N. Tools and technologies of state policy in the field of orphanhood in the regions of Russia. *Aktualnye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, 2014, (11-2): 219–225. (In Russ.)
19. Завьялова Е. А., Погадаева Н. Ю. Цифровая трансформация государственных и муниципальных услуг. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки.* 2021. Т. 6. № 2. С. 219–228. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-219-228
Zavyalova E. A., Pogadaeva N. Yu. Digital transformation of state and municipal services. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki,* 2021, 6(2): 219–228. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-219-228
20. Боталова Д. П., Нарышкина А. А. Актуальные вопросы реализации жилищных прав детей-сирот. *Вестник научной ассоциации студентов и аспирантов исторического факультета Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Stadia Historica Jenium*. 2012. № 1. С. 97–100.
Botalova D. P., Naryshkina A. A. Topical issues of the implementation of housing rights of orphans. *Vestnik nauchnoi assotsiatsii studentov i aspirantov istoricheskogo fakulteta Permskogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta. Seriia: Stadia Historica Jenium*, 2012, (1): 97–100. (In Russ.)
21. Геннинг К. П. Понятие и сущность административного регламента. *Вестник Омской юридической академии.* 2012. № 2. С. 15–19.
Genning K. P. Notion and essence of administrative procedure. *Vestnik Omskoi yuridicheskoi akademii,* 2012, (2): 15–19. (In Russ.)
22. Зелинская М. В., Клочко Е. Н. Совершенствование государственного регулирования механизма предоставления жилья детям-сиротам в Краснодарском крае. *Естественно-гуманитарные исследования.* 2020. № 27. С. 114–122. https://doi.org/10.24411/2309-4788-2020-00021
Zelinskaya M. V., Klochko E. N. Improvement of state regulation of the provision mechanism accommodation for children-orphans in the Krasnodar region. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniia*, 2020, (27): 114–122. (In Russ.) https://doi.org/10.24411/2309-4788-2020-00021
23. Устинов А. Н., Якимова Е. М. Государственная политика в отношении предоставления жилых помещений детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей, в Иркутской области. *Известия Иркутского государственного университета. Серия Политология. Религиоведение.* 2018. Т. 26. С. 60–69. https://doi.org/10.26516/2073-3380.2018.26.60
Ustinov A. N., Yakimova E. M. State policy on providing living quarters to orphans and children left without parental care in the Irkutsk region. *The Bulletin of Irkutsk State University. Series Political Science and Religion Studies*, 2018, 26: 60–69. (In Russ.) https://doi.org/10.26516/2073-3380.2018.26.60
24. Фенева Л. Н. Практика обеспечения жилыми помещениями детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в Ростовской области. *Северо-Кавказский юридический вестник*. 2014. № 4. С. 72–73.
Feneva L. N. Practice of providing with premises of orphan children and children without parental support, in the Rostov region. *North Caucasus Legal Vestnik*, 2014, (4): 72–73. (In Russ.)

ВЕСТНИК
КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

оригинальная статья

Городские конфликты: стратегии борьбы акторов конфликта

Соколов Александр Владимирович
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Россия, г. Ярославль
https://orcid.org/0000-0002-7325-8374
alex8119@mail.ru

Абрамовский Илья Сергеевич
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Россия, г. Ярославль

Поступила в редакцию 05.11.2021. Принята после рецензирования 10.01.2022. Принята в печать 17.01.2022.

Аннотация: Статья посвящена исследованию стратегий борьбы основных акторов городских конфликтов. Проанализированы основные подходы к понимаю конфликта и его сущности. Даны определение и типология городских конфликтов. Представлены результаты анализа трех городских конфликтов, протекавших в Ярославской области в 2020–2021 годах: транспортная реформа в Ярославле, скандал вокруг голосования за выбор территории для благоустройства по проекту «Решаем вместе!» в Ярославле, а также протесты против принятия Генерального плана в Переславле-Залесском. Исследование построено на анализе взаимодействия основных акторов, выделении их интересов и стратегий действий. Приведены характеристики протекания обозначенных конфликтов, ключевых методов и инструментов, которые применялись сторонами конфликта. Отмечена значимость использования протестных и цифровых инструментов борьбы. Выделены две основные стратегии городских конфликтов: административно-правовая и информационно-организационная. В заключении сформулированы рекомендации трем основных субъектам городских конфликтов: органам государственной и муниципальной власти, бизнес-структурам и городским сообществам. Сделан вывод, что наиболее перспективной является стратегия организации диалога между сторонами конфликта. Определены возможности использования коллективных обращений и организации информационных кампаний как способа склонить стороны конфликта к выгодному решению.
Ключевые слова: городской конфликт, Ярославская область, актор конфликта, протест, разрешение конфликта, урбанистика, городское сообщество, социальные сети, цифровые инструменты

Цитирование: Соколов А. В., Абрамовский И. С. Городские конфликты: стратегии борьбы акторов конфликта. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки.* 2022. Т. 7. № 1. С. 20–28. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-20-28

original article

Urban Conflict Actors and Their Strategies

Alexander V. Sokolov
P. G. Demidov Yaroslavl State University, Russia, Yaroslavl
https://orcid.org/0000-0002-7325-8374
alex8119@mail.ru

Ilya S. Abramovsky
P. G. Demidov Yaroslavl State University, Russia, Yaroslavl

Received 5 Nov 2021. Accepted after peer review 10 Jan 2022. Accepted for publication 17 Jan 2022.

Abstract: The present research featured the concept of conflict. The authors defined and classified urban conflicts, as well as the strategies chosen by their main actors, i.e. state and municipal authorities, business structures, and urban communities. The article introduces three cases of urban conflicts that happened in the Yaroslavl region in 2020–2021 and were triggered by such events as the transport reform, the "We Decide Together!" public vote, and the new master plan for the historical town of Pereslavl-Zalessky. The analysis focused on the main actors, i.e. their interaction, interests, strategies, patterns of action, key methods, and tools. The authors particularly stressed the importance of protests and digital tools. The analysis revealed two main strategies of urban conflicts: administrative-legal and informational-organizational. The dialogue between the conflict parties proved to be the most effective strategy. The article also contains some recommendations, e.g. collective appeals, information campaigns, etc.
Keywords: urban conflict, Yaroslavl region, conflict actor, protest, conflict resolution, urbanism, urban community, social networks, digital tools

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

Citation: Sokolov A. V., Abramovsky I. S. Urban Conflict Actors and Their Strategies. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 20–28. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-20-28

Введение

Изучение городских конфликтов – активно развивающееся направление исследований. Исследовательская область лежит в плоскости различных дисциплин и привлекает внимание ученых разных социальных и смежных с ними направлений: социологов, урбанистов, градостроителей, политологов и др. Как отмечает А. И. Кольба, в рамках данного направления работают Центр исследования городских конфликтов, образованный на базе кафедры архитектуры Кембриджского университета (занимается изучением этнических и территориальных проблем городского пространства, проблем разделенных городов, преодоления насилия в городах, а также принятия решений в условиях городского конфликта), и Глобальный центр городских исследований при Манчестерском университете (специализируется на изучении проблемы перехода городских конфликтов в насильственную стадию и возможности предупреждения подобных сценариев, снижения общего уровня насилия в городах) [1].

В России исследованием городских конфликтов занимается Московская школа конфликтологии во главе с Л. Н. Цой[1]. Основная тема исследований – конфликты в сфере градостроительства и методики их урегулирования [2–4]. А. И. Кольба отмечает, что протекание и содержание городского конфликта во многом предопределяется институциональными основаниями политической среды [5]. В этом аспекте важными представляются исследования Т. Ю. Овсянниковой [6] и Т. Н. Духиной [7], которые указывают на значимость восприятия жителями городской власти как субъекта, обеспечивающего уровень и качество жизни в населенном пункте (дороги, коммунальное хозяйство, благоустройство, озеленение, освещение). В случае адекватного развития инфраструктуры формируются доверие к органам местного самоуправления (ОМС) и условия для диалога, минимизируется вероятность возникновения городских конфликтов.

В тех случаях, когда власть не готова выстраивать доверительные отношения с городским социумом, лидерами общественного мнения, формируются условия для политизации городских конфликтов [8]. Данный вывод подтверждается в рамках исследования, проведенного при участии автора статьи [9]. Развиваясь, городское сообщество усложняется, в нем появляются новые субъекты и институты (общественные объединения, группы по интересам, сообщества и т.д.) [10]. Постепенно в городском пространстве возрастает интенсивность взаимодействия различных акторов, каждый из которых ориентирован на агрегацию и артикуляцию интересов [11]. Тем самым наблюдается формирование городского социума – нового пространства столкновения интересов различных акторов, в рамках которого происходят процессы взаимодействия различных городских сообществ и групп [12]. Это повышает возможности объединений граждан по отстаиванию своих интересов перед органами власти, по влиянию на процесс принятия решений [13]. При этом все большая полисубъектность не только формирует условия для представительства интересов, но и повышает конфликтность в процессе согласования и учета планируемых решений городскими органами власти [14].

Исследователи отмечают, что объединения граждан зачастую обладают меньшими ресурсами и возможностями для отстаивания своих прав и законных интересов перед органами власти и бизнесом. Однако они находят для себя оптимальные стратегии для успешной деятельности, среди которых можно отметить формирование коалиций [15] или институционализацию с последующей включенностью в процесс принятия решений на городском уровне [16]. Следует отметить, что подобные коалиции не всегда развиваются в значимых акторов, способных влиять на процесс принятия решений в городском социуме, обеспечивать победу граждан в городских конфликтах. Нередки случаи, когда они прекращаются в «пустотелые» сети, малозначимых акторов, принуждаемых к взаимодействию [17].

Возрастание влияния институционализированных и неинституционализированных объединений граждан в городском социуме предопределило формирование концепта глокализации, который предполагает вовлечение граждан в городскую политику, создание и функционирование различных партнерств гражданских объединений [18]. Одними из ключевых факторов успеха деятельности данных партнерств являются наличие внутригрупповой идентичности [19], внутригруппового доверия [20], чувство сопричастности к коллективной деятельности [21] и контроль над информационными потоками внутри сообществ [22].

Развитие информационно-коммуникативных технологий сделало городское пространство более компактным, облегчило коммуникацию между субъектами городского социума и возможности отстаивания своих интересов перед ключевыми акторами [23]. Теперь Интернет – это одновременно среда протекания городских конфликтов

[1] Цой Любовь Николаевна. *Московская Школа Конфликтологии.* Режим доступа: https://conflictmanagement.ru/coj-lyubov-nikolaevna/ (дата обращения: 06.08.2021).

и инструмент борьбы субъектов конфликтов друг с другом. Интернет служит источником информации о формирующихся дисбалансах, конфликтных ситуациях [24].

Таким образом, под конфликтом следует понимать социальное явление, сутью которого является противоборство различных социальных групп. Городской конфликт – противоборство между субъектами, действующими в городском пространстве: органами государственной власти и ОМС, бизнесом, местными и локальными сообществами, некоммерческими организациями (НКО) по вопросам городского хозяйства, благоустройства, строительства или другой деятельности, происходящей в городе.

В России городские конфликты как исследовательское направление стало активно развиваться в начале 2000-х гг. А. И. Кольба объясняет это практической потребностью, к которой относят увеличение социальной напряженности, учащение столкновений интересов городских субъектов, что способствовало активизации городской политики [5]. Интерес к данной проблематике изначально возник в таких отраслях, как социология и урбанистика. Социологи рассматривают городские конфликты с позиций согласования интересов участников, позиционного торга[2]. Урбанисты в большей степени сосредоточены на технологиях и процессах планирования городского развития, построении коммуникаций между участниками этих процессов[3].

Выделяют два подхода к исследованию городской конфликтности. Первый концентрируется на изучении деятельности гражданских структур, нацеленных на развитие городских пространств, в результате которой они вовлекаются в конфликты. Второй подход представляет городской конфликт как объект политического управления. Динамика и формы развития конфликта, стратегии поведения ключевых акторов рассматриваются как зависимые от институциональных оснований его регулирования и режимных характеристик городского политического пространства. В рамках данного направления существенное внимание уделяется понятию *городской конфликт* и определению специфики конфликтных ситуаций, относящихся к данной категории [1].

Стратегия – это важнейший элемент при организации коллективных действий в ходе развития конфликта. Под стратегией чаще всего понимают долгосрочное планирование достижения определенной цели. При этом выработка стратегии – это процесс составления долгосрочного плана и нахождения цели. Исторически термин *стратегия* трактовался в двух аспектах: военном и экономическом. До XX в. при определении стратегии преобладало толкование в военном аспекте [25]. В 60-е гг. XX в., когда особую актуальность приобрела проблема реакции организации на изменения во внешней среде, термин стал активно использоваться в экономической сфере. В рамках изучения политических стратегий можно выделить три подхода: стратегия как управленческий документ, принимаемый органами государственной власти и ОМС [26]; стратегия как коммуникативный инструмент (изучение речевых приемов в выступлениях политиков) [27]; стратегия как набор действий, направленных на достижение политической цели [28]. В контексте городского конфликта следует рассматривать стратегию как перечень методов и средств для достижения цели в конфликте. Субъекты городского конфликта в ходе развития ситуации могут применять различные методы действий для защиты своих интересов.

Показательным представляется исследование городских конфликтов в Ярославской области, проведенное А. В. Соколовым и Д. Е. Палатниковым [29]. Проанализировано 11 ситуаций, происходивших в Ярославской области с 2018 по 2019 гг. Выявлено два типа городских конфликтов по направлению их развития: политизированные и неполитизированные. Авторы приходят к выводу, что прослеживается четкая корреляция по представленности позиций участников первого и второго типов конфликтов в информационном пространстве. Первая категория конфликтов освещается только посредством активности пользователей в социальных сетях и в оппозиционных власти СМИ. Представление деятельности второй группы конфликтов осуществляется благодаря публикациям в общедоступных новостных СМИ. Таким образом, в случае первого варианта развития конфликта акторы делают акцент на политическую борьбу в публичном пространстве, в случае второго – на упоминание в СМИ и диалог с властями. В результате во втором случае шансы прийти к компромиссу и решению проблемы значительно выше, чем в случае политизации конфликта.

Методы и материалы

В рамках исследования нами проанализированы три ситуации, происходившие в Ярославской области в 2020–2021 гг. Среди них транспортная реформа в Ярославле (кейс транспортная реформа), скандал вокруг голосования за выбор территории для благоустройства по проекту «Решаем вместе!» в Ярославле (кейс «Озерная гривка»), протесты против принятия Генерального плана в Переславле-Залесском (кейс принятие Генплана).

Исследование проводилось с использованием методов кейс-стади и ивент-анализа. Источниками информации служили новостные порталы Ярославской области:

[2] Келасьев О. В. Уровни взаимодействия субъектов конфликта в процессе реализации градостроительных проектов. *Там же*. Режим доступа: https://conflictmanagement.ru/urovni-vzaimodejstviya-subektov-konfliktov-v-processe-realizacii-gradostroitelnyx-proektov/ (дата обращения: 14.11.2021).

[3] Фрейдин Е. О. Градостроительная деятельность в конфликтном обществе: трансформация традиционной модели. *Там же*. Режим доступа: http://conflictmanagement.ru/transformaciya-tradicionnoj-modeli (дата обращения: 28.03.2020).

76.ru[4], *Яркуб*[5], *Ярновости*[6], *Pro Город Ярославль*[7], *Коммерсант: Ярославль*[8]. Для проведения event-анализа были проанализированы сообщения в городских сообществах Ярославля и Переславль-Залесского: *Подслушано в Ярославле!*[9], *Ярославль LIVE*[10], *Жесть Ярославль*[11], *Общественный транспорт Ярославля*[12] (для кейса транспортная реформа); *Тверицы – Ярославль*[13], *«Озерная гривка» ЭКОПАРК Ярославль*[14] (для кейса Озерная гривка); *Мэрия города Ярославля*[15] (для обоих кейсов); *Подслушано в Переславле*[16] (для кейса принятие Генплана).

Вначале была составлена хронология конфликта, определены акторы и их методы действий с помощью метода кейс-стади. Затем проанализирована динамика конфликта в информационном пространстве с использованием метода ивент-анализа. Динамика замерялась по числу событий, произошедших в рамках каждой ситуации. Под событием понимались любые действия акторов конфликта, которые освещались в информационном пространстве: акции протеста, выступления, заявления (в том числе в виде публикаций в социальных сетях и на новостных порталах), встречи, сборы подписей и т.д. События считались понедельно и заносились в матрицу.

Характеристика рассматриваемых городских конфликтов в Ярославской области

Кейс транспортная реформа. Транспортная реформа разворачивается в Ярославле с ноября по август 2020 г. Началом конфликта является объявление 20 ноября о реорганизации маршрутной сети в городе. Серьезной проблемой является наличие большого числа маршрутов с нерегулируемыми тарифами, на решение которой и направлена инициатива[17]. Однако городские власти столкнулись с недовольством частных перевозчиков и пассажиров. Вопросы вызвала новая маршрутная схема с отказом от сквозных, идущих через весь город маршрутов и введением пересадочного тарифа. Также обеспокоенность вызывали вероятность перевозчиков не получить лицензию на перевозку в 2021 г. и риск снижения качества перевозок. Результатом противоборства стала новая маршрутная схема, которую жители не приняли[18]. Значительное количество маршрутов вследствие реформы сменили нумерацию (что вызвало неудобства для жителей, т.к. они перестали понимать, куда и как едет автобус), маршруты сменили перевозчиков (часть предпринимателей потеряла устойчивый бизнес).

Кейс «Озерная гривка». В 2020 г. Заволжский район Ярославля получил возможность благоустроить одну территорию по губернаторскому проекту «Решаем вместе!». Мэр города В. М. Волков объявил интернет-голосование на своей персональной странице и на сайте проекта. Жители голосовали за три территории: Тверицкую набережную, парк «Озерная гривка», рекреационную зону у границы города. В ходе голосования инициативная группа «Озерной гривки» организовала агитационную кампанию в социальных сетях за свой проект. Однако победителем стала территория Тверицкой набережной[19]. После окончания голосования стороны стали обвинять друг друга в накрутке голосов. Также были обвинения в адрес мэрии за поддержку проекта Тверицкой набережной. Мэром был инициирован круглый стол, на котором удалось урегулировать ситуацию путем разделения бюджета на оба проекта[20].

Кейс принятие Генплана. Конфликт в Переславле-Залесском возник по причине реорганизации Переславль-Залесского муниципального района в статус городского округа (объединения с городом Переславль-Залесский), в связи с чем последовала необходимость принятия новых

[4] 76.ru. Режим доступа: https://76.ru/ (дата обращения: 06.08.2021).

[5] Яркуб. Режим доступа: https://yarcube.ru/ (дата обращения: 06.08.2021).

[6] Ярновости. Режим доступа: https://yarnovosti.com/ (дата обращения: 06.08.2021).

[7] Pro Город Ярославль. Режим доступа: https://progorod76.ru/ (дата обращения: 06.08.2021).

[8] Коммерсантъ Ярославль. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/regions/76 (дата обращения: 06.08.2021).

[9] Подслушано в Ярославле! Режим доступа: https://vk.com/yarchat (дата обращения: 06.08.2021).

[10] Ярославль LIVE. Режим доступа: https://vk.com/yar_live (дата обращения: 06.08.2021).

[11] Жесть Ярославль. Режим доступа: https://vk.com/ghest_po_yaroslavski (дата обращения: 06.08.2021).

[12] Общественный транспорт Ярославля. Режим доступа: https://vk.com/transport76 (дата обращения: 06.08.2021).

[13] Тверицы – Ярославль. Режим доступа: https://vk.com/tveritsyyaroslavl (дата обращения: 06.08.2021).

[14] Озерная гривка ЭКОПАРК Ярославль. Режим доступа: https://vk.com/park_ozernaya_grivka (дата обращения: 06.08.2021).

[15] Мэрия города Ярославля. Режим доступа: https://vk.com/city_yaroslavl (дата обращения: 06.08.2021).

[16] Подслушано в Переславле. Режим доступа: https://vk.com/pz_overhear (дата обращения: 06.08.2021).

[17] Контуев М. Ярославль избавится от маршруток: как будет происходить процесс. *76.ru*. 20.11.2020. Режим доступа: https://76.ru/text/transport/2020/11/20/69563753/ (дата обращения: 20.03.2021).

[18] Контуев М. Ярославцам показали новый вариант будущей транспортной схемы: интерактивная карта. *Там же*. 02.04.2021. Режим доступа: https://76.ru/text/transport/2021/04/02/69845585/ (дата обращения: 20.03.2021).

[19] Сабаева Д. Парковое дерби. *Коммерсантъ Ярославль*. 17.09.2020. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/4494151 (дата обращения: 25.03.2021).

[20] Сегодня завершается голосование за установку спортивно-игрового комплекса с благоустройством в Заволжском районе. *Владимир Волков*. Режим доступа: https://vk.com/wall217820420_25631 (дата обращения: 25.03.2021).

уставных документов, в том числе и Генерального плана города. В документ внесли изменения относительно статуса территорий, среди которых была территория рядом с Плещеевым озером, где разрешалось жилое строительство[21]. В результате в Переславле-Залесском начались протесты[22], которые привели к отставке главы городского округа В. А. Астраханцева[23]. Однако изменения все же приняли, и жителям не удалось добиться цели конфликта[24].

Таким образом, исследовательское поле представлено двумя городами региона с разнообразной тематикой: транспорт, благоустройство, стратегия городского развития.

Акторы и стратегии городских конфликтов

Анализ субъектов городского конфликта позволяет определить расклад сил в противостоянии, их интересы и мотивы (табл.). Это, в свою очередь, позволяет обозначить основные направления действий субъектов в конфликте. Мы разделили всех участников городского конфликта на следующие группы:

- городские сообщества – формальные и неформальные объединения граждан по одной тематике или общему интересу, к ним могут относиться НКО;
- коммерческие организации – различные структуры и предприниматели, имеющие коммерческий интерес в конфликте;
- органы государственной власти;
- ОМС.

Такое распределение играет важную роль в выборе акторами инструментов поведения в конфликте. Нами выявлено, что интерес актора в одном из исходов конфликта в некоторых ситуациях не является определяющим в выборе стороны (особенно в публичном поле). На выбор также влияет статус субъекта и его первоначальная роль в предконфликтной стадии.

Рассматривая ***транспортную реформу***, мы выделили в качестве основных субъектов мэрию города, депутатов муниципалитета, жителей города и пассажиров, перевозчиков, органы государственной власти, губернатора Ярославской области и экспертов. В данном кейсе бизнес и общество находятся на одной стороне конфликта, тогда как ОМС представляют другую сторону, а не занимают нейтральную позицию.

Конфликт в Переславле-Залесском можно считать типичным противостоянием между жителями и органами муниципальной власти. По большей части акторы данного конфликта распределены так же, как в конфликте с транспортной реформой. Единственное отличие – отсутствие участника от бизнеса в данном конфликте. Субъектами в этом кейсе являются администрация и городская Дума Переславль-Залесского, жители городского округа, межрайонная прокуратура.

В ***кейсе «Озерной гривки»*** можно отметить несколько другой расклад сторон конфликта. В качестве акторов здесь выступают общественные объединения, причем как с противоборствующих сторон, так и со стороны наблюдателей. Также в конфликте задействованы мэрия Ярославля, региональный штаб Общероссийского народного фронта (ОНФ), сообщество «Неравнодушный Ярославль»[25].

Табл. Акторы городских конфликтов

Tab. Actors of the urban conflicts

Конфликт	Активная сторона	Оппонент	Наблюдатели и эксперты
Транспортная реформа	Мэрия Ярославля	Перевозчики-предприниматели, жители города и пассажиры, депутаты муниципалитета от КПРФ	Губернатор Ярославской области, журналисты и эксперты, ФАС
Принятие Генплана	Администрация Переславль-Залесского, городская Дума	Жители городского округа, депутат городской Думы Евгений Работников, депутат областной Думы Сергей Хабибулин	Переславская межрайонная прокуратура, губернатор Ярославской области
«Озерная гривка»	Инициативная группа по благоустройству «Озерной гривки»	Сторонники благоустройства Тверицкой набережной	Мэрия Ярославля (в роли инициатора голосования и организатора круглого стола), региональный штаб ОНФ, сообщество «Неравнодушный Ярославль»

[21] Сабаева Д. Плещеево озеро не взяли в генплан. *Коммерсантъ Ярославль*. 29.12.2020. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/4637248 (дата обращения: 25.03.2021).

[22] Контуев М. Деревенский бунт: как маленькое переславское село отстаивает национальное достояние России. *76.ru*. 13.10.2020. Режим доступа: https://76.ru/text/gorod/2020/10/13/69502725/ (дата обращения: 25.03.2021).

[23] Контуев М. Глава Переславля-Залесского объяснил, из-за чего уволился: его прощальная речь. Видео. *Там же*. 29.11.2020. Режим доступа: https://76.ru/text/politics/2020/11/26/69579413/ (дата обращения: 25.03.2021).

[24] Сабаева Д. Дума Переславля-Залесского приняла изменения в генплан города. *Коммерсантъ Ярославль*. 25.12.2020. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/4628403 (дата обращения: 25.03.2021).

[25] Неравнодушный Ярославль. Режим доступа: https://vk.com/yarcitynews (дата обращения: 06.08.2021).

Стратегии городских конфликтов можно распределить на две группы:

1. Административно-правовые:
   a) организация обсуждений между сторонниками конфликта;
   b) стратегия давления на ОМС.
2. Информационно-организационные:
   a) стратегия информирования;
   b) стратегия вовлечения в протесты.

Стратегия информирования использовалась наиболее часто. Создание информационного шума в СМИ и социальных сетях применялось во всех рассматриваемых конфликтах. При этом доминировала повестка противников решения органов муниципальной власти: протесты против транспортной реформы и принятия Генплана, признание победы «Озерной гривки». Однако активная информационная кампания не ведет к урегулированию конфликта.

Стратегия давления на ОМС применялась в протестах против транспортной реформы. Основные методы стратегии: обращение в вышестоящие органы власти, прокуратуру, суд. В ходе конфликта, связанного с транспортной реформой, указанными методами воспользовались перевозчики, написав ряд жалоб в Федеральную антимонопольную службу (ФАС) на проведение конкурса по определению перевозчика. Данная стратегия может затруднить принятие необходимых решений для ОМС, создавая риск усугубления конфликта, что может усложнить его разрешение.

Стратегия вовлечения в протесты применяется в случае включения в конфликт политических акторов (представителей политических партий) или лидеров общественного мнения на территории. Методами стратегии являются организация акций протеста, сбор обращений и подписей в ОМС, вовлечение местных жителей в участие в общественных слушаниях. Показателен конфликт в Переславле-Залесском: в самом начале конфликта местные жители использовали участие в общественных слушаниях. В результате жителям удалось выразить несогласие, однако в итоге они не смогли добиться пересмотра решения. Таким образом, вовлечение в протесты позволяет создать информационный фон для действий в конфликте, но не ведет к практическому результату.

Организация обсуждения между сторонами конфликта кажется самым эффективным инструментом действий в конфликтной ситуации. Во-первых, эта стратегия позволяет перевести конфликт в конструктивное русло. Во-вторых, она снимает напряженность между участниками. В-третьих, создает возможности для нахождения компромисса. В ходе конфликта по выбору территории благоустройства в рамках проекта «Решаем вместе!» мэрия Ярославля использовала организацию круглого стола, чтобы объявить результаты пересчета голосов и принять решение по финансированию. В результате конфликт удалось разрешить.

Важно отметить значительную роль губернатора Д. Ю. Миронова: в двух рассматриваемых конфликтах он оказывал влияние на их развитие и на принимаемые муниципальными органами решения. В ходе транспортной реформы после рекомендации губернатора мэрия города занялась пересмотром маршрутной схемы, в результате чего были отменены пересадочные узлы и сохранены сквозные маршруты. В процессе урегулирования конфликта в Переславле-Залесском после вмешательства губернатора на заседании городской Думы решили отложить принятие Генплана.

Заключение

Структура конфликта зависит от акторов, принимающих в нем участие. Основной актор любого политического конфликта – ОМС. Они участвуют в конфликтах в разных статусах: в качестве активной стороны (в случаях, когда городские власти инициируют проект, ставший причиной возникновения конфликта) либо в качестве третьей стороны, которая может инициировать диалог между сторонами. Бизнес-структуры часто становятся участниками конфликта, поскольку ведут активную деятельность в городе: строительство, частные пассажирские перевозки или другие коммерческие проекты. Городские сообщества действуют локально и в тех случаях, когда проект, ставший причиной конфликта, непосредственно затрагивает интересы локальных сообществ. Также в конфликт могут вовлекаться инициативные граждане, напрямую не связанные с причиной конфликтной ситуации.

Городские сообщества в двух конфликтах из трех проанализированных обращались к протестным акциям: одиночным пикетам (проходили во время транспортной реформы на Советской площади и во время внесения изменений в Генплан Переславль-Залесского у здания городской Думы), участию в общественных слушаниях в Переславле-Залесском. Органы муниципальной власти пытались решить конфликт в правовом русле через организацию встреч, общественных обсуждений, круглых столов и т.д. Бизнес-структуры в конфликте ведут борьбу через активизацию правовых механизмов, прибегают к использованию информационных ресурсов. На основе полученной классификации мы сформулировали рекомендации для трех основных акторов городских конфликтов.

1. Для ОМС:
   a) предупреждать конфликт, начинать информационную работу уже в момент разработки инициативы (это позволит ОМС получить обратную связь и внедрить ее в проект инициативы, а общественность и бизнес смогут донести свои интересы, что снизит напряженность в конфликте);
   b) в случае появления конфликтной ситуации использовать все каналы для трансляции информации о положительных сторонах реализуемого проекта или решения;

c) организовывать площадки для диалога (это позволит выработать стратегию разрешения конфликта и учесть интересы всех сторон, выработать компромиссное решение).

2. Для местных сообществ:
   a) проводить агитацию среди местных жителей и вовлекать их в активные действия, осуществлять сбор подписей и обращений в ОМС;
   b) налаживать диалог с представителями заинтересованных сторон, устраивать встречи с жителями.
3. Для представителей бизнеса:
   a) перед запуском проекта вступать в контакт с лидерами общественного мнения и представителями жителей, выявлять их взгляд на проект;
   b) устанавливать контакт с ОМС, определять лиц, принимающих решения, выстраивать с ними коммуникацию.

Таким образом, наиболее перспективной видится стратегия организации диалога между сторонами конфликта. Также возможными вариантами являются использование коллективных обращений и организация информационных кампаний с целью склонить стороны конфликта к выгодному решению.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflicting interests: The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.
Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

Финансирование: Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-011-00571 «Конфликты в процессе функционирования городских сообществ крупных региональных центров России: концептуальные основания исследования и политические методы снижения деструктивного потенциала».
Funding: The research was supported by the Russian Foundation for Basic Research as part of project No. 19-011-00571 "Conflicts in the Functioning of Urban Communities of Large Regional Centers of Russia: Conceptual Basis for Research and Political Methods for Reducing Destructive Potential".

Литература / References

1. Кольба А. И. Развитие представлений о городском конфликте в современных социальных исследованиях. *Человек. Сообщество. Управление.* 2016. Т. 17. № 3. С. 132–144.
   Kolba A. I. Development urban conflict ideas in modern social researches. *Chelovek. Soobshchestvo. Upravlenie*, 2016, 17(3): 132–144. (In Russ.)
2. Цой Л. Н. Городской конфликт в градостроительной практике: технология согласования интересов. *NovaInfo*. 2013. № 12. С. 210–239.
   Tsoi L. N. Urban conflict in urban planning practice: technology of coordination of interests. *NovaInfo*, 2013, (12): 210–239. (In Russ.)
3. Цой Л. Н. Социальные инновации: разрешение инновационных конфликтов. *Власть*. 2018. Т. 26. № 7. С. 143–149. https://doi.org/10.31171/vlast.v26i7.5944
   Tsoi L. N. Social innovation: the innovative resolution of conflicts. *Vlast*, 2018, 26(7): 143–149. (In Russ.) https://doi.org/10.31171/vlast.v26i7.5944
4. Цой Л. Н., Иванов О. Б. Медиация и конфликтология: методологические и предметно-содержательные различия. *Власть*. 2016. Т. 24. № 10. С. 69–75.
   Tsoi L. N., Ivanov O. B. Mediation and conflictology: methodological and subject-meaningful differences. *Vlast*, 2016, 24(10): 69–75. (In Russ.)
5. Кольба А. И. Исследование региональных и городских политических конфликтов: основные концепты и перспективы развития субдисциплин. *Политическая наука*. 2020. № 3. С. 52–73. https://doi.org/10.31249/poln/2020.03.03
   Kolba A. I. Research of regional and urban political conflicts: basic concepts and prospects of development of subdisciplines. *Political science (RU)*, 2020, (3): 52–73. (In Russ.) https://doi.org/10.31249/poln/2020.03.03
6. Овсянникова Т. Ю. Урбосервейинг: концепция перехода от управления объектом к управлению городской средой. *Недвижимость: экономика, управление*. 2014. № 3-4. С. 21–24.
   Ovsiannikova T. Yu. Urban surveying: the conception of transition from object management to the management of the urban environment. *Real estate: economics, management*, 2014, (3-4): 21–24. (In Russ.)
7. Духина Т. Н. Муниципальное управление отраслями городского хозяйства как вид социального управления. *Историческая и социально-образовательная мысль*. 2016. Т. 8. № 5-1. С. 100–105. https://doi.org/10.17748/2075-9908-2016-8-5/1-100-105
   Dukhina T. N. Municipal management of urban agriculture sectors as a form of social management. *Historical and Social-Educational Idea*, 2016, 8(5-1): 100–105. (In Russ.) https://doi.org/10.17748/2075-9908-2016-8-5/1-100-105

8. Самарин А. В., Шадрина А. В. Городские конфликты: пространство решений. *Академический вестник УралНИИпроект РААСН*. 2010. № 2. С. 27–32.
Samarin A. V., Shadrina A. V. City conflicts: space of decisions. *Academicheskij vestnik UralNIIproekt RAASN*, 2010, (2): 27–32. (In Russ.)
9. Глухова А. В., Кольба А. И., Соколов А. В. Политико-институциональные и коммуникативные аспекты взаимодействия субъектов городских конфликтов (по материалам экспертного опроса). *Человек. Сообщество. Управление*. 2017. Т. 18. № 4. С. 44–65.
Glukhova A. V., Kolba A. I., Sokolov A. V. Political-institutional and communicative aspects of interaction of subjects of urban conflicts (based on expert survey). *Chelovek. Soobshchestvo. Upravlenie*, 2017, 18(4): 44–65. (In Russ.)
10. Pluciński P. Forces of altermodernization: urban social movements and the new urban question in contemporary Poland. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations,* 2018, 29(4): 653–669. https://doi.org/10.1007/s11266-018-0007-x
11. Jacobsson K. Introduction: the development of urban movements in Central and Eastern Europe. *Urban grassroots movement in Central and Eastern Europe*. 1st ed. London-N. Y.: Routledge, Taylor & Francis Group, 2016, 1–32. https://doi.org/10.4324/9781315548845
12. Domaradzka A. Urban social movements and the right to the city: an introduction to the special issue on urban mobilization. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 2018, 29(4): 607–620. https://doi.org/10.1007/s11266-018-0030-y
13. Bitušíková A. Urban activism in Central and Eastern Europe: a theoretical framework. *Slovenský národopis*, 2015, 63(4): 326–338.
14. Staeheli L. A. Cities and citizenship. *Urban Geography*, 2003, 24(2): 97–102. https://doi.org/10.2747/0272-3638.24.2.97
15. Florea I., Gagyi A., Jacobsson K. A field of contention: evidence from housing struggles in Bucharest and Budapest. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 2018, 29(4): 712–724. https://doi.org/10.1007/s11266-018-9954-5
16. *Beyond NGO-ization. The development of social movements in Central and Eastern Europe*, eds. Jacobsson K., Saxonberg S. 1st ed. London-N. Y.: Routledge, Taylor & Francis Group, 2016, 280. https://doi.org/10.4324/9781315569246
17. Михайлова О. В. Как возможны властные позиции государства в сетевых альянсах, или «стратегия Чеширского кота» по управлению сетями. *Человек. Сообщество. Управление*. 2016. Т. 17. № 4. С. 6–18.
Mikhaylova O. V. How are power positions on the state actors in networks are possible, or "Cheshire cat governance strategy". *Chelovek. Soobshchestvo. Upravlenie*, 2016, 17(4): 6–18. (In Russ.)
18. Gobo G. Glocalization: a critical introduction. *European Journal of Cultural and Political Sociology,* 2016, 3(2-3): 381–385. https://doi.org/10.1080/23254823.2016.1209886
19. Bennett W. L., Segerberg A. The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 2012, 15(5): 739–768. https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661
20. Володенков С. В. Особенности Интернета как современного пространства политических коммуникаций. *Вестник Московского государственного областного университета*. 2017. № 4. https://doi.org/10.18384/2224-0209-2017-4-841
Volodenkov S. V. Features of the Internet as a contemporary space of political communication. *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2017, (4). (In Russ.) https://doi.org/10.18384/2224-0209-2017-4-841
21. Cho J., Shah D. V., McLeod J. M., McLeod D. M., Scholl R. M., Gotlieb M. R. Campaigns, reflection, and deliberation: advancing an O-S-R-O-R model of communication effects. *Communication Theory,* 2009, 19(1): 66–88. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.01333.x
22. Gerbaudo P. *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London-N. Y.: Pluto Press, 2012, 208. https://doi.org/10.2307/j.ctt183pdzs
23. Bennett L., Segerberg A. *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics.* Cambridge: Cambridge University Press, 2013, 256. https://doi.org/10.1017/CBO9781139198752
24. Головин Ю. А., Фролов А. А. Практики сетевой гражданской активности в современной России. *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС*. 2016. № 2. С. 195–198.
Golovin Yu. A., Frolov A. A. Network practices of civic activity in contemporary Russia. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski SKAGS*, 2016, (2): 195–198. (In Russ.)
25. Зборовский Г. Е., Шуклина Е. А., Амбарова П. А., Певная М. В., Кузьминчук А. А. *Управление стратегиями поведения городских общностей: проблемы и возможности*. Екатеринбург: УрФУ, 2014. 200 с.
Zborovsky G. E., Shuklina E. A., Ambarova P. A., Pevnaya M. V., Kuzminchuk A. A. *Behavior strategies management of city communities: problems and opportunities*. Ekaterinburg: UrFU, 2014, 200. (In Russ.)

26. Кононов Л. А. Роль официальных документов: концепций, доктрин и стратегий в политическом управлении Российской Федерации. *Право и современные государства*. 2017. № 2. С. 55–66. http://dx.doi.org/10.14420/ru.2017.2.7
Kononov L. A. The role of official documents such as concepts, doctrines and strategies in the political governance of the Russian Federation. *Law and Modern States,* 2017, (2): 55–66. (In Russ.) http://dx.doi.org/10.14420/ru.2017.2.7
27. Жихарева Н. А., Яковлева Е. П. Стратегии и тактики диалога-конфликта в политических ток-шоу. *Восточнославянская филология. Языкознание*. 2018. № 6. С. 36–44.
Zhikhareva N. A., Yakovleva E. P. Strategies and tactics of the conflict dialogue in political talk shows. *East Slavic philology. Language Studies*, 2018, (6): 36–44. (In Russ.)
28. Гавра Д. П., Быкова Е. В. Стратегии кризисной коммуникации российских политических акторов: протесты водителей-дальнобойщиков (ноябрь – декабрь 2015 г.). *Global science. Development and novelty:* Proc. IV Intern. Sci. Conf. (Lisbon, 25 Dec 2016). Lisbon: LJournal, 2016. Pt. 2. С. 8–18. https://doi.org/10.18411/gdsn-25-12-2016-2-02
Gavra D. P., Bykova E. V. Strategies of crisis communication of Russian political actors: truckers' protests (November – December 2015). *Global science. Development and novelty*: Proc. IV Intern. Sci. Conf., Lisbon, 25 Dec 2016. Lisbon: LJournal, 2016, pt. 2, 8–18. (In Russ.) https://doi.org/10.18411/gdsn-25-12-2016-2-02
29. Соколов А. В., Палатников Д. Е. Природа и конфликтные стратегии городских сообществ в условиях виртуализации политического пространства. *Власть*. 2019. Т. 27. № 6. С. 97–102. https://doi.org/10.31171/vlast.v27i6.6834
Sokolov A. V., Palatnikov D. E. The nature and conflict strategies of urban communities in a virtualized political space. *Vlast*, 2019, 27(6): 97–102. (In Russ.) https://doi.org/10.31171/vlast.v27i6.6834

оригинальная статья

Семиотика корпоративной культуры студентов в опорном вузе Кузбасса

Калашникова Анна Леонидовна
Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
https://orcid.org/0000-0003-2969-3923
anna.kalashnikova.42@gmail.com

Поселенова Евгения Юрьевна
Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
https://orcid.org/0000-0002-6327-3466

Инешина Светлана Викторовна
Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово

Налегач Наталья Валерьевна
Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
https://orcid.org/0000-0002-1214-7363

Рагимова Фарида Сиражадиновна
Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово

Синегубова Капиталина Валерьевна
Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово
https://orcid.org/0000-0002-3917-1304

Поступила в редакцию 26.11.2021. Принята после рецензирования 19.01.2022. Принята в печать 07.02.2022.

Аннотация: Статья посвящена выявлению семиотических особенностей студенческой корпоративной культуры на примере Кемеровского государственного университета. Авторами рассматривается понятие *корпоративная культура вуза* и основные точки зрения на этот феномен, существующие в современном научном дискурсе. Корпоративная культура осмысляется в нескольких аспектах: исследуется семиотика ритуальной модели поведения студентов, роль вузовских мероприятий, студенческих сообществ и корпоративных средств массовой информации. Специфичной чертой корпоративной культуры студентов является интегрирование новых субъектов образовательного процесса в сложившуюся корпоративную культуру вуза по законам семиосферы, которое носит ритуализованный инициальный характер, обеспечивающий успешность социализации в университетской среде. Инициальная основа студенческих ритуалов связана с тем, что студенты оказываются в пороговых ситуациях чаще, чем представители других социальных групп. Помимо получения знаний, умений и навыков, студенты (неофиты) должны воспринять от преподавателя (посвящающего) знаковые элементы этического кодекса. Система организации воспитательной деятельности, направленная на усиление образовательного процесса, с одной стороны, призвана вовлечь студентов в новую социокультурную среду, способствовать их развитию и самореализации, с другой – подчеркнуть их причастность к университетскому сообществу. Особую роль в формировании корпоративной культуры играют университетские средства массовой информации, как печатные, так и аудиовизуальные; значение последних в условиях цифровизации образовательного процесса повышается. На примере студенческой газеты «Статус-ВО!» и информационной телепрограммы «Перемены» показывается, как форматы печатного студенческого издания и университетского телевидения работают на консолидацию внутренней аудитории (студентов, преподавателей, сотрудников) и на привлечение внешней (абитуриентов, организаций-партнеров). Анализ семиотики студенческой культуры Кемеровского государственного университета демонстрирует, что наиболее эффективными формами включения новых субъектов в корпоративную культуру оказываются традиционные формы, наполняемые обновленным содержанием. Формально-содержательная модель студенческой газеты «Статус-ВО!», представленная через ее название, постоянные и спорадические рубрики, жанровую палитру медиатекстов, становится инструментом формирования внутривузовской коммуникативной и корпоративной культуры, в основе которой, с одной стороны, опора на традиции, с другой – творческое начало. Телевизионная программа «Перемены» демонстрирует формирование профессиональных навыков студентов (программа неоднократно становилась призером всероссийских студенческих телевизионных конкурсов), одновременно решая задачи позиционирования вуза в информационном пространстве как креативной образовательной институции, подчеркивая его статус в региональном образовательном пространстве, привлекая потенциальных абитуриентов и иных заинтересованных в сотрудничестве лиц.

Ключевые слова: семиосфера, ритуал, ритуальная модель, инициация, студенческая культура, имидж вуза, СМИ

Цитирование: Калашникова А. Л., Поселенова Е. Ю., Инешина С. В., Налегач Н. В., Рагимова Ф. С., Синегубова К. В. Семиотика корпоративной культуры студентов в опорном вузе Кузбасса. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 29–39. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-29-39

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

ВЕСТНИК
КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

original article

Semiotics of Corporate Culture of Students in the Kuzbass Flagship University

Anna L. Kalashnikova
Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
https://orcid.org/0000-0003-2969-3923
anna.kalashnikova.42@gmail.com

Evgeniya Yu. Poselenova
Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
https://orcid.org/0000-0002-6327-3466

Svetlana V. Ineshina
Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

Natalya V. Nalegach
Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
https://orcid.org/0000-0002-1214-7363

Farida S. Ragimova
Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

Kapitalina V. Sinegubova
Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
https://orcid.org/0000-0002-3917-1304

Received 26 Nov 2021. Accepted after peer review 19 Jan 2022. Accepted for publication 7 Feb 2022.

Abstract: This research featured the semiotics of student corporate culture at the Kemerovo State University (Kemerovo, Russia) and the concept of corporate campus culture in scientific literature. Corporate culture unites the semiotics of behavioral patterns, university events, student communities, university media, etc. New subjects of the academic process get integrated into the established corporate culture according to the basic laws of the semiosphere, i.e. rituals and initiations. The initiation character of university culture can be explained by the fact that students find themselves in threshold situations much more often than members of other social groups. Academics (mentors) pass the code of university ethics to students (neophytes). Not only do academic activities develop knowledge and skills, but they also integrate students into the new sociocultural environment, promote their development, and encourage self-realization, thus emphasizing their belonging to the university community. In the modern digital environment, university media are especially important for corporate culture. At the Kemerovo State University, students publish newspapers and make TV programs. University media consolidate the corporate members, i.e. students, academic staff, and employees, as well as attract the external audience, i.e. applicants, partner organizations, etc. Traditional forms with updated content proved to be the most effective ways of including first-year students in corporate culture.
Keywords: semiosphere, ritual, ritual model, initiation, student culture, image of the university, mass media

Citation: Kalashnikova A. L., Poselenova E. Yu., Ineshina S. V., Nalegach N. V., Ragimova F. S., Sinegubova K. V. Semiotics of Corporate Culture of Students in the Kuzbass Flagship University. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 29–39. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-29-39

Введение

Корпоративная культура в течение последних нескольких лет активно привлекает внимание исследователей, которые видят в ней потенциал, позволяющий воздействовать на жизнь и работу организации. К этому феномену возможны два подхода: ***аксиологический***, описывающий корпоративную культуру как систему материальных и духовных ценностей, совокупность установок, норм и правил поведения, принимаемых и поддерживаемых членами организации [1, с. 258; 2, с. 131; 3, с. 55; 4, с. 269], и ***деятельностный***, в рамках которого корпоративная культура понимается как способ постановки и ведения организационной деятельности, а также взаимоотношения между сотрудниками и внешней средой [5, с. 18; 6, с. 66], направление развития современных партнерских социально-трудовых отношений, корпоративного поведения ключевых социальных сил капитала, труда и государства [7, с. 4].

Вузы привлекают внимание исследователей корпоративной культуры, поскольку, с одной стороны, с университетом связывается представление о сосредоточии, концентрации культуры [8, с. 271; 9, с. 51; 10, с. 524]. Идеология, установки, традиции и ценности образовательного учреждения играют значимую роль и актуальны для социального статуса организации [11; 12]. С другой стороны, специфика образовательной деятельности создает определенные сложности при описании корпоративной культуры вуза. Отчасти это связано с инновационными механизмами, определяющими современные тенденции развития высшего образования в России, в том числе коммерциализацией деятельности вузов [13–15], формированием опорной территориальной структуры ведущих университетов [16–18], программой 5-100 [19] и др.

Исходя из концепции В. В. Ванюшкиной, социально-этические параметры бренда вуза являются не просто

одним из элементов корпоративной культуры, но ее основой: «коммуникации являются многозначительным ресурсом образовательного учреждения наряду с материальными, финансовыми, трудовыми, информационными и другими ресурсами. И строиться эти отношения должны на социально-этической основе» [20, с. 19]. А. Панда и Р. К. Гупта утверждают, что культура организации раскрывается и передается наиболее ясно через ее символы. По мнению исследователей, событие не так важно, как его символический смысл [21], поэтому для характеристики корпоративной культуры следует не перечислять возможные события, а понять механизмы и логику создания мифов в конкретном сообществе.

Е. В. Шелестюк как важнейшую часть концептуального компонента корпоративной культуры рассматривает этос, т. е. «морально окрашенную философию, выводимую из истории организации (института), преданий и легенд, образов и символов, которая отражается на бытии, мироощущении и поведении субъектов организации (института), а также на их коммуникации» [22, с. 107]. Исследователь полагает, что накопление, рафинирование этоса и его передача последующим поколениям не только обеспечивают функционирование сообщества, но и способствуют более осознанному восприятию инновационно-модернизационных мероприятий [22]. Так как этос отражается во всех вторичных знаковых системах культуры, включая символико-ритуальные, дискурсивные и текстовые [22], представляется продуктивным их детальное рассмотрение, причем не только в аспектах, транслируемых руководством организации, но и со стороны текстов, ритуалов и дискурсов, которые складываются стихийно.

В последние годы возрос интерес гуманитарных наук к диахроническому аспекту изучения коммуникативных стратегий. В статье исследуются семиотики ритуальной модели, нашедшей проявление в современной студенческой среде, что напрямую соотносится с одной из актуальных научных задач – определением архетипической роли ритуала в организации современных форм корпоративной культуры.

Методы и материалы

Исследование носит междисциплинарный характер: в процессе изучения вузовской корпоративной культуры привлекаются методологические принципы ряда общественных и гуманитарных наук, таких как социология, культурология, социальная антропология, лингвистика и журналистика. Интеграция различных научных методов и подходов (в частности семиотического, синхронического и диахронического подходов; метода включенного наблюдения, опроса и пр.) позволяет осуществить комплексное исследование корпоративной культуры Кемеровского государственного университета (КемГУ). Для интерпретации фактов, полученных в ходе изучения материала, использовались разные виды анализа (стилистический, дискурсивный, контекстуальный, контент-анализ), а также общенаучные методы синтеза, обобщения и сопоставления. Сбор материалов исследования осуществлялся путем анкетирования студенческой аудитории и направленной выборки медиатекстов студенческих СМИ, характеризующих корпоративную культуру КемГУ (газеты «Статус-ВО», телепрограммы «Перемены»).

При изучении корпоративной культуры в КемГУ были учтены результаты социологического исследования, проведенного в 2013–2014 учебном году. Е. А. Морозова и А. В. Сухачева выявили, что студенты и преподаватели вуза предпочитают учиться и работать в условиях семейной культуры [23], поэтому неформальные установки и ценности представляются важными в данном случае.

Результаты

Работа была направлена на систематическое изучение корпоративной культуры КемГУ с целью восстановления базовых элементов ее структуры в контексте их проявления в различных сферах профессиональной коммуникации. Необходимость подобного исследования была обусловлена тем, что феномен корпоративной культуры не исчерпывается моделью, которая задана специально разработанной концепцией, – эта структура накладывается на официально неутвержденную семиотическую систему, стихийно формирующуюся внутри студенческого и преподавательского коллективов на протяжении многих лет. Коллективом кафедры журналистики и русской литературы XX в. института филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций (ИФИЯМ) КемГУ исследовательский акцент был сделан на вербальном и ритуальном аспектах. Этот подход позволил восстановить существующую в КемГУ социосемиотическую модель корпоративной культуры, что в дальнейшем даст возможность спрогнозировать наиболее эффективные стратегии ее развития: принципы организации коммуникативного процесса между обучающимися и преподавателями; использование ритуала как мотиватора трудовой и учебной деятельности, в качестве составляющей team building (командообразования) и системы тематических праздников, а также как инструмента развития комфортной среды для реализации молодежных инициатив.

Корпоративная культура представляет собой знаковую систему, посредством которой КемГУ формирует свой уникальный образ, имеющий важное значение в современной коммуникативной практике. В образовательных организациях существуют три имиджеобразующих парадигмы корпоративной культуры: физическая, вербальная и поведенческая. Они транслируют цели и приоритеты организации, а также желаемые модели внутреннего (студенты, преподаватели, сотрудники) и внешнего (партнеры, абитуриенты) взаимодействия, основанные на совокупности внутриорганизационных принципов, системы ценностей и убеждений, подчиненных глобальной миссии вуза.

В нашей статье акцент сделан на вербальной и поведенческой (ритуальной) составляющих корпоративной культуры в их взаимосвязи; избранный ракурс исследования обуславливает его новизну, поскольку на сегодняшний день не существует специальных работ, посвященных семиотике студенческого корпоративного текста КемГУ.

В рамках рассматриваемой темы особое внимание уделяется студенческим вузовским корпоративным СМИ. Сегодня, когда возникают все более совершенные и эффективные технологии издательского дела и устройства, облегчающие и упрощающие передачу и публикацию информации, значимую роль играют вузовские корпоративные СМИ – периодические печатные издания, радио, телепрограммы, видеопрограммы и другие формы презентации себя в медиапространстве. СМИ современного вуза несут информацию, необходимую как внутренним, так и внешним общественным группам (абитуриентам, студентам, преподавателям, Министерству науки и высшего образования РФ, другим СМИ и прочим заинтересованным лицам), что в итоге повышает конкурентоспособность учебного заведения. Кроме того, корпоративные СМИ могут встраиваться в образовательный процесс и способствовать профессиональному росту студентов, формировать их коммуникативную культуру и корпоративную этику.

Ритуальная модель поведения студентов

Многие студенческие традиции имеют архаичный прототип, который со временем претерпел трансформацию либо был переосмыслен. В работах исследователей, посвященных проблемам студенческих ритуалов, определяются сущностные черты культуры обучающихся вузов, включающей в себя ритуальные действия и обычаи, актуализирующиеся в период экзаменационной сессии[1] [24–28]. А. А. Ситнова основным качеством студенчества называет лиминальность, т. е. потенциальную переходность (от мира детства к миру взрослости) [27, с. 12]. Согласно представлениям, бытующим в студенческой среде, первокурсник изначально не может считаться полноправным членом указанного сообщества («Курица не птица, первокурсник не студент!»). Чтобы стать членом этой социальной группы, он должен пройти особого рода обряд посвящения и сдать первую сессию, которая в данном случае семантически соотносится с категорией переходных обрядов, в частности с обрядом инициации.

Инициальная природа экзамена находит подтверждение в комплексе представлений, составляющих систему табу и оберегов, а также поверий и примет, которые должны способствовать успешному прохождению испытаний. Опрос, проведенный среди студентов КемГУ в январе-феврале 2020 г.[2], показал, что в современной молодежной среде продолжают оставаться актуальными традиции предшествующих поколений. Например, в ответах респондентов неоднократно появлялась информация о том, что нужно положить под левую пятку пятак как талисман, помогающий сдать экзамен на отлично. В основе этого действия лежит принцип подобия, характерный для имитативной магии. Архаический ритуальный контекст проявляет акциональный смысл современного студенческого ритуала подкладывания пятака: происходит преднамеренная имитация искомого результата.

В студенческой среде продолжает оставаться актуальной сформированная мифологическим сознанием оппозиция *право / лево*. Желание получить высокую оценку через совершение условно-магических действий определяет предпочтение левой стороны: *Верю в примету вставать утром с левой ноги и заходить везде тоже с левой, билет брать левой рукой*. Иногда это сопровождается дополнительными действиями: например, перед экзаменом нужно потереть в руках что-нибудь сладкое и тянуть билет, чтобы «прилип хороший», или «на удачу» необходимо подержаться за человека, сдавшего экзамен на отлично.

К числу табуируемых действий в экзаменационный период относятся мытье головы, укладка волос, стрижка, бритье. Сходный принцип лежит в основе традиции ходить на все экзамены в течение сессии в одной и той же одежде, не стирая ее, что способствует сохранению и накоплению удачи. Фольклорная символика грязи, сора находит отражение и в таком ритуальном действии: перед экзаменом в развернутую зачетку наметают мусор из конца коридора, при этом говорят: «Удача, приди!». Подобные действия являются широко употребимыми не только в студенческих, но и в традиционных обрядовых практиках (например, в славянском свадебном обряде). Таким образом, мусор, наметаемый в зачетку, продуцирует благоприятный исход экзамена.

Многие студенты во время опроса называли ряд действий, которые совершаются по принципу от противного: *Неудачи утром обеспечивают удачу на экзамене, чем больше проблем преодолел человек, тем лучше, потому что выстрадал оценку / зачет.* Так адаптируются в современной среде элементы охранительной магии, у истоков которой находится представление об обмане демонических сил. Элементы такой магии получают и другие варианты интерпретации: во время сессии нельзя никому кроме преподавателя показывать зачетку; не стоит садиться для подготовки на задние парты; нельзя, чтобы кто-то обзывал дураком; нельзя оставлять книгу открытой перед уходом – все забудешь и т. д. Независимо от наличия или отсутствия установки на достоверность ритуальные действия совершаются на всякий случай: *Когда приходит сообщение, что нужно переслать*

[1] Красиков М. М. «Шара, приди! Шара, приди! Шара, приди!» (Об одном современном студенческом ритуале). *Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика.* Режим доступа: http://www.ruthenia.ru/folklore/krasikov5.htm (дата обращения: 16.11.2021).

[2] Опрос был проведен на платформе Google Forms, в нем приняли участие более 300 респондентов в возрасте 18–21 года.

что-то 10 друзьям, чтобы хорошо сдать сессию, мне будет намного спокойнее, если я разошлю это сообщение; *Я весь семестр храню все записи, которые связаны с учебой, и разом удаляю их после последнего экзамена – так как-то спокойнее, а удаление как ритуал очищения*.

Одним из самых распространенных ритуалов в студенческой среде до сих пор является зазывание Халявы в ночь перед экзаменом. По словам студентов, Халява, уподобленная мифологическому существу, является надежным помощником во время сессии. Большинство опрошенных выполняют обряд, но относятся к нему с иронией. В процессе передачи традиции от старших курсов младшим семиотическое ядро ритуала вызывания богини студенчества нередко переосмысляется, и он используется не столько с целью успешно сдать экзамен самому, сколько с намерением подшутить над неопытными первокурсниками.

Знаковым элементом ритуала вызывания Халявы является открытая форточка, выступающая в качестве символической границы. При этом предполагается отсутствие оберегов (колец, креста, серег и т.д.), выворачивание одежды наизнанку и надевание украшений задом наперед или же полное обнажение участников, что вписывается в контекст древнего магического обряда, когда одежда и украшения, выполняющие защитную функцию, препятствовали контакту человека с потусторонним миром. Ожидание ответа Халявы на приглашение прийти восходит к ситуации святочных гаданий: период зимней сессии (для первокурсников – первой) выпадает на время Святок, наполненное атмосферой суеверий.

Важную роль в современных студенческих верованиях играет представление о возможности предвидеть исход экзамена с помощью знаковых элементов сна. Разгадывание вещего сна – универсальная практика в традиционной культуре – обретает в студенческой среде ряд особенностей. Прогностическая функция закреплена за сном, приснившемся накануне экзамена. Описания таких снов многообразны: они могут непосредственно воспроизводить ситуацию экзамена и его итог или оцениваться как плохое или хорошее предзнаменование в зависимости от содержания. Распространенным действием в период сессии является отказ от сна (обычай учить в последнюю ночь перед экзаменом), напоминающий ритуальное лишение сна во время обряда инициации.

Несомненную магическую основу имеет обычай подкладывать конспекты под подушку или под матрас. Некоторые студенты верят в то, что, заварив и выпив накануне экзамена «чай» из билетов, можно ночью узнать, какой попадется («Суженый-ряженый, на стол положенный, мне во сне явися»). Заваривание такого «чая» обеспечивает эффект симпатической связи, позволяющей получить верное предсказание о номере билета, а словесная форма, восходящая к ситуации святочного гадания на суженого, указывает на органическую взаимосвязь студенческого фольклора с традиционным, хотя последний подвергается ироническому переосмыслению.

В связи с тем, что студенты оказываются в пороговых ситуациях чаще, чем представители других социальных групп, элементы инициальной обрядности имеют для них большее значение. Преподаватель в таком случае выполняет роль посвящающего по отношению к студенту-неофиту. Этот аспект, являющийся частью корпоративной культуры вуза, необходимо учитывать в ситуации взаимодействия преподавателя со студенческой аудиторией. Помимо получения знаний, умений и навыков студенты должны воспринять от преподавателя знаковые элементы этического кодекса, зашифрованные в семиотике корпоративной культуры. Поэтому ее регулирование является важным средством социальной адаптации студентов.

Внеаудиторная деятельность студентов в контексте корпоративной культуры

Немаловажную роль в корпоративной культуре вуза играет взаимодействие в учебно-воспитательном процессе студенчества, профессорско-преподавательского состава и руководства организации. Инициальный характер этого взаимодействия в отношении обучающихся проявлен не только в системе испытания знаний, но и в творческой жизни студенчества. На это указывают конкурсная природа наиболее массовых вузовских мероприятий и семиотика их именований. Так, во многих российских университетах проводятся ежегодные творческие фестивали «Первый снег» (в КемГУ с 1984 г.) и «Студенческая весна» (в КемГУ с 1974 г.).

Особенно показательна семантика наименования фестиваля первокурсников, совмещающая время проведения мероприятия с его погодными характеристиками, присущими многим территориям бывшего СССР и нынешней РФ, и указывая на главных участников конкурса – первокурсников, которые задействованы во всех этапах фестиваля: от подготовки – через концерт – до награждения победителей. По сути, они проходят своего рода посвящение в творческую жизнь вуза и становятся полноправными участниками не только отдельного факультета / института, но и Студенческого клуба (Студклуба) всей учебной организации. В процессе подготовки и соревнования первокурсники знакомятся не столько с традициями того факультета, на который поступили (эти функции берет на себя такой праздник, как «Посвящение первокурсников», традиционно проводимый в сентябре), сколько с внеучебной деятельностью вуза в целом. При организации и проведении фестиваля пополняется студенческий актив, который в первую очередь будет отстаивать честь факультета / института в рамках «Студенческой весны» уже в составе коллектива из всех курсов, ступеней и форм обучения. В КемГУ этот актив носит не только факультетский, но и общевузовский характер благодаря деятельности Студклуба и организации выездных школ «Мануфактура» и «Подъяково». Способствует активному внеучебному включению в жизнь вуза система студенческих организаций, позволяющая максимально полно

самореализоваться каждому обучающемуся. Так, в КемГУ действуют Объединенный совет обучающихся; творческое объединение студентов – Студклуб; первичная организация студентов КемГУ (ПОС КемГУ) – Профком; штаб студенческих отрядов, включающий более 10 организаций; профориентационный отряд КемГУ «Кем стану»; медиацентр ПОС КемГУ «ПрофМедиа», фотоклуб КемГУ «Монохром» и др.

Таким образом, включение новых субъектов образовательного процесса в сложившуюся структуру вуза, приобщение к его традициям по законам семиосферы носит ритуализованный инициальный характер, обеспечивающий успешность социализации в университетской среде. Собрания по зачислению (август) и «День знаний» (1 сентября) вводят первокурсников в новую систему знаков и отношений, прорисовывают иерархию пространства и времени новой для них социокультурной среды, акцентируя знаковые топосы социокультурного пространства по вертикали (ректорат – дирекция / деканат – кафедра) и по горизонтали (учебные аудитории, аудитории для самоподготовки, библиотека, студенческий кампус, столовая, концертный зал, раздевалка и т. д.), а также событийные узлы учебно-воспитательного процесса (семестр – сессия – каникулы) с наполнением этого цикла указанием на возможность личностной самореализации не только в процессе обучения, но и во внеучебной деятельности (фестивали, апрельская научная конференция молодых ученых, волонтерские акции и т. д.). По мере погружения в новую социокультурную действительность студенты становятся органичной частью жизни того или иного института посредством приобщения к традиционным для каждого из них мероприятиям и праздникам. В ИФИЯМ КемГУ ежегодно проводятся недели английской, французской, немецкой, славянской культуры, дни кузбасской литературы, Масленица, конкурсы чтецов, а также периодически (в зависимости от юбилейных дат) литературные недели, посвященные творчеству того или иного выдающегося русского писателя или поэта (Чеховская, Лермонтовская, Анненского, Серебряного века, Окуджавы и др.). Эти мероприятия не только способствуют расширению профессионального кругозора за счет более глубокого погружения в языковой и литературный материал, но и в силу их творческого характера создают условия для личностного развития и одновременно укрепляют социальное взаимодействие в группе. Так, читая дополнительные источники по культуре и литературе Серебряного века, выбирая формы творческой подачи (литературно-музыкальный салон, театрализованное представление, поэтическое состязание), привлекая зрителей, студенты поддерживают уже сложившиеся в институте традиции и создают предпосылки для их обновления, привнося новые формы, например, готовят лонгрид или записывают видеоролик для привлечения внимания к мероприятию.

Итак, такая вполне традиционная система организации воспитательной деятельности, направленная на усиление образовательного процесса, с одной стороны, призвана вовлечь студентов в новую социокультурную среду, способствовать их развитию и самореализации, с другой – знаково подчеркивает их причастность к университетскому сообществу, позволяя им занимать позицию одного из авторов корпоративной культуры как всего университета, так и отдельной его составляющей (факультета / института).

При этом каждое мероприятие становится инфоповодом для студенческих СМИ, получающим отражение в публикациях на сайте и в социальных сетях КемГУ, в студенческой газете «Статус-ВО!» (издается с февраля 1997 г.) и в информационной телепрограмме «Перемены» (выходит с 2004 г.). Интересна закономерность: мероприятия университетского уровня освещаются в студенческих СМИ шире и масштабнее, нежели акции факультетов и институтов, но для самоидентификации в рамках университета вторые играют более важную роль, т. к. способствуют более глубокому приобщению к культурным ценностям будущего профессионального сообщества через самоопределение в областях научно-практического знания – филолог, историк, физик, химик, юрист и т. д. В этом смысле примечательна позиция студентов-журналистов, которые не только непосредственно участвуют в мероприятиях, но и освещают эту сторону жизни университета в целом, в связи с чем играют более активную роль в формировании и укреплении корпоративной культуры вуза.

Роль студенческой газеты в формировании корпоративной культуры вуза

В условиях развития современных СМИ в вузе особую роль в оптимизации корпоративной культуры образовательного учреждения выполняет его студенческая газета. Сегодня, когда возникают все более совершенные и эффективные технологии издательского дела и устройства, облегчающие и упрощающие передачу и публикацию информации, образовательные организации стремятся создать вузовское корпоративное СМИ – периодическое печатное издание, радио, телепрограмму, видеопрограмму, интернет-сайт, интернет-портал или другую форму распространения информации, благодаря которой решается определенный круг задач [29].

А. А. Градюшко с соавторами предлагают следующее определение понятия *студенческая газета* – «это информационно-аналитическое издание, предназначенное для студентов и преподавателей, выходящее еженедельно (ежемесячно), распространяемое бесплатно (или за небольшую плату) в пределах университета (факультета, общежития и т. д.)» [30, с. 7]. Специфика студенческих СМИ заключается в ярко выраженной ориентации на вузовскую как внешнюю, так и внутреннюю аудиторию: студентов,

их родителей, работников вуза, абитуриентов, выпускников, другие вузы и т.д. По справедливому замечанию авторов, студенческое СМИ – это прежде всего корпоративное издание, которое создает общий облик вуза (факультета, курса, группы) в глазах читателей [30].

Студенческий вестник КемГУ «Статус-ВО!» имеет свои индивидуальные форматные характеристики, оптимизирующие имидж вуза в восприятии внутренней и внешней общественности: название и логотип, жанрово-тематическая палитра публикаций. Важнейшей составляющей корпоративного СМИ и его форматным признаком является название, в котором отражается общая концепция издания. Название газеты «Статус-ВО!» придумали сами студенты. Двухчастная форма заглавия обусловлена следующим: номинативным является первый элемент названия – существительное *статус* – «сложившееся состояние, положение»[3]. Второй компонент названия семантически неоднозначен. В частности, *аббревиатура* ***ВО*** может расшифровываться как *высшее образование*. Таким образом, в самом заглавии газеты зашифрована принадлежность обучающихся КемГУ к студенческому сообществу. Быть в статусе студента – престижно, модно, полезно. Такое толкование также связано со вторым компонентом названия газеты, который может быть интерпретирован как *частица* ***во***, имеющая оценочный характер: она дает высокую оценку слову *статус*, заменяя определение *очень хороший*. При этом название вестника также апеллирует к устойчивому сочетанию *статус-кво*, которое придает имиджу традиционность и стабильность. В результате анализа заглавия выявлено, что, с одной стороны, аллюзия заголовка к прецеденту позволяет вестнику позиционировать себя как издание с традиционными ценностями, с другой стороны, трансформация прецедента свидетельствует о творческом подходе редакции.

Название издания всегда сосуществует с другими элементами: графикой, девизом, слоганом, информацией о наградах издания. Все это составляет логотип издания. Логотип газеты «Статус-ВО!» располагается на первой полосе и занимает одну шестую часть страницы. Во-первых, он указывает на тип издания – *студенческий вестник*. Нельзя не отметить своеобразную графическую игру: и название, и определение типа газеты «свертываются» в две *одинаковые буквы* ***СВ***. Во-вторых, в логотипе представлен девиз издания: «Ты в армии студентов». Девиз раскрывает суть названия газеты, сообщает о том, что речь идет в первую очередь о статусе студента. Девиз выполняет в данном логотипе коммуникативную функцию, налаживает контакт между редакцией газеты и аудиторией, объединяет всех студентов в одно целое при помощи метафоры *армия студентов*.

Исследование медиатекстов в различных вузовских СМИ свидетельствует о том, что самопозиционирование образовательных организаций определяется выбором информационного повода, т. е. определенной темы. Грамотный выбор информационного повода (как особого вида объекта, целенаправленно используемого для внесения информации в информационное пространство) особенно важен в СМИ вуза, т. к. студенческие материалы в основном выполняются в информационных жанрах (заметка, расширенная информация, интервью, репортаж и др.), где отношение редакции к событию проявляется через отбор данного события как наиболее важного и актуального (в том числе и с точки зрения репутационного капитала организации). Эта особенность подчеркивается тем, что информационный повод представлен в самих заголовках текстов: *Жизнь без социальных сетей. Журналистский эксперимент*; *День знаний; О красоте, уюте и атмосферном чтении*; *Туристический слет*; *Дети войны*. Данные номинативные заголовки определяют тему последующего медиатекста и выполняют роль знака текста аналогично именам собственным, которые служат названиями.

Каждый выпуск газеты «Статус-ВО!» имеет отдельную тему, которая раскрывается в материалах на развороте издания:

- внутренняя научная деятельность образовательного учреждения (конкурсы, олимпиады, игры и т. д.): *Дух единства. Сегодня в институте экономики и управления в преддверии Дня народного единства состоялась викторина*;
- внутренняя творческая деятельность образовательного учреждения: *Внимание! Возможны осадки в виде первокурсников (о фестивале непрофессионального творчества «Первый снег»); Театр – искусство для всех (о студенческой театральной студии «Обмен»)*;
- внешняя научная деятельность студентов (выездные олимпиады): *«ЭкоДело» – полезное дело (о Центре сохранения биоразнообразия КемГУ)*;
- учреждение принимает гостей, проводит мероприятия, организованные гостями: *Представители японского угольного энергетического центра встретились с руководством КемГУ и НОЦ «Кузбасс»*;
- образовательное учреждение проводит свои мероприятия: *Учитель учителей; «Красная гвоздика» – отряд всех поколений*.

«Особое значение в газете имеют ее рубрики. Именно они позволяют сформировать основу содержательно-тематической модели издания, определить важнейшие тематические направления его публикаций. Рубрики облегчают и разработку композиционной модели газеты, определение ее структуры и построение каждого номера. Поэтому для обеспечения процесса планомерной подготовки выпуска газеты необходимо сформировать систему рубрик газеты» [31].

[3] Статус. *Толковый словарь русского языка*. Режим доступа: http://www.vedu.ru/expdic/33745/ (дата обращения: 16.11.2021).

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-29-39

В анализируемом студенческой газете «Статус-ВО!» существует собственная система рубрик, отличающая газету от других корпоративных изданий. Рубрикация, тематизируя и индивидуализируя информацию, во-первых, отражает основные интересы студентов, во-вторых, формирует коммуникативные и корпоративные ценности. Выделяются ***постоянные рубрики***, те, которые появляются в каждом номере и являются его основой: *«КемГУ в лицах»*, *«Событие месяца»*, *«Спортивный олимп»*, *«Студенческая среда»*. Это в основном рубрики новостных полос (1–3). ***Спорадические (непостоянные) рубрики***: *«Фестивали»*, *«Конкурс»*, *«Родная природа»*, *«Обсудим»*, *«Любимая реклама»*, *«Имеем право»*, *«Дебаты»*, *«Срочно в номер»* – это рубрики для отдельных публикаций, привязанных к определенному важному для КемГУ событию.

Таким образом, формально-содержательная модель студенческой газеты, представленная через его название, постоянные и спорадические рубрики, жанровую палитру медиатекстов, становится инструментом формирования внутривузовской коммуникативной и корпоративной культуры, в основе которой, с одной стороны, опора на традиции, с другой – творческое начало.

Корпоративное телевидение университета

В условиях цифровизации образовательного процесса студенческие аудиовизуальные СМИ являются эффективным элементом формирования внутрикорпоративной культуры вуза. Наряду с традиционным для многих образовательных учреждений форматом печатного студенческого издания университетское телевидение очевидно работает как на консолидацию внутренней аудитории (студентов, преподавателей, сотрудников), так и на привлечение внешней (абитуриентов, организаций-партнеров).

В КемГУ подобным символическим объектом является информационная телепрограмма «Перемены». Ее возникновение было связано с потребностью создания практической площадки, на которой студенты направления *Журналистика* могли отрабатывать определенные этапы производства (организационный, технический, творческий). При этом образовательный потенциал данной проектной работы стал продуктивной основой формирования ее символического капитала. Концепция программы заключается в освещении событий из сферы образования, науки, творчества, спорта, которые происходят в КемГУ или так или иначе затрагивают интересы вуза, шире – сферу интересов студенчества. Рассказ о людях – студентах, преподавателях, сотрудниках университета, также демонстрирует определенный круг внутрикорпоративных ценностей (достижения студентов, профессионализм педагогов КемГУ).

Конструирование производственного процесса (телевизионная редакция с очерченными функциями выпускающего редактора, операторов, монтажеров, корреспондентов, ведущих) символически решает задачу профессиональной инициации студентов в телевизионщиков – группу с условно особым профессиональным статусом, возникающим за счет получения дополнительных умений и навыков. Символический капитал подчеркивает то, что каждый учебный год над производством программы работает новая группа обучающихся. Это позволяет проводить определенную связующую нить между поколениями студентов-журналистов. С одной стороны, сохраняется телевизионный формат, с другой – он регулярно обновляется, создавая баланс между традициями и новациями, значимыми для института и вуза.

Символическим является название анализируемой программы. Во-первых, это указание на время выхода – *на переменах, между занятиями* (отражается в завершающей фразе ведущих – *увидимся на переменах*). Во-вторых, программа рассказывает о *переменах, изменениях, которые происходят в разных сферах жизни вуза*. Закрепляют впечатление символического объекта «Перемен» элементы брендирования – логотип, музыкальная заставка, дизайн титров.

Телепрограмма осуществляет образовательную функцию, поэтому в рамках ее производства студенты осваивают навыки создания информационных телевизионных жанров: информационного сюжета, короткого информационного сообщения (видеоинформации). В фокусе внимания – события, которые произошли в вузе (*спартакиада первокурсников*); инновации (*открытие Центра компьютерного инжиниринга*); традиции (*юбилеи институтов*); темы, интересные студенческой аудитории (*как живут студенческие семьи?*); студенты (*победитель Всероссийской олимпиады по журналистике*); варианты их самореализации (*волонтерская деятельность*); преподаватели. В совокупности все это отражает разнообразную и динамичную палитру жизни университета. Как правило, информационную составляющую дополняет развлекательная подача, поэтому в сюжетах используется музыкальная подложка, вставки из мультфильмов и кинофильмов, элементы инфографики. Выпуски программы отличает позитивный характер; критически-оценочный встречается реже, что объясняется как концепцией программы, так и сложностью разработки проблемной тематики для студентов.

Таким образом, телевизионная программа «Перемены» демонстрирует формирование профессиональных навыков студентов (программа неоднократно становилась призером всероссийских студенческих телевизионных конкурсов), одновременно решая задачи позиционирования вуза в информационном пространстве как креативной образовательной институции, подчеркивая его статус в региональном образовательном пространстве, привлекая потенциальных абитуриентов и иных заинтересованных в сотрудничестве лиц.

Заключение

Общеизвестно, что культура жизнеспособна лишь в случае сопряжения векторов прошлого (традиции) и будущего (новаторства), поэтому представляется важным в эпоху интенсивного изменения корпоративной культуры

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-29-39

российских вузов не столько переформатирование, сколько развитие сложившихся систем. Как показывает анализ семиотики студенческой культуры, традиционные формы включения новых субъектов в корпоративную культуру, наполняемые обновленным содержанием, оказываются наиболее эффективными. Так, исследование Е. А. Морозовой и А. В. Сухачевой, посвященное восприятию и оцениванию студентами и преподавателями КемГУ корпоративной культуры вуза, показало, что ощущение драматизма перемен менее присуще студенчеству, нежели профессорско-преподавательскому составу; более того, сам уровень сформированности этой культуры студентами оценивается выше [23]. Это объясняется не только возрастными особенностями, но и семиотическими структурами, обеспечивающими самоидентификацию и самореализацию разных групп корпоративной культуры. В организации студенческой жизни сочетание преемственности и новаций реализовано более гармонично, нежели в профессорско-преподавательской среде, находящейся в состоянии оптимизации, что нарушает баланс между векторами традиций и новаторства и тем самым препятствует более успешному обновлению корпоративной культуры на этом уровне взаимодействия.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.
Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

Финансирование: Исследование выполнено при поддержке внутривузовского научного гранта Кемеровского государственного университета (тема проекта: «Семиотика корпоративной культуры Кемеровского государственного университета»).
Funding: The research was supported by the Kemerovo State University, Project "Semiotics of Corporate Culture of Kemerovo State University".

Литература / References

1. Лейкина Я. В. Архитектура корпоративной культуры. *Управление корпоративной культурой*. 2009. № 4. С. 258–265.
   Leikina Ia. V. Architecture of corporate culture. *Upravlenie korporativnoi kulturoi*, 2009, (4): 258–265. (In Russ.)
2. Шарков Ф. И. Имидж фирмы: технологии управления. М.: Академический Проект, 2006. 272 с.
   Sharkov F. I. *The image of the company management technology*. Moscow: Akademicheskii Proekt, 2006, 272. (In Russ.)
3. Воронин Б. А., Журавлева Л. А., Зарубина Е. В., Емельянова С. И. Ценностные основания корпоративной культуры аграрного университета. *Аграрный вестник Урала*. 2019. № 6. С. 54–58. https://doi.org/10.32417/article_5d47f80c535578.12948212
   Voronin B. A., Zhuravleva L. A., Zarubina E. V., Emelyanova S. I. Value based of corporate culture of Agrarian university. *Agrarian Bulletin of the Urals*, 2019, (6): 54–58. (In Russ.) https://doi.org/10.32417/article_5d47f80c535578.12948212
4. Морозова Е. А., Сухачева А. В. Пути совершенствования корпоративной культуры организации. *Теория и практика общественного развития*. 2012. № 3. С. 268–271.
   Morozova E. A., Sukhacheva A. V. The means of improving the corporate culture of an organization. *Theory and Practice of Social Development*, 2012, (3): 268–271. (In Russ.)
5. Белова Л. И. Корпоративная культура российского университета как объект социокультурного анализа (на примере Южно-Уральского государственного университета): автореф. дис. … канд. культурологии. Челябинск, 2009. 26 с.
   Belova L. I. *Corporate culture of the Russian University as an object of sociocultural analysis: the case of the South Ural State University*. Cand. Culturology Sci. Diss. Abstr. Chelyabinsk, 2009, 26. (In Russ.)
6. Глаголева А. В., Земская Ю. Н., Кузнецова Е. А. От корпоративной культуры вуза до корпоративной культуры глобального университета на примере РУДН. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика*. 2021. Т. 29. № 1. С. 64–75. http://dx.doi.org/10.22363/2313-2329-2021-29-1-64-75
   Glagoleva A. V., Zemskaya Yu. N., Kuznetsova E. A. From the corporate culture of national university to the global university: the case of the RUDN University. *RUDN Journal of Economics*, 2021, 29(1): 64–75. (In Russ.) http://dx.doi.org/10.22363/2313-2329-2021-29-1-64-75
7. Капитонов Э. А., Зинченко Г. П., Капитонов А. Э. Корпоративная культура: теория и практика. М.: Альфа-Пресс, 2005. 352 с.
   Kapitonov E. A., Zinchenko G. P., Kapitonov A. E. *Corporate culture: theory and practice*. Moscow: Alfa-Press, 2005, 352. (In Russ.)
8. Аванесов С. С. Университет и формирование урбанистической реальности. Праксема. *Проблемы визуальной семиотики*. 2019. № 3. С. 268–276. https://doi.org/10.23951/2312-7899-2019-3-268-276
   Avanesov S. S. University and formation of urban reality. Praxema. *Journal of Visual Semiotics*, 2019, (3): 268–276. (In Russ.) https://doi.org/10.23951/2312-7899-2019-3-268-276

9. Titarenko L. G., Zaslavskaya M. I., Avetisyan P. S. Academic and corporate cultures in modern university (a case study of Armenia and Belarus). *Wisdom*, 2019, 12(1): 49–61. https://doi.org/10.24234/wisdom.v12i1.241
10. Чернякова Н. С. Визуальный облик университета как воплощение ценностно-смыслового потенциала общества. *Визуальная антропология – 2019. Город-университет: жизненное пространство и визуальная среда*: мат-лы III Междунар. науч. конф. (Великий Новгород, 28–30 августа 2019 г.) Великий Новгород: НовГУ, 2020. С. 522–528. https://doi.org/10.34680/visant-2020-522-528
Chernyakova N. S. Visual image of university as embodiment of society's value potential. *Visual anthropology – 2019. City-university: living space and visual environment*: Proc. III Intern. Sci. Conf., Veliky Novgorod, 28–30 Aug 2019. Veliky Novgorod: NovSU, 2020, 522–528. (In Russ.) https://doi.org/10.34680/visant-2020-522-528
11. Морозова Е. А., Сухачева А. В. Диагностика и развитие корпоративной культуры факультета вуза. *Фундаментальные исследования*. 2013. № 8-6. С. 1450–1454.
Morozova E. A., Sukhacheva A. V. Diagnostics and development of corporate culture of university faculty. *Fundamentalnye issledovaniia*, 2013, (8-6): 1450–1454. (In Russ.)
12. Беляев А. В. Корпоративная культура университета: от теории к практике. *Высшее образование в России*. 2007. № 11. С. 62–65.
Belyaev A. V. Corporate culture of the university: from theory to practice. *Vysshee obrazovanie v Rossii*, 2007, (11): 62–65. (In Russ.)
13. Петрова Г. И. Современный университет как корпорация: новая роль традиционной корпоративности. *Университетское управление: практика и анализ*. 2018. Т. 22. № 2. С. 25–33. https://doi.org/10.15826/umpa.2018.02.013
Petrova G. I. Modern university as a corporation: a new role for traditional corporatism. *University Management: Practice and Analysis*, 2018, 22(2): 25–33. (In Russ.) https://doi.org/10.15826/umpa.2018.02.013
14. Петрова Г. И. «Дух информационализма» – ответ корпоративной культуры университета на вызовы времени. *Университетское управление: практика и анализ*. 2017. Т. 21. № 2. С. 86–91. https://doi.org/10.15826/umpa.2017.02.023
Petrova G. I. "Spirit of informatsionalizm" – the response of the university corporate culture to the challenges of the modernity. *University Management: Practice and Analysis,* 2017, 21(2): 86–91. (In Russ.) https://doi.org/10.15826/umpa.2017.02.023
15. Шкунова А. А., Прохорова М. П. Корпоративная культура образовательной организации: требования и тенденции. *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. 2018. № 5. С. 178–181.
Shkunova A. A., Prokhorova M. P. Corporate culture of educational organization: requirements and trends. *Innovatsionnaia ekonomika: perspektivy razvitiia i sovershenstvovaniia*, 2018, (5): 178–181. (In Russ.)
16. Сероштан М. В., Кетова Н. П. Современные российские университеты: позиционирование, тренды развития, возможности наращивания конкурентных преимуществ. *Высшее образование в России*. 2020. Т. 29. № 2. С. 27–40. https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-29-2-27-40
Seroshtan M. V., Ketova N. P. Modern Russian universities: positioning, development trends, potential to enhance competitive advantages. *Vysshee obrazovanie v Rossii*, 2020, 29(2): 27–40. (In Russ.) https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-29-2-27-40
17. Чернышева Т. Л. Специфика корпоративной культуры опорного университета. *Сервис plus*. 2018. Т. 12. № 1. С. 108–122. https://doi.org/10.22412/1993-7768-12-1-11
Chernysheva T. L. Particularities of organizational culture of a flagship university. *Service plus*, 2018, 12(1): 108–122. (In Russ.) https://doi.org/10.22412/1993-7768-12-1-11
18. Федоров В. М. Локальные субкультуры в организационной среде опорного университета. *Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент»*. 2017. Т. 11. № 2. С. 135–140. https://doi.org/10.14529/em170220
Fedorov V. M. Local subcultures in the organizational environment of a flagship university. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2017, 11(2): 135–140. (In Russ.) https://doi.org/10.14529/em170220
19. Суховерова Д. В. Корпоративная культура российских университетов в рамках проекта «5-100». *Коммуникология: электронный научный журнал.* 2017. Т. 2. № 4. С. 45–52.
Sukhoverova D. V. Corporate culture of Russian universities under the project "5-100". *Communicology: the online scientific journal,* 2017, 2(4): 45–52. (In Russ.)
20. Ванюшкина В. В. Методологическая платформа формирования социально-этического бренда вуза. *Вестник РГЭУ (РИНХ)*. 2015. № 4. С. 17–22.
Vanyushkina V. V. Methodological platform formation of social and ethical brand of high school. V*estnik of RSUE (RINH)*, 2015, (4): 17–22. (In Russ.)

21. Panda A., Gupta R. K. Understanding organizational culture: a perspective on roles for leaders. *Vikalpa*, 2001, 26(4): 3–19. https://doi.org/10.1177/0256090920010402
22. Шелестюк Е. В. Этос как составная часть корпоративной культуры (на примере учебных заведений Великобритании). *Язык и культура*. 2016. № 2. С. 106–119. https://doi.org/10.17223/19996195/34/9
Shelestyuk E. V. Ethos as a part of corporate culture (case study of educational institutions of Great Britain). *Yazyk i kul'tura*, 2016, (2): 106–119. (In Russ.) https://doi.org/10.17223/19996195/34/9
23. Морозова Е. А., Сухачева А. В. Корпоративная культура в вузе: взгляд работников и студентов. *Вестник Кемеровского государственного университета.* 2014. № 4-1. С. 115–122.
Morozova E. A., Sukhacheva A. V. Corporate culture in a higher education institution: the opinion of educators and students. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, (4-1): 115–122. (In Russ.)
24. Мадлевская Е. Л. «Халява у каждого одна на всю жизнь». *Живая старина*. 1998. № 2. С. 33–34.
Madlevskaia E. L. Each student has their own "Halyava". *Zhivaia starina*, 1998, (2): 33–34. (In Russ.)
25. Лис Т. В., Разумова И. А. Студенческий экзаменационный фольклор. *Живая старина*. 2000. № 4. С. 31–33.
Lis T. V., Razumova I. A. Student examination folklore. *Zhivaia starina*, 2000, (4): 31–33. (In Russ.)
26. Климова С. М., Мартынова Г. В., Мусолов В. Н. Студенческие поверья и обряды: социологические и культурологические аспекты. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2009. № 5. С. 180–196.
Klimova S. M., Martynova G. V., Musolov V. N. Student beliefs and rituals: sociological and culturological aspects. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2009, (5): 180–196. (In Russ.)
27. Ситнова А. А. Вербальное творчество студенческого сообщества: характер и типы связей с традиционной и массовой культурой: автореф. дис. … канд. филол. наук. Ульяновск, 2009. 18 с.
Sitnova A. A. *Verbal creativity of the student community: nature and types of connections with traditional and mass culture*. Cand. Philol. Sci. Diss. Abstr. Ulyanovsk, 2009, 18. (In Russ.)
28. Афанасьева Э. М. «Магия экзамена»: мифологические действия и представления в студенческой среде. *Проблемы обеспечения качества университетского образования:* мат-лы XXV Всерос. науч.-метод. конф. (Кемерово, 3–4 февраля 2004 г.) Кемерово: ЮНИТИ, 2004. С. 136–138.
Afanaseva E. M. "Exam magic": mythological actions and representations in the student environment. *Problems of university education quality*: Proc. XXV All-Russian Sci.-Method. Conf., Kemerovo, 3–4 Feb 2004. Kemerovo: IuNITI, 2004, 136–138. (In Russ.)
29. Витковская Н. Г. Современные модели корпоративных изданий образовательных организаций (на примере вузовской периодики Самарской области). *Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева*. 2018. Т. 1. № 4. С. 171–179.
Vitkovskaya N. G. Modern models of corporate editions of educational organizations (on the example of the university periodic of the Samara region). *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva*, 2018, 1(4): 171–179. (In Russ.)
30. Градюшко А. А., Ивченков В. И., Свороб А. К. Студенческая печать в системе СМИ. *Студенческая печать: проблематика, дизайн, язык и стиль*, под ред. А. А. Градюшко. Мн.: БГУ, 2007. С. 7–12.
Hradziushka A. A., Ivchenkov V. I., Svorob A. K. Student media in the media system. *Student seal: problems, design, language, and style*, ed. Hradziushka A. A. Minsk: BSU, 2007, 7–12. (In Russ.)
31. Гуревич С. М. Система рубрик в газете. *Газета: вчера, сегодня, завтра*. М.: Аспект Пресс, 2004. Ч. III. Номер газеты. Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text10/05.htm (дата обращения: 16.11.2021).
Gurevich S. M. The system of newspaper headlines. *Newspaper yesterday, today, and tomorrow*. Moscow: Aspekt Press, 2004, pt. 3. Available at: http://evartist.narod.ru/text10/05.htm (accessed 16 Nov 2021). (In Russ.)

ВЕСТНИК
КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

оригинальная статья

Академическая мобильность как инструмент международного коммуникативного взаимодействия вузов

Квасова Юлия Андреевна
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия, г. Санкт-Петербург
https://orcid.org/0000-0002-3763-706X
yuliyakvasova@mail.ru

Леонтьева Вероника Леонидовна
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия, г. Санкт-Петербург

Пулькина Виктория Алексеевна
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия, г. Санкт-Петербург

Поступила в редакцию 20.09.2021. Принята после рецензирования 21.01.2022. Принята в печать 07.02.2022.

Аннотация: Статья посвящена анализу влияния академической мобильности на установку и поддержание международного коммуникативного взаимодействия вузов, а также стран. Цель – выявить роль академической мобильности в PR-деятельности высшего учебного заведения на международном уровне. Для теоретической части исследования был использован метод контент-анализа отечественной и зарубежной научной литературы, для эмпирической части – метод проблемных интервью с применением онлайн-анкетирования студентов – участников программ международных студенческих обменов разных вузов. Авторы рассматривают понятие *PR-технология* и специфику PR-деятельности в высших учебных заведениях. Описываются наиболее распространенные технологии PR-сопровождения деятельности вузов. Академическая мобильность выделяется как одна из эффективных PR-технологий высших учебных заведений, субъектами которой могут выступать студенты и профессорско-преподавательский состав. Приводится классификация видов академической мобильности; особое внимание уделяется международной академической мобильности как процессу, обеспечивающему международное коммуникативное взаимодействие. Рассматриваются особенности международной академической мобильности, ее влияние на восприятие учебного заведения на международной арене, а также воздействие на статус государства в геополитической, экономической и общественной сферах.
Ключевые слова: академическая мобильность, виды академической мобильности, международная академическая мобильность, виртуальная академическая мобильность, международное взаимодействие, высшие учебные заведения, иностранные студенты, PR-технология

Цитирование: Квасова Ю. А., Леонтьева В. Л., Пулькина В. А. Академическая мобильность как инструмент международного коммуникативного взаимодействия вузов. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 40–49. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-40-49

original article

Academic Mobility as an Instrument of International Communicative Cooperation

Yulia A. Kvasova
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia, Saint-Petersburg
https://orcid.org/0000-0002-3763-706X
yuliyakvasova@mail.ru

Veronika L. Leontyeva
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia, Saint-Petersburg

Viktoria A. Pulkina
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia, Saint-Petersburg

Received 20 Sep 2021. Accepted after peer review 21 Jan 2022. Accepted for publication 7 Feb 2022.

Abstract: The present research featured the effect of academic mobility on international communicative interaction. The objective was to identify the role of international academic mobility in the PR activities of universities. The study relied on the method of content analysis of domestic and foreign scientific publications. The authors used the method of problem interviews to develop an online questionnaire for students involved in international student exchange programs. The authors described the term of *PR-technology*, as well as the most popular PR activities and types of international academic mobility in higher education institutions. Academic mobility proved to be one of the most effective PR-technologies of higher

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

education institutions. The article introduces a classification of international academic mobility as a process that provides international communicative interaction. International academic mobility proved to have a significant impact on the image of universities and their students in the international arena, as well as on the status of the country in geopolitical, economic, and civil areas.
Keywords: academic mobility, types of academic mobility, international academic mobility, virtual academic mobility, international cooperation, higher education institutions, international students, PR-technology

Citation: Kvasova Yu. A., Leontyeva V. L., Pulkina V. A. Academic Mobility as an Instrument of International Communicative Cooperation. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 40–49. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-40-49

Введение

В настоящее время в науке и образовании проходят процессы глобализации и интернационализации, что обусловлено потребностью в высококвалифицированных кадрах, способных осуществлять международную коммуникацию с иностранными сотрудниками, а также перенимать их опыт и делиться своим. Академическая мобильность, выступающая в качестве PR-технологии, является одним из способов реализации данной тенденции. Студенты, преподаватели и научные специалисты, обучаясь или стажируясь за границей, представляют свое учебное заведение или научное учреждение на международной арене и получают информацию о зарубежных учебных заведениях и организациях. Более того, участники обмена как представители определенного государства и культуры являются носителями национальных и культурных особенностей, определенных взглядов, которыми они обмениваются с другими участниками. Поэтому вполне закономерно, что данный процесс выполняет функцию PR-технологии не только для учебного заведения, но и для государства в целом.

Важным аспектом изучения вопроса является понятие *PR* и его роль в деятельности высших учебных заведений. В статье анализируется понятие *академическая мобильность*, которая рассматривается как инструмент PR-деятельности вузов; приводится ее классификация. Особое внимание уделяется понятию *международная академическая мобильность* и специфике проведения ее у студентов.

Методы и материалы

С целью выявления роли академической мобильности в PR-деятельности вуза на международном уровне проведен контент-анализ отечественной и зарубежной научной литературы по темам PR-технология, академическая мобильность и PR-сопровождение высших учебных учреждений. Нами рассмотрены и приведены статистические данные ЮНЕСКО[1] и Study in Russia[2], которые демонстрируют наиболее частые географические направления академической мобильности российских и иностранных студентов. С опорой на данные NAFSA[3] – некоммерческой ассоциации, посвященной международному образованию и обмену, – описан вклад академической мобильности в экономическую сферу жизни государств.

Эмпирические данные получены нами путем проведения проблемных интервью посредством онлайн-анкетирования студентов, принявших участие в программах международных студенческих обменов разных вузов. Интервью были направлены на выявление степени участия университетов в жизни студентов во время подачи документов на программы, в период осуществления обменов и по возвращению в первоначальное место обучения. Структура интервью состояла из закрытых и нескольких открытых вопросов.

Обзор литературы

В условиях современной экономики каждой организации необходимо воздействовать на свою целевую аудиторию для того, чтобы эффективно функционировать и достигать максимальной выгоды. С этой целью высшие учебные заведения применяют целый комплекс маркетинговых коммуникаций, включающий в себя рекламу, PR, прямые продажи, специальные события, интернет-маркетинг, паблисити и т. д. Связи с общественностью или public relations обеспечивают учреждения инструментами для эффективной реализации маркетинговой стратегии. Согласно оценке македонских исследователей, связи с общественностью на 57 % влияют на выбор учебного заведения студентами [1, с. 156]. Под связями с общественностью подразумевается постоянная и последовательная деятельность по осуществлению информационной кооперации, за счет которой достигается взаимопонимание между организацией и общественностью [2]. Организации при помощи

[1] Global Flow of Tertiary-Level Students. *UNESCO*. Режим доступа: http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow (дата обращения: 17.10.2021).

[2] Рекордное количество иностранных студентов выбрали Россию в 2020 году. *Study in Russia*. 25.02.2021. Режим доступа: https://studyinrussia.ru/actual/articles/rekordnoe-kolichestvo-inostrannykh-studentov-vybrali-rossiyu-v-2020-godu/ (дата обращения: 17.10.2021).

[3] New NAFSA Data: Despite Stagnant Enrollment, International Students Contribute Nearly $41 Billion to the U.S. Economy. *NAFSA*. 18.11.2019. Режим доступа: https://www.nafsa.org/about/about-nafsa/new-nafsa-data-despite-stagnant-enrollment (дата обращения: 17.10.2021).

PR-деятельности формируют свой положительный образ в глазах общественности. На имидж учреждения влияет ряд внешних факторов: ситуации, события, конкуренты, потребители и т. д. Поэтому легче предупредить спонтанное формирование нежелательного для компании образа, чем бороться с ним в дальнейшем [3, с. 106]. Из имиджа складывается репутация организации и лояльность потенциальной аудитории [4, с. 204].

Деятельность по связям с общественностью включает:

1) взаимодействие с аудиторией, осуществление процесса двусторонней коммуникации;
2) взаимовлияние двух сторон PR-коммуникации;
3) осуществление продвижения между компанией и общественностью с помощью стороны-посредника.

Образовательная деятельность не является исключением. Высшие учебные заведения как бренды тоже нуждаются в осуществлении маркетинговой деятельности, которая заключается в том числе и в PR-сопровождении [5, с. 265]. Значимость PR-кампаний для вузов обусловлена несколькими факторами:

1) высокой конкурентностью рынка с появлением альтернативных возможностей получения знаний и практического опыта, обуславливающей необходимость активного привлечения студентов;
2) потребностью поддержания репутации учреждения, позволяющей оказывать влияние на общественное мнение и на процесс принятия решений [2].

И. А. Ильина, А. Н. Приходько и Т. Р. Тэор подчеркивают, что при разработке коммуникационной стратегии образовательного учреждения следует обращаться к инструментам рекламы и PR [6, с. 151]. PR-технологии в образовательной сфере обеспечивают и поддерживают общение, слаженность и совместную деятельность организации (образовательного учреждения) и общества в целом [2].

Термин *PR-технология* довольно распространен в научной среде. Д. П. Гавра определяет PR-технологию как социально-коммуникативную технологию, позволяющую осуществлять контроль над внешними и внутренними коммуникациями субъекта PR-деятельности с целевыми аудиториями через средства PR [7, с. 10]. Субъектом являются инициаторы процесса коммуникации: агентства, PR-специалисты, пресс-центры и их работники. Объектом выступают те, на кого направлена коммуникация: целевые аудитории, широкая общественность, СМИ.

Чаще всего в образовательных учреждениях используются следующие PR-технологии: дни открытых дверей, форумы, конференции, фестивали, встречи, онлайн-встречи, выставки, лектории с участием известных спикеров. Создаются отдельные внутриорганизационные объединения и комитеты: студенческие собрания, кружки и клубы по интересам. Для высшего учебного заведения важно поддерживать международные связи и не забывать о возможных потребителях образовательных услуг из-за рубежа. Поэтому вузам надлежит разделять PR-деятельность на региональную, федеральную и международную.

По данным колумбийских исследователей, репутация вуза расценивается как один из главных критериев выбора места обучения (10,6 % у абитуриентов, 24 % у студентов). При этом наличие в вузах программ мобильности в 4 % случаев определяет выбор университета потенциальными студентами и является немаловажным критерием восприятия учебного заведения уже зачисленными обучающимися [8]. Поэтому отдельно нами будет рассмотрена такая PR-технология вуза, как академическая мобильность, приобретающая популярность в связи с глобализацией и интернационализацией высшего образования.

Большинство респондентов связывают интернационализацию с развитием профессорско-преподавательского состава (ППС) и студентов, привлечением иностранных обучающихся, проведением партнерских программ между вузами за счет преподавательского сотрудничества [9, с. 423]. С. В. Рязанцев, Т. К. Ростовская, В. И. Скоробогатова и В. А. Безвербный отмечают, что понятие *академическая мобильность* не имеет однозначной трактовки в научной литературе. Согласно их определению, академическая мобильность подразумевает не только сам процесс территориального перемещения студентов и ППС с целью получения образования, но и готовность участников обмена к его осуществлению [10, с. 423]. С. И. Григашкина и С. М. Бугрова характеризуют академическую мобильность как организованный процесс перехода обучающихся / работников вуза в другое местное или зарубежное образовательное / научное учреждение для обучения (преподавания / проведения исследований) по своему направлению деятельности с последующим возвращением в первоначальное место обучения / работы [11].

Итак, академическая мобильность – это сложный процесс организованного и ограниченного по времени перемещения студентов, преподавателей или научных работников одного образовательного учреждения в другое с целью получения знаний и обмена опытом, а также их потенциал готовности к совершению этого перемещения. Академическую мобильность классифицируют по различным основаниям:

- *по географическому признаку*: внутрирегиональная, внутригосударственная, международная (входящая и исходящая);
- *по сферам деятельности*: образовательная, с целью повышения квалификации, научная, преподавательская;
- *по продолжительности*: краткосрочная и долгосрочная;
- *по субъекту*: преподавательская и студенческая;
- *по форме проведения*: виртуальная и реальная [10, с. 424; 12, с. 19].

Как отмечалось ранее, участниками академической мобильности вузов могут выступать различные представители высших учебных заведений: студенты и ППС. Основными формами преподавательской академической

мобильности являются проведение лекций, занятий и консультаций, участие в конференциях и семинарах, прохождение стажировок [13]. Студенческая академическая мобильность включает прохождение программ двойного диплома, образовательных практик, стажировок, языковых школ, участие в международных студенческих конкурсах и осуществление научной деятельности [11, с. 3].

Академическая мобильность является важным инструментом осуществления международного взаимодействия. Прочные связи с международными образовательными учреждениями обеспечивают репутационную стабильность и повышают рейтинг учебного заведения, что, несомненно, увеличивает поток абитуриентов и сотрудников, а также финансирование со стороны частных спонсоров и государства. Последние активно поддерживают развитие академической мобильности и интеграцию в международное образовательное пространство, обеспечивают студентов возможностью получить стипендиальные гранты, например, стипендии Президента РФ для обучения за рубежом, стипендиальные программы Европейского Союза [14, с. 120].

Международная академическая мобильность является подвидом академической мобильности и играет важную роль в установлении международных отношений вузов и позиционировании вуза. По Л. Н. Барановой, международная академическая мобильность представляет собой процесс обучения студентов / работы ППС в иностранных образовательных или научных учреждениях [15, с. 29].

По статистическим данным ЮНЕСКО, на 2019 г. наиболее популярными направлениями студенческой международной академической мобильности среди обучающихся из России стали Германия (9646 студентов), Чехия (4372), Великобритания (3640), Франция (2785) и Финляндия (2017). Общее число участников обменов составило 48160[4]. При этом в 2019–2020 гг. количество иностранных студентов в российских университетах составило 315 тыс. (около 8 % от числа студентов в РФ)[5].

Международная академическая мобильность обеспечивает узнаваемость бренда вуза на международной арене. Индекс цитируемости исследователей, принимающих участие в международной академической мобильности, на 20 % выше, чем у тех, кто ни разу не участвовал в программах обмена [16]. Это связано с установлением большого количества профессиональных связей, расширением опыта и поля исследования. Соответственно, цитируемость изданий, в которых публикуются исследования участников обмена, тоже возрастает. Такими изданиями могут стать корпоративные научные журналы принимающего учебного заведения, что, несомненно, благоприятно скажется на развитии научной деятельности университета и его значимости в научной сфере. В Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого публикуются несколько научных изданий, которые принимают статьи как на русском, так и на английском языке, и индексируются в библиографических и реферативных базах данных Scopus и Web of Science[6].

При формировании успешной PR-политики высшего учебного заведения следует брать в расчет, что потребителями образовательных услуг международной академической мобильности являются не только отечественные студенты, преподаватели и научные работники, но и иностранцы. PR-стратегия организации должна содержать адаптацию иностранных участников обмена в российских университетах с учетом специфики государств-партнеров. Неотъемлемо оказание внутренней PR-поддержки: создание отдела по внутренним коммуникациям для осуществления взаимодействия с потенциальными участниками обменов, поддержка и развитие социальной активности участников, организация кампуса с возможностью общения на нескольких языках [17].

Кроме того, академическая мобильность позволяет устанавливать сетевое взаимодействие между вузами-партнерами программ. Такого рода коллаборация вузов позволяет на основе совместного использования ресурсов внедрять инновационные технологии в образовательный процесс. Например, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого проводит программы академической мобильности совместно с более чем 120 учебными заведениями по всему миру, среди которых вузы Австрии, Германии, Франции, Китая, Чехии, Финляндии. Иностранные представители этих вузов зачастую являются участниками международных конференций, которые проводит университет[7].

Однако академическая мобильность является не только PR-технологией для высших учебных заведений, но и «мягкой силой» для продвижения международной политики государств в интересующих их регионах [18, с. 2]. М. Де Мартино отмечает, что академическая мобильность может быть нацелена на изменение геополитической, экономической и общественной политики [19, с. 314]. Результатом изменения геополитики может стать распространение влияния одного государства на другие регионы мира. Вузы напрямую отражают инновационный потенциал страны, что сказывается на восприятии ее в мире [20, с. 136]. Выпускники зарубежных вузов по возвращении на родину распространяют политику стран обучения, а ученые и преподаватели меняют сознание и взгляды своих студентов [10, с. 425].

[4] Global Flow of Tertiary-Level Students…

[5] Рекордное количество иностранных студентов выбрали Россию в 2020 году…

[6] Периодические научные издания СПбПУ. Режим доступа: https://research.spbstu.ru/journals/ (дата обращения: 17.10.2021).

[7] Учиться за границей. Режим доступа: https://www.spbstu.ru/international-cooperation/international-activities/academic-mobility/study-abroad/ (дата обращения: 17.10.2021).

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-40-49

С экономической точки зрения страны проводят образовательные обмены для извлечения финансовых выгод. В ряде государств (США, Канаде, Великобритании, Австралии) одной из важных статей доходов являются образовательные взносы участников международных обменов. Помимо этого, иностранные студенты являются высококвалифицированными специалистами, которые потенциально могут остаться в принимающей их стране. Согласно данным, предоставленным некоммерческой ассоциацией NAFSA, за 2018–2019 учебный год студенты из разных государств, обучающиеся в США, принесли стране 41 млрд долларов[8], что подтверждает ценность иностранного человеческого капитала для экономики страны-реципиента.

Можно рассматривать международную академическую мобильность и как PR-технологию общественной политики государства. Такие программы помогают их участникам понять национальные особенности принимающей страны, менталитет ее жителей, формируют толерантное отношение к другим культурам. Более того, участники обмена совершенствуют коммуникативные навыки в использовании иностранного языка, повышают свою уверенность и осознанность в постановке профессиональных целей [21, с. 103].

Л. Г. Почебут и Е. Д. Степаняк также отмечают положительное влияние обучения в иностранном вузе: формируются межэтническая терпимость, эмпатия и этническая идентичность [22, с. 134]. Норвежские исследователи выделяют взаимодействие в неформальной обстановке, которое сопровождает процесс академической мобильности, как один из факторов социальной интеграции участников [23, с. 5]. Государства налаживают дружественные отношения через коммуникативное взаимодействие представителей своих стран.

По данным опроса, проведенного Л. В. Дериглазовой, большинство респондентов выделяют достижение профессиональных целей как главный мотивирующий фактор участия в обмене. Это и получение новых знаний, и практическое применение ранее полученных. Опрошенные отмечали значимость приобретенного ими профессионального опыта для их дальнейшего карьерного развития. Другими мотивами выступают ориентация на международное профессиональное сотрудничество, желание изучить другие культуры, познакомиться с другими народами [24, с. 146]. Участники данных программ совершенствуют не только профессиональные навыки и умения (hard skills), но и различные личностные навыки, необходимые для дальнейшей успешной деятельности вне зависимости от профессии (soft skills). Например, развивают креативность, учатся адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям, вести переговоры и участвовать в командной работе. Информация о сферах влияния международной академической мобильности систематизирована в таблице.

Результаты

Нами были проведены проблемные интервью со студентами, ранее принимавшими участие в программах мобильности, с целью оценки их опыта участия, а также степени вовлеченности отправляющих и принимающих университетов. По результатам опроса можно сделать вывод, что большая часть студентов узнавала о возможности участия в программах мобильности от преподавателей или других студентов, а также на официальном сайте университета. Это означает, что вузы не используют в полной мере другие технологии PR: социальные сети и email-рассылку (рис. 1).

Табл. Влияние международной академической мобильности на сферы жизни общества
Tab. Effect of international academic mobility on different social spheres

Сфера	Суть влияния	Показатели
Политическая	распространение политического влияния на другие страны	установление дружественных отношений между странами, создание совместных международных проектов, влияние на политику стран
Экономическая	академическая мобильность является одной из статей доходов государств	ценность иностранного человеческого капитала для экономики страны, образовательные взносы участников составляют долю в экономике страны
Социальная	участники формируют терпимое отношение к представителям других стран и культур	участники имеют возможность понять суть особенностей и отличия стран, культуру общения другой страны, менталитет ее жителей, приобрести новые знакомства
Научная	повышение научного потенциала страны, продвижение университетов на международной арене	повышение индекса цитируемости научных изданий и отдельных статей из-за привлечения к научной работе иностранных исследователей, расширение профессиональных связей, возможность привлечения большего числа иностранных студентов в вузы, погружение в научное поле другой страны, приобретение колоссального исследовательского опыта

[8] New NAFSA Data: Despite Stagnant Enrollment, International Students Contribute Nearly $41 Billion to the U.S. Economy…

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-40-49

Цели подачи документов у студентов разнятся, однако преобладающими являются возможность приобщиться к другим культурам, развлечение и отдых. Также многие студенты считают, что программы обмена обеспечивают повышение качества знаний (рис. 2). Препятствием к участию в студенческих обменах в первую очередь является финансовая недоступность многих программ, что может быть объяснимо ценами на перелет, проживание и разницей курса валют (рис. 3).

Опрос показал, что университеты активно содействуют студентам в участии в программах мобильности. Они оперативно предоставляют помощь в оформлении необходимых документов, организуют консультации и встречи с предыдущими участниками обменов, тем самым стараясь облегчить процесс реализации мобильности (рис. 4). Во время обучения за границей многие студенты обнаружили, что качество и стиль преподавания в зарубежных вузах значительно отличается, что в большей степени создавало трудности. Также проблематичными оказались: адаптация к новому месту, формирование круга общения, финансовая сторона, поиск места проживания, недостаточный уровень знания английского языка (рис. 5).

Для вуза-отправителя студенты по обмену выполняют функцию промоутеров, которые могут повысить узнаваемость своего университета за рубежом, а также привлечь новых иностранных участников входящей мобильности. Однако результаты опроса демонстрируют, что учебные учреждения в большинстве своем упускают возможность продвижения себя и своих услуг. Лишь 30 % респондентов имели возможность рассказать в принимающем вузе о вузе-отправителе. Один человек отметил, что ему была выдана атрибутика университета-отправителя для поездки, остальным опрошенным никаких материалов выдано не было, что говорит о низкой подготовленности вузов представлять себя на международной арене. При этом 20 % респондентов утверждают, что интерес к учебным заведениям России присутствовал. Раздача атрибутики или качественная презентация вполне содействовали бы изменению отношений к российским вузам у 80 % студентов, которые не показывали к ним видимый интерес.

Большая часть респондентов подтвердили, что обе стороны академического обмена обращались за получением обратной связи от студентов. Университет-отправитель запрашивал обратную связь об опыте прохождения программы обмена в 90 % случаев; принимающий университет оценивал опыт прохождения программы обмена в 60 % случаев. Это показывает заинтересованность как российских, так и зарубежных вузов в улучшении качества предоставляемого образования.

Данные опроса показывают, что учебные заведения в целом ответственно подходят к реализации программ студенческих обменов. Они сопровождают студентов

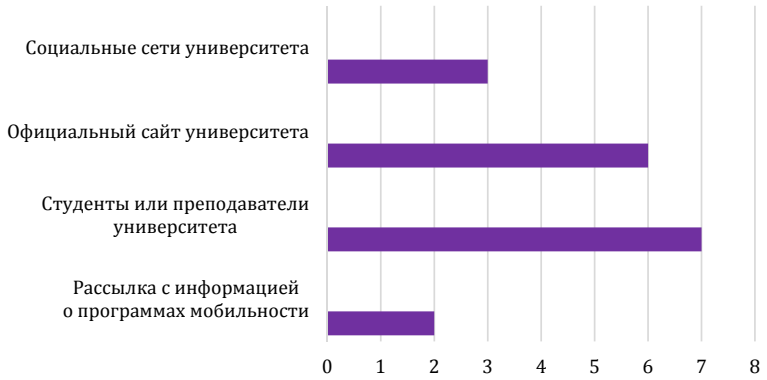

Рис. 1. Источники информации о возможности принять участие в программе международного обмена
Fig. 1. Sources of information about international exchange programs

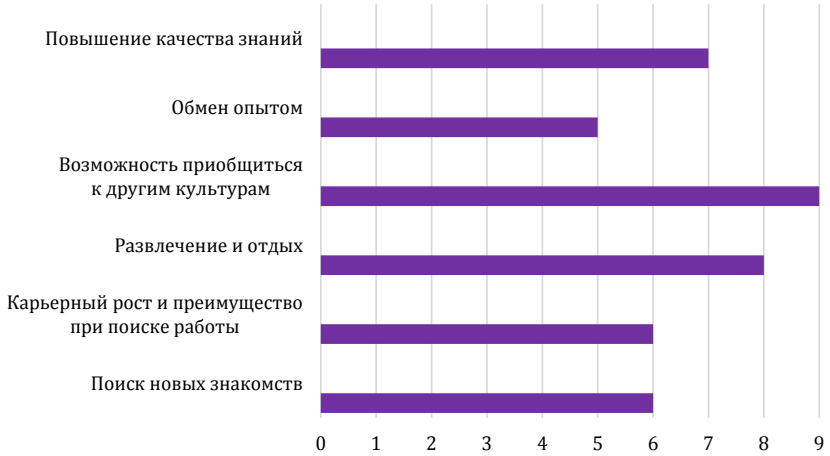

Рис. 2. Цели участия в программе студенческой академической мобильности
Fig. 2. Purposes of student exchange program

Рис. 3. Препятствия для участия в программах академической мобильности
Fig. 3. Obstacles to student exchange programs

Рис. 4. Роль университетов в подготовке респондентов к участию в программах обмена
Fig. 4. The role of respondent universities in preparing students for exchange programs

Рис. 5. Трудности во время участия в программе академической мобильности
Fig. 5. Difficulties that students face during exchange program

от начала сбора необходимых документов до возвращения в страну, однако университеты зачастую упускают ценную возможность продвижения своих услуг среди иностранных студентов и преподавателей, т.к. не предоставляют флаеры, брошюры, визитки, презентации или атрибутику вуза. Несмотря на то, что многие иностранные студенты принимающих университетов не проявляли энтузиазма в изучении программ другого университета самостоятельно, наличие раздаточных материалов могло бы повысить узнаваемость учебного заведения и привлечь целевую аудиторию.

В эпоху цифровизации образования набирает популярность одна из форм академической мобильности – виртуальная академическая мобильность. Данная форма соответствует тенденциям развития современного образования в digital-сфере и значительно облегчает доступ к программам обмена без территориальных перемещений. Международная виртуальная мобильность способствует оперативному межкультурному и международному обмену знаниями и практическим опытом через использование новейших информационно-коммуникационных технологий [25, с. 13]. В условиях пандемии COVID-19 и пост-карантинных мер, когда территориальные перемещения запрещены или осложнены, данный вид академической мобильности позволяет возобновить обмен знаниями и практическим опытом с соблюдением ограничительных мер.

В аспекте PR-деятельности возникновение международной виртуальной академической мобильности стало эффективным инструментом в интернет-поле. Онлайн-доступность и простота использования университетских программ для иностранных студентов и преподавателей способствуют расширению возможностей международной коммуникации и привлечению большего числа участников программ обмена. Это, в свою очередь, повышает узнаваемость учебных заведений в виртуальном сообществе, дает возможность коллаборативного сотрудничества нескольких вузов и развития партнерских отношений между ними.

Основными формами международной виртуальной академической мобильности являются проведение онлайн-школ, онлайн-стажировок, лекций и семинаров в дистанционном формате, создание отдельных электронных платформ для эффективного обучения и взаимодействия. Многие университеты практикуют смешанную или гибридную форму обучения. Студенты могут посещать несколько занятий в неделю, а остальное время уделять самообразованию с возможностью консультаций у тьюторов. Такая форма обучения способствует развитию самостоятельности у обучающихся, при этом не исключается приобретение необходимых практических навыков в ходе очных занятий с преподавателями. Гибридная форма обучения приобрела особую популярность с приходом пандемии COVID-19, внесшей значительные коррективы в образовательный процесс.

Заключение

PR-деятельность необходима не только коммерческим организациям, но и коммерческо-социальному институту высшего образования. Присутствие в информационном поле, положительная репутация и лояльная аудитория – результат грамотной PR-политики учреждения.

Академическая мобильность оказывает эффективное влияние на общественное мнение, т.к. ее участниками и спонсорами выступают стейкхолдеры учреждений высшего образования: абитуриенты, студенты, ППС, научные работники, вузы-партнеры, государства. Организация вузами программ международной академической мобильности не только повышает их узнаваемость и рейтинг на мировой арене, но и способствует развитию международных связей с зарубежными вузами, укреплению политических отношений стран. Академическая мобильность может быть рассмотрена с двух сторон: как последствие глобализации образования и как инструмент отстаивания экономических и геополитических интересов государств.

Вузам необходимо оптимально использовать академическую мобильность как технологию установления доверительных отношений не только в своей стране, но и с международными целевыми аудиториями (например, путем привлечения потенциальных иностранных абитуриентов, участников программ обменов и других образовательных проектов, ППС). Учебные заведения активно поддерживают связь со студентами – участниками обменов, помогают им в оформлении документов, устраивают вебинары и встречи с другими студентами, просят предоставить обратную связь о качестве пройденной программы. Роль международной академической мобильности в установлении контактов осознают и сами государства, поэтому существуют различные правительственные стипендиальные программы и гранты для стимулирования данного процесса.

В эпоху цифровизации необходимо искать новые пути осуществления процесса обмена. Популярность набирает виртуальная академическая мобильность, которая позволяет принимать участие в международной образовательной деятельности без территориальных перемещений. Данная тенденция положительно сказывается на репутации высших учебных заведений, т.к. с ее помощью расширяется целевая аудитория вуза.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.
Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

Литература / References

1. Veseli-Kurtishi T., Veseli N. Effects of promotion techniques at higher education institutions: the case of the Republic of Macedonia. *Proc. of the ENTRENOVA*, Dubrovnik, 7–9 Sep 2017. Zagreb: IRENET, 2017, vol. 3, 154–157.
2. Ларионова Д. С. Специфика PR-технологий в образовательной сфере. *Гуманитарное образование в экономическом вузе*: мат-лы IV Междунар. науч.-практ. заоч. интернет-конф. (1–10 ноября 2015 г.) М.: РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2015. Режим доступа: http://sdo.rea.ru/cde/Conference/20/file.php?fileId=69 (дата обращения: 16.10.2021).
Larionova D. S. Specification of PR-technologies in education. *Teaching Humanities at Economic University*: Proc. IV Intern. Sci.-Prac. Correspondence Internet-Conf., 1–10 Nov 2015. Moscow: PRUE, 2015. Available at: http://sdo.rea.ru/cde/Conference/20/file.php?fileId=69 (accessed 16 Oct 2021). (In Russ.)
3. Бюллер Е. А., Тлехурай-Берзегова Л. Т. Роль связей с общественностью в коммуникационном обеспечении реформ высшего образования. *Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Экономика*. 2017. № 3. С. 105–109.
Buller E. A., Tlekhurai-Berzegova L. T. The role of public relations in the communicative support of higher education reforms. *Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Economics*, 2017, (3): 105–109. (In Russ.)
4. Назарова О. Г., Мацаева А. М. Особенности связей с общественностью в современных маркетинговых коммуникациях. *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2020. № 6. С. 204–207. https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10560
Nazarova O. G., Matsaeva A. M. Peculiarities of public relations in modern marketing communications. *Ekonomika i biznes: teoriia i praktika*, 2020, (6): 204–207. (In Russ.) https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10560
5. Воронкова И. Е. Рекламная и pr-деятельность в образовательных учреждениях. *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. 2017. № 5 С. 265–267.
Voronkova I. E. Advertising and PR-activity in educational institutions. *Obrazovanie i nauka bez granits: fundamentalnye i prikladnye issledovaniia*, 2017, (5): 265–267. (In Russ.)
6. Ильина И. А., Приходько А. Н., Тэор Т. Р. Роль PR и рекламы в повышении конкурентоспособности высшего учебного заведения. *Новые технологии оценки качества образования*: мат-лы XII Форума экспертов в сфере профессионального образования. (Москва, 18 ноября 2017 г.) М.: Гильдия экспертов в сфере проф. обр., 2017. С. 150–155.
Ilina I. A., Prikhodko A. N., Teor T. R. The role of PR and advertising in increasing the competitiveness of higher education institutions. *New technologies of education quality assessment*: Proc. XII Forum of the Guild of Experts, Moscow, 18 Nov 2017. Moscow: Guild of Experts in the Sphere of Professional Education, 2017, 150–155. (In Russ.)
7. Гавра Д. П. Социально-коммуникативные технологии: сегодня и завтра. *PR диалог*. 2019. № 2/3. С. 10–13.
Gavra D. P. Social and communication technologies: today and tomorrow. *PR dialog*, 2019, (2/3): 10–13. (In Russ.)
8. Cristancho G. J., Cancino Gómez Y. A., Palacios Rozo J. J., Manjarrez Leytón C. I. Brand positioning as a factor in the choice of the candidate for higher education. *Revista Espacios*, 2019, 40(41). Available at: https://www.revistaespacios.com/a19v40n41/19404112.html (accessed 18 Oct 2021).
9. Castro P., Woodin J., Lundgren U., Byram M. Student mobility and internationalisation in higher education: perspectives from practitioners. *Language and Intercultural Communication*, 2016, (3): 418–436. https://doi.org/10.1080/14708477.2016.1168052
10. Рязанцев С. В., Ростовская Т. К., Скоробогатова В. И., Безвербный В. А. Международная академическая мобильность в России: тенденции, виды, государственное стимулирование. *Экономика региона*. 2019. Т. 15. № 2. С. 420–435. https://doi.org/10.17059/2019-2-9
Ryazantsev S. V., Rostovskaya T. K., Skorobogatova V. I., Bezverbny V. A. International academic mobility in Russia: trends, types, state stimulation. *Ekonomika regiona*, 2019, 15(2): 420–435. (In Russ.) https://doi.org/10.17059/2019-2-9
11. Григашкина С. И., Бугрова С. М. Академическая мобильность в вузе. *Управление экономическими системами: электронный научный журнал*. 2015. № 4. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/akademicheskaya-mobilnost-v-vuze (дата обращения: 18.10.2021).
Grigashkina S. I., Bugrova S. M. Academic mobility at the institute of higher education. *Economic Systems Management: electronic scientific journal*, 2015, (4). Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/akademicheskaya-mobilnost-v-vuze (accessed 18 Oct 2021). (In Russ.)
12. Богословский В. И., Писарева С. А., Тряпицына А. П. Развитие академической мобильности в многоуровневом университетском образовании. СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. 95 с.
Bogoslovskiy V. I., Pisareva S. A., Tryapitsyna A. P. *The development of academic mobility in a multilevel system of education.* St. Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia, 2007, 95. (In Russ.)
13. Бабакишиева П. И. К. Система усовершенствования программы академической мобильности преподавателей вуза. *Вестник молодежной науки*. 2019. № 4.
Babakishieva P. I. K. System of improvement of the academic mobility program of university teachers. *Vestnik molodezhnoi nauki*, 2019, (4). (In Russ.)

14. Алиева Л. Р., Фомина Е. А. Организация исходящей академической мобильности в вузе: современная ситуация и направления развития. *Вестник Северо-Кавказского федерального университета*. 2019. № 5. С. 119–127. https://doi.org/10.37493/2307-907X-2019-74-5-119-127
Alieva L. R., Fomina E. A. Organization of outgoing academic mobility at the university: modern situation and directions of development. *Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta*, 2019, (5): 119–127. (In Russ.) https://doi.org/10.37493/2307-907X-2019-74-5-119-127
15. Баранова Л. Н. Академическая мобильность как самый важный компонент высшего образования. *Проблемы педагогики*. 2018. № 6. С. 28–32.
Baranova L. N. Academic mobility as the most important component of higher education. *Problemy pedagogiki*, 2018, (6): 28–32. (In Russ.)
16. Polkovnikova N. A., Balk I. V., Panzabekova A. Zh., Yarygina A. B. Global sustainable development and academic mobility. *IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci.*: Proc. Intern. Conf. on Sustainability and Climate Change, Moscow, 22 May 2020. Bristol: IOP Publishing Ltd, 2020, vol. 534. https://doi.org/10.1088/1755-1315/534/1/012009
17. Шакирова А. А. Академическая мобильность студентов как инструмент сетевого взаимодействия вузов. *Современные проблемы науки и образования*. 2017. № 4. Режим доступа: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=26619 (дата обращения: 18.10.2021).
Shakirova A. A. Academic mobility of students as an instrument of universities networking. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniia*, 2017, (4). Available at: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=26619 (accessed 16 Oct 2021). (In Russ.)
18. Wojciuk A., Michalek M., Stormowska M. Education as a source and tool of soft power in international relations. *European Political Science*, 2015, 14(3): 298–317. https://doi.org/10.1057/eps.2015.25
19. De Martino M. Promotion of political values through international programs of academic mobility. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. 2020. Т. 22. № 2. С. 312–319. https://doi.org/10.22363/2313-1438-2020-22-2-312-319
De Martino M. Promotion of political values through international programs of academic mobility. *RUDN Journal of Political Science*, 2020, 22(2): 312–319. https://doi.org/10.22363/2313-1438-2020-22-2-312-319
20. Родионова М. Е. Международное позиционирование российского вуза: особенности коммуникационной политики. *Коммуникология*. 2016. Т. 4. № 1. С. 135–140.
Rodionova M. E. International positioning of a Russian university: features of communication policy. *Communicology (Russia)*, 2016, 4(1): 135–140. (In Russ.)Marciniak D., Winnicki M. International student exchange – motives, benefits and barriers of participation. *Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie / Politechnika Śląska*, 2019, (133), 93–105. https://doi.org/10.29119/1641-3466.2019.133.8
21. Почебут Л. Г., Степаняк Е. Д. Академическая мобильность как средство повышения межкультурной коммуникативной компетентности и социального капитала личности студента. *Психология человека в образовании*. 2019. Т. 1. № 2. С. 126–136. https://doi.org/10.33910/2686-9527-2019-1-2-126-136
Pochebut L. G., Stepaniak E. D. Academic mobility as a way to increase intercultural communicative competence and students' personal social capital. *Psychology in Education*, 2019, 1(2): 126–136. (In Russ.) https://doi.org/10.33910/2686-9527-2019-1-2-126-136
22. Greek M., Jonsmoen K. M. Transnational academic mobility in universities: the impact on a departmental and an interpersonal level. *Higher Education,* 2021, 81(3): 591–606. https://doi.org/10.1007/s10734-020-00558-7
23. Дериглазова Л. В. Международная академическая мобильность: мотивация и проблемы адаптации молодых ученых из России и Европы. *Вестник Томского государственного университета. История*. 2019. № 59. С. 142–149. https://doi.org/10.17223/19988613/59/19
Deriglazova L. V. International academic mobility: motivation and adaptation problems of young scientists from Russia and Europe. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya*, 2019, (59): 142–149. (In Russ.) https://doi.org/10.17223/19988613/59/19
24. Ковба Д. М., Грибовод Е. Г. Международная академическая мобильность сквозь призму теории «мягкой силы». *Образование и наука*. 2019. Т. 21. № 10. С. 9–31. https://doi.org/10.17853/1994-5639-2019-10-9-31
Kovba D. M., Gribovod E. G. International academic mobility through the prism of soft power theory. *The Education and Science Journal*, 2019, 21(10): 9–31. (In Russ.) https://doi.org/10.17853/1994-5639-2019-10-9-31

ВЕСТНИК
КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

оригинальная статья

Технологии управления карьерным и профессиональным развитием руководителя организации

Худякова Татьяна Леонидовна
Воронежский государственный педагогический университет, Россия, г. Воронеж

Гасанова Рената Рауфовна
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Россия, г. Москва

Степанова Ольга Павловна
Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова, Россия, г. Магнитогорск

Токарь Оксана Владимировна
Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова, Россия, г. Магнитогорск

Арпентьева Мариям Равильевна
Центр психологической, педагогической, медицинской и социальной помощи «Содействие», Россия, г. Калуга
https://orcid.org/0000-0003-3249-4941
mariam_rav@mail.ru

Шпаковская Елена Юрьевна
Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова, Россия, г. Магнитогорск

Поступила в редакцию 17.10.2021. Принята после рецензирования 19.11.2021. Принята в печать 17.01.2022.

Аннотация: В современном мире остро стоит проблема сохранения и восстановления профессионализма управленцев и, соответственно, гармонизации, оптимизации и восстановления работы организаций, разрушенных действиями руководителей-менеджериалистов. Диссонанс карьерно-статусного и профессионально-трудового становления и развития руководителя организации приводит к многочисленным проблемам. Их решение, помимо трансформации ценностно-смысловой стороны управления, его целей и моделей, требует разработки и применения технологий, способствующих оптимизации процедур отбора, подготовки и переподготовки управленческих кадров, гармонизации отношений и совершенствованию процедур управления. Создание, обновление и коррекция технологий предполагают развернутые теоретические и практические исследования, направленные на апробацию и изучение эффектов, возможностей, ограничений применения технологий управления карьерой руководителя организации и технологий развития организации. Среди самых известных и результативных технологий в период перехода от постмодерна к постпостмодерну, от менеджериализма к прямой демократии и интерсубъективному управлению выделяются социально-психологические технологии, направленные на гармонизацию процессов и результатов профессионально-трудовой деятельности человека и его карьерного пути. Важным моментом является гармонизация развития человека как личности, партнера и профессионала: необходимо многоуровневое и многоаспектное, осуществляемое в конкретном времени и пространстве жизни человека и организации соотнесение, целью которого выступает поиск оптимальных для всех, консенсусных, синергетических решений, позволяющих развиваться и всей системе, и отдельным ее компонентам. Современные технологии управления карьерой могут применяться для поддержки специалиста на пути самосовершенствования, но вне смены модели управления их возможности невелики; более того, они могут использоваться в деструктивных целях. Предмет – технологии управления карьерным и профессиональным развитием руководителя организации. Цель – исследование проблем создания, апробации и применения технологий управления карьерным и профессиональным развитием руководителя организации. Методы – теоретический анализ и синтез этих проблем. Выявлено, что успех сопровождения карьерного и профессионального путей современного менеджера заключается в целостности технологий и программ сопровождения.

Ключевые слова: социально-психологические технологии, управление карьерой, управление профессиональным развитием, коучинг, управленческая компетентность, подготовка управленческих кадров

Цитирование: Худякова Т. Л., Гасанова Р. Р., Степанова О. П., Токарь О. В., Арпентьева М. Р., Шпаковская Е. Ю. Технологии управления карьерным и профессиональным развитием руководителя организации. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 50–59. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-50-59

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

oiginal article

CEO Career and Professional Management Technologies

Tatyana L. Khudyakova
Voronezh State Pedagogical University, Russia, Voronezh

Renata R. Gasanova
Lomonosov Moscow State University, Russia, Moscow

Olga P. Stepanova
Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia, Magnitogorsk

Oksana V. Tokar
Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia, Magnitogorsk

Mariam R. Arpentieva
Center for psychological, pedagogical, medical and social assistance "Assistance", Russia, Kaluga
https://orcid.org/0000-0003-3249-4941
mariam_rav@mail.ru

Elena Yu. Shpakovskaya
Nosov Magnitogorsk State Technical University, Russia, Magnitogorsk

Received 17 Oct 2021. Accepted after peer review 19 Nov 2021. Accepted for publication 17 Jan 2022.

Abstract: The problem of CEO professionalism remains quite acute in the period of transition from postmodern to post-postmodern, from managerialism to direct democracy and intensive subjective management. Managerialists destroy many organizations, which need to be restored, harmonized, and optimized. Career status often clashes with professional development. This problem requires extensive theoretical and practical research aimed at testing the effects, possibilities, and limitations of career management technologies. Socio-psychological technologies are effective control tools for planning a managerial career. They harmonize the processes and results of one's professional labor activity and career path, as well as one's development as a personality, a business partner, and a professional as a multi-level and multidimensional correlation in a specific chronotope. Socio-psychological technologies find optimal, consensual, and synergistic solutions that develop the entire system and its individual components. Modern career management technologies are useless outside the new management model and can even turn destructive. The research objective was to apply analysis and synthesis to the problems of developing, testing, and applying new technology for managing CEO career and professional development. The research revealed that the success of CEO career support lies in the integrity of technologies and support programs.
Keywords: socio-psychological technologies, career management, professional development management, coaching, managerial competence, management training

Citation: Khudyakova T. L., Gasanova R. R., Stepanova O. P., Tokar O. V., Arpentieva M. R., Shpakovskaya E. Yu. CEO Career and Professional Management Technologies. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 50–59. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-50-59

Введение

В современном мире очень остро стоит проблема сохранения и восстановления профессионализма управленцев и, соотвественно, гармонизации, оптимизации, а порой и восстановления работы организаций, разрушенных действиями руководителей-менеджериалистов. Менежериализм, связанный с отрывом карьерного пути человека от его пути как личности, партнера и профессионала, привел к индивидуальным и организационным кризисам, коллапсам и разрушению множества предприятий и сфер человеческих отношений. Диссонанс карьерно-статусного и профессионально-трудового становления и развития руководителя организации приводит к многочисленным проблемам, решение которых, помимо трансформации ценностно-смысловой стороны управления, его целей и моделей, требует разработки и применения технологий, способствующих оптимизации процедур отбора, подготовки и переподготовки управленческих кадров, гармонизации отношений и оптимизации процедур управления. Создание, обновление и коррекция технологий предполагают развернутые теоретические и практические исследования, направленные на апробацию и изучение эффектов, возможностей, ограничений применения технологий управления карьерой руководителя организации и технологий развития самой организации.

Среди самых известных и результативных технологий управления карьерой руководителя даже сейчас, в период перехода от постмодерна к постпостмодерну, от менеджериализма к прямой демократии и интерсубъективному управлению, выделяются социально-психологические технологии, направленные на гармонизацию процессов и результатов профессионально-трудовой деятельности человека и его карьерного пути. Помимо этого, важным моментом является гармонизация развития человека как личности, партнера и профессионала: необходимо

многоуровневое и многоаспектное, осуществляемое в конкретном времени и пространстве жизни человека и организации соотнесение, целью которого выступает поиск оптимальных для всех, консенсусных, синергетических решений, позволяющих развиваться и всей системе, и отдельным ее компонентам [1–3].

Современные технологии управления карьерой могут использоваться для того, чтобы поддержать специалиста на пути его самосовершенствования, но вне смены модели управления их возможности невелики, и, более того, многие из них могут применяться в деструктивных целях [2; 3].

Предмет – технологии управления карьерным и профессиональным развитием руководителя организации. Цель – исследование проблем создания, апробации и применения технологий управления карьерным и профессиональным развитием руководителя организации. Методы исследования – теоретический анализ и синтез этих проблем.

Проблема технологий управления карьерным и профессиональным развитием руководителя организации

В современном мире создается и применяется достаточно большая палитра технологий и мероприятий по обучению, консультированию и управлению людскими ресурсами / кадрами организации, включающая технологии оптимизации труда и карьеры руководителя организации и ее подразделений [4–7]. Эти технологии и мероприятия дают возможность помочь как организации в целом, так и отдельным индивидам и группам в их персональном, межличностном и профессиональном совершенствовании, в том числе в контексте задач построения и коррекции карьеры как индивидуальной траектории профессионального развития специалиста.

Управление карьерой (career management) – это общее понятие, которое охватывает планирование и развитие карьеры на индивидуальном и организационном уровнях. Понятие впервые использовано М. Валентич, определившей управление карьерой как реализацию карьерной стратегии путем применения карьерной тактики в отношении выбранной карьерной ориентации. Аналогичным образом можно определить и управление профессионализацией, рассмотрев его как часть карьерного пути или как сторону движения человека в пространстве и времени его трудовой и социальной жизни [8–10]. Общим моментом является представление о том, что люди постоянно ищут работу и рабочую среду, которая соответствует их личностным и межличностным особенностям, талантам и ограничениям, образу жизни и ценностям и т.д. Люди более удовлетворены собой, другими, работой и жизнью в целом, они более успешны (эффективны и самоэффективны) тогда, когда их работа и профессионализм, трудовой статус, полномочия и признание в организации совместимы с их жизненным опытом, индивидуальными желаниями и стремлениями, когда у них есть готовность и способность к самоактуализации и самореализации.

В ситуациях, когда люди как сотрудники и руководители организации сталкиваются с постоянно меняющимися рабочими и семейными обстоятельствами, необходимо, чтобы они могли успешно создавать и принимать индивидуализированные и проактивные, предвосхищающие перемены и трудности действия по управлению своей карьерой и профессионализацией. Важно, чтобы они могли видеть свой путь целостным и успешным, в том числе продуктивно и эффективно преобразовывать опыт неудач (опыт, связанный с неуверенностью в себе как профессионале, понижениями в должности и / или увольнениями и т. д.).

Действительно, изменения в технологиях и способах работы, корпоративные реорганизации, инновации, сокращения и наборы, внутреннее лидерство / соперничество могут существенно повлиять на карьеру человека в конкретной организации и в целом. Сотрудники, не чувствительные к причинам и последствиям таких изменений в окружающей среде, вызванных карьерными и профессиональными переменами, могут быть пассивны и невежественны в планах по управлению карьерой и профессионализацией и в итоге принимать неуместные, нерезультативные решения.

Ранние исследования, посвященные индивидуальному управлению карьерой и профессионализацией, рассматривали их как серию отдельных шагов или фаз, через которые человек проходит, когда принимает и реализует соответствующие решения. Эти текущие шаги включают сбор информации для повышения осведомленности о себе и рабочей среде, установление и изменение карьерных и профессиональных целей, стратегий; получение обратной связи для экспертной и самостоятельной оценки прогресса в достижении поставленных целей. Но в эпоху постмодерна возникла проблема: карьерное и профессиональное развитие были противопоставлены. На сегодняшний день встает задача их новой интеграции, в том числе посредством систематизации технологий управления карьерой и профессиональным путем человека, а также отбора наиболее результативных как самих по себе, так и в рамках целостных программ психологического сопровождения (коррекционного, профилактического или развивающего / коучинга) карьерно-статусного и профессионально-трудового совершенствования, самоактуализации и самореализации человека [4; 11–13]. Это особенно актуально для нескольких групп менеджеров:

1) специалистов, начинающих и заканчивающих свой трудовой и карьерный путь – входящих в профессиональную, трудовую жизнь и выходящих из нее в связи с наступлением пенсионного возраста, инвалидизацией, депрофессионализацией или закрытием предприятия и области производства;
2) специалистов, переживающих кризисные периоды их трудовой, семейной жизни, включая кризисы организации и макросоциальные кризисы, подобные современному;
3) специалистов в конфликтных ситуациях, ситуациях противостояния, начиная от внутриличностных

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-50-59

конфликтов и заканчивая организационными, включая забастовки и стачки, массовые увольнения и т.д.;

4) специалистов, стремящихся изменить свой профессиональный и общетрудовой статус;
5) руководителей, чей статус и карьерный путь не соответствуют потребностям, нуждам и особенностям / профилю организации [1–3; 14].

Многие руководители при этом часто попадают в несколько категорий одновременно. Поэтому работа с ними, психологическое (психосоциальное и психолого-педагогическое) сопровождение самоактуализации и самореализации современных руководителей – часто многоуровневая и многосторонняя деятельность, которая включает в себя разработку целостной программы карьерной и профессиональной диагностики, профилактики, коррекции и коучинга руководства. Такая программа должна учитывать успехи и неудачи становления и развития руководителя (будущего, действующего или покидающего свой пост) как личности, партнера и профессионала.

Карьерное и профессиональное сопровождение становления и развития руководителя

Карьерно-статусная и профессионально-трудовая поддержка становления, функционирования, развития и завершения деятельности современного менеджера часто инициируется и осуществляется в образовательной ситуации [15–17]. Она также популярна и результативна и тогда, когда люди переходят на иной рынок труда, когда изменяется сам рынок или, более глобально, условия жизнедеятельности людей и деятельности организации. При этом имеет смысл карьерное сопровождение и сопровождение профессионального развития, в том числе в процессах супервизий, коучинга, повышения квалификации и переподготовки, экспертизы и обследования / мониторинга и т.д.

Поддержка карьеры и профессионального развития руководителя организации происходит как на индивидуальной, так и на групповой основе. Она может предполагать социальные, психологические, образовательные и иные мероприятия и технологии. Организации могут предложить своим сотрудникам ряд конкретных технологий и программ для оказания помощи в процессе управления карьерой и профессионализацией, включая предоставление программ профориентации и трудоустройства; формальное и неформальное наставничество; ротацию должностей и переводы; инициативы в области образования, профессиональной подготовки (переподготовки); организацию консультативных, экспертных и посреднических центров и семинаров по оценке карьеры; создание и совершенствование систем служебной аттестации и обратной связи; коучинг сотрудников и руководителей. Мероприятия и программы могут быть предназначены (полностью или частично) для поддержки развития сотрудников, улучшения их индивидуального управления карьерой и общей гармонизации и оптимизации кадровой стратегии организации.

Понятие *технологии управления карьерой и профессиональным развитием* мы можем раскрыть в двух ведущих контекстах:

1) как понятие о технологиях управления, в том числе управления карьерой и профессионализацией руководителя организации, например, через систему «якорей карьеры» [18];
2) как понятие, отражающее существующие и возможные подходы к организации (реорганизации) работы организационного консультанта (hr-менеджера и т. п.) или консультанта, работающего в сфере управления карьерным и профессиональным развитием сотрудников организации.

Понятие *технологии управления карьерным и профессиональным становлением и развитием* отражает:

1) реализуемый в конкретной практической ситуации стратегически организованный комплекс психотехнических действий и операций (техник и приемов), оказывающих воздействие на индивида как личность, партнера и профессионала, а также на группы и подгруппы в организации и на организацию в целом;
2) упорядочивающую, структурирующую и направляющую (миссионерско-идеологическую, структурно-процессуальную и законодательно-экономическую) основу «персональной карьерно-трудовой траектории», включающей систему интенсифицирующих и направляющих совершенствование специалиста действий и мероприятий;
3) стратегический (целеориентированный и развернутый) анализ и учет продуктивности / эффективности действий и операций индивида как личности, партнера и профессионала, позволяющий организовать и реализовать системы сопровождения его труда, повысить результативность планирования, рефлексии и путей совершенствования деятельности (жизнедеятельности) организации и ее субъектов: оптимизации деятельности фирмы и ее сотрудников, включая руководителя, посредством реструктуризации, переориентации, инноваций и стартапов и т.д.;
4) создание и применение схем ориентировочных основ действий, предполагающих применение и совершенствование профессиональных компетенций (знаний и умений).

Различные смыслы и контексты понимания термина *технология* связаны с разными значениями понятия *владение технологией* и со специфическими способами овладения и совершенствования технологий. Освоение и реализация технологий управления карьерой и профессионализацией – значимая часть профессиональной, межличностной и личностной компетентности менеджера, а также центральная часть деятельности консультанта по управлению (включая коуча, тренера и т. д.), работающего (как часть организации и как приглашенный

специалист) с руководителем в качестве профессионала в сфере организационного и управленческого консультирования (консалтинга).

Перечень технологий достаточно обширен: можно предлагать и осуществлять сопровождение / поддержку развития руководителя и организации с помощью технологии «лицом к лицу» или дистанционной работы (включая телефоны доверия и веб-услуги). Кроме того, актуально информирование и обучение навыкам оценки и исследования, построения и изменения карьерного и профессионального путей, достижений и провалов, ресурсов и проблем.

В обширном спектре технологий выделяются антикризисное и проективное управленческое консультирование и медиация. Последняя предлагает инструменты оценки и самооценки специалиста как субъекта профессионального труда, карьеры и социально-статусных перемен: рефлексивное консультирование и образовательные программы (программы профессиональной подготовки (переподготовки) и повышения квалификации), в том числе в контексте развития рефлексии и понимания возможностей и ограничений управления трансформациями карьерного и профессионального путей. Технологический пакет коуча или антикризисного консультанта может включать «дегустацию» программ и технологий – пробных программ и встреч (знакомство с образцами работы перед их выбором), включая различные программы поиска работы и услуг перехода / ухода из организации, ее подразделения и т.д. [19–21].

Сопровождение выступает как развернутый во времени и пространстве процесс помощи самоактуализации и самореализации менеджера. Оно результативно и успешно, когда менеджеры / специалисты осознают потребность изменить карьеру и / или профессию, образ жизни в целом, в том числе в периоды безработицы и во время выхода на пенсию. Развернутые программы сопровождения могут сочетаться и / или конкурировать с краткосрочными исследованиями-экспертизами, медиациями, консультациями, тренингами и мероприятиями образовательного типа (например, с тайм-менеджментом). При этом часть поддержки может осуществляться неофициально и непрофессионалами: сотрудниками организации, членами их семей, друзьями, а также членами профессиональных сообществ, включая супервизоров.

Несмотря на то, что значительная часть поддержки карьеры и профессионализма является спонтанной и неофициальной, обеспечивается личными сетями, сетями «ближайших помощников», в мире существует большой рынок поддержки карьеры и профессионализации. Системы основного и дополнительного обучения и воспитания, переподготовки и повышения квалификации, сертификации и т.д. играют большую роль в процессе карьерного сопровождения, но при наличии осознанной и направленной работы по диагностике, формированию и развитию общих и специальных компетенций руководителя.

Технологии сопровождения карьерного и профессионального роста специалиста делают сопровождение более качественным и результативным. Консультант или иной специалист в области сопровождения управленческой активности может помочь фирме предотвратить и разрешить многие трудности, кризисы. Организационные консультанты и консультанты по карьере, коучингу / коучи (career counselors, executive coaches), а также их организации, например, образовательные учреждения, центры развития карьеры и компании переподготовки (educational institutions, career development centers, outplacement companies) могут организовывать, проводить и рефлексировать программы и реализовывать оценку карьерного и профессионального становления и развития индивида.

Сфера деятельности коучей предполагает помощь во внутриличностном, межличностном и профессиональном становлении и развитии отдельных специалистов, включая руководителей. Они могут помогать в установлении, развитии и коррекции межличностных и групповых, межгрупповых и межорганизационных отношений. Также они могут работать в плане формирования и трансформирования организационного климата, организационной культуры и миссии организации; могут заниматься вопросами организационного эргодизайна, решения проблем психофизиологической, нравственной и социальной совместимости сотрудников и т. д. Рядовым сотрудникам специалисты могут помочь в принятии решений, связанных с выбором или сменой специальности / профессии, с переходом в мир реального труда или дальнейшей профессиональной подготовкой (переподготовкой), с уходом на пенсию или увольнением (преобразованием ситуаций дауншифтинга и аптишифтинга) и т.д.

Карьерному и профессиональному развитию содействуют «Школы карьеры и профессионального мастерства», программы которых опираются на традиции наставничества и повышения профессиональной квалификации [10; 17; 22; 23]. Однако сейчас более важными являются иные аспекты, связанные с социально-психологическими знаниями (метазнаниями) и умениями (метаумениями), «социальными суперкомпетенциями» в общении и интеграции / сотрудничестве, рефлексии / метапознании и управлении собой, а также повседневными и кризисными ситуациями. Известной моделью здесь является система DOTS, которая предназначена для обучения решениям (decision learning – D), осознания возможностей (opportunity awareness – O), обучения переходам / изменениям (transition learning – T) и саморефлексии или самоосознаванию (self-awareness – S).

Очень важная система переподготовки и повышения квалификации руководителя на рабочем месте позволяет гармонично совместить вузовский и поствузовский этапы его становления и совершенствования, особенно если руководитель работает более 10 лет, когда опыт реальной работы начинает перевешивать компетенции, усвоенные в ходе академической подготовки, даже если

учитывать, что такая подготовка была практико-ориентированной [14; 16; 22; 24]. Не менее важна работа в сфере осознания и совершенствования динамических способностей / ресурсов развития [6; 13; 20; 25].

В России рынок управленческого консультирования крайне обеднен, преимущество на нем имеют непрофессионалы, «сопровождающие» таких же непрофессионалов. Это – условие сохранения «тайны» очевидного профессионализма и коррупции менеджера, использования им служебного положения ради обогащения (собственного и его коррупционной группы) и власти. Многочисленны варианты имитации управленческого и организационного консультирования и посредничества: компетенции уровня «common sense» выдаются за «высокопрофессиональные», позволяющие успешно манипулировать окружающими и реальностью в целом. Однако психологические, нравственные и социальные последствия применения таких технологий, в том числе психопатологизация руководителя и развал организации, не дискутируются и даже не рассматриваются исследователями.

Так, помимо использования общих, специальных, классических и современных технологий, нужна серьезная теоретическая подготовка и переподготовка консультантов, иных специалистов сопровождения управленческого труда и самих менеджеров. Выбор технологий (содержания и процесса) управления карьерой и профессионализацией менеджера связан с ценностно-смысловыми основаниями работы организации, начиная с ее миссии и предназначения, ее организационной культуры, заканчивая анализом удовлетворенности сотрудников трудом и отношениями в организации, их трудовой и общежизненной мотивации.

Компоненты успешности карьерного пути и профессионального труда менеджера образуют систему, в которой взаимосвязанные взаимовлияющие элементы оказываются под воздействием других, что важно при работе по оптимизации и гармонизации кадрового состава организации:

- особенности корпоративной (организационной) культуры, в том числе специфика миссии, целей и социально-психологического климата рабочего коллектива;
- мотивация и профессионально-важные качества руководителя и подчиненных;
- удовлетворенность собой, трудом и жизнью у сотрудников организации;
- перспективы или барьеры развития и повышения квалификации / статуса у разных сотрудников.

Руководителю и его подчиненным важно не просто «терпеть» несовершенства и ошибки деятельности и развития друг друга, но совершать постоянную работу по исправлению и предотвращению ошибок, а также выбору и следованию избранному направлению развития организации, человека, руководителя. Особенно важна при этом деятельность по анализу и коррекции организационной культуры фирмы, а также карьерного и профессионального путей руководителя и сотрудников организации не столько в их статических (формальном и содержательном), сколько в динамических аспектах (рис.[1]).

Данная модель в разной мере способствует успеху ведущих макротехнологий (метатехнологий) карьерного и профессионального развития человека. Она ориентирована на поддержку его развития и трансформаций как личности, партнера и специалиста [2]:

- готовность и способность к оправданному авантюризму, риску, умение и стремление находить и поддерживать организации и коллективы, переживающие

Рис. Составляющие успешности профессионализации и карьеры
Fig. Components of successful professionalization and career

[1] Составлен по [1; 2].

периоды серьезных трансформаций и риска, в том числе включаться в стартапы, проводить слияния с организациями в целях взаимного усиления своей и присоединяемой организации;
- готовность и способность перенапрягаться, но тщательно рассчитывать свои действия, ресурсы и т. д. с точки зрения их нужности для карьеры и профессионального развития;
- готовность и способность проявлять свой талант, способности, возможности, а также выстраивать отношения сотрудничества и взаимопомощи с коллегами, компенсируя свои ограничения и привлекая их таланты; готовность и способность находить организации, в которых можно проявить таланты и быть оцененным благодаря им;
- неготовность и неспособность предавать себя и других, нарушать юридические и нравственные законы (в том числе продвигаться за счет падения других, за счет взяток – покупок должности и иных связей – «мохнатых лап»); неготовность к сотрудничеству с коррумпированными спецслужбами, с преступной полицией и иными преступниками, с коррумпированными представителями и проектами церквей и т. д.; неготовность и неспособность к самоубийству и самоуничтожению иного типа (антропность vs. хищничество).

Большое значение для характеристики достижений человека, понимания результатов и процессов взаимодействия карьерной мотивации / профессионального развития, связанных с ними технологий имеет описание типа его карьеры и профессионального становления, а также координация типа карьеры и профессионализации со стадией развития организации.

Анализ типологий карьер разных исследователей, включая типологии Д. Сьюпера, О. И. Марченко, А. Я. Кибанова (профессиональная и иные), Э. Х. Шейна, М. Армстронга, П. Синисало, Ю. Г. Одегова, Н. Л. Кирти, М. В. Королевой, Д. А. Аширова, Е. Г. Молл (авантюрная, традиционная, линейная, последовательно-кризисная, прагматическая или структурная, отбывающая, эволюционная, преобразующая и т.д.) [3; 26–28], показывает, что существует несколько основных типов карьерно-статусных и профессионально-трудовых путей менеджера и несколько оснований их выделения:
- мотивы, ценности и цели карьерного роста и профессионального развития;
- показатели скорости и результативности (интенсивности) карьеры и профессионализации;
- показатели направленности и последовательности / стабильности карьерных передвижений и ступеней профессионального развития.

Результативное и успешное сопровождение и управление карьерой и профессиональным развитием специалиста в целом есть осознанное, активное и целенаправленное воздействие на его карьерный и профессиональный пути, а также связанные с ним личностные и межличностные особенности, которое включает проясняющее / рефлексивное и гармонизирующее / развивающее воздействие на время и пространство жизни менеджера. Оно затрагивает как индивидуальную, так и организационную области формирования и совершенствования индивида. Оно предполагает анализ и учет механизмов, эффектов и последствий разных типов профессионализации и карьерного роста; общей динамики личностного, межличностного и профессионального становления и развития человека; особенностей и динамики становления и совершенствования организационных отношений и деятельности [3; 26–28].

Управление карьерой и процессами профессионализации включает способность человека размышлять о своей текущей карьере и профессиональном развитии, исследовать рынок труда, определять, нужны ли и насколько нужны образование и профессия, свершение открытий и изменений в профессии и карьере. Решение человека стать профессионалом в той или иной области и построить карьеру руководителя организации в конкретной организации – итог результата действия трех основных групп факторов: объективных, субъективных и так называемых «критических контактов», мотивирующих человека к развитию именно в данной организации, именно на данную руководящую позицию и т.д. [29–32].

Поэтому важным моментом является общая ориентация программы сопровождения карьеры и профессионализации:
- традиционная модель помощи ориентирована на кризисные и конфликтные ситуации, на анализ и коррекцию объективных аспектов затруднений;
- более современная модель (в том числе коучинг) – на задачи развития и совершенствования, субъективные аспекты сложностей.

Важно при этом отметить, что наиболее сложные проблемы и кризисные ситуации могут быть успешно разрешены именно при ориентации помощи на развитие менеджера, в том числе как профессионала, партнера и личности [33–35]. Именно поэтому коучинг и селфменеджмент карьерного и профессионального развития завоевали наибольшее внимание менеджеров по кадрам и руководителей предприятий. Кроме того, коучинг и селфменеджмент расширили технологическую базу управления трудовым становлением и развитием человека и кадровыми потоками организации в целом: привлекли к работе над собой, самопомощи, взаимопомощи и сотрудничеству работников организации, обратив внимание руководителя на собственные ресурсы и активность в развитии [36–38].

Внедрение и распространение технологий коучинга не обошлось без существенных ошибок, связанных с традиционным смешением в повседневном сознании и деятельности временных, пространственных и преобразующих модусов жизненной активности: так, многие непрофессиональные коучи, внешне фокусируясь на проблемах построения карьеры и развития человека как личности, партнера, профессионала, на построении

и реализации проектов индивидуальных перемен, на активизации внутренних ресурсов индивида, на деле уделяют излишне много внимания противоположному модусу – модусу совладания с проблемами, кризисами (модусу преодоления барьеров развития), что связано преимущественно с прошлым человека, трудностями и деформациями («запутанными клубками») его социальных отношений.

Однако самый важный момент заключается в том, что люди начинают занимать активную позицию по отношению к своей карьере и к профессионализации, исследуют ее и получают возможности коррекции и планирования карьерного и профессионального путей. Конечно, помощь специалиста в этом отношении может быть существенно более результативной, успешной, особенно там, где она носит системный характер, привлекая к работе с руководителем и иными сотрудниками организации все богатство технологий, в том числе тогда, когда это наиболее отвечает запросам организации и особенностям ситуации, в которой находится она, ее руководитель и сотрудники [2; 10; 39; 40]. Подчеркнем, что развитие руководителя нельзя отделять от развития его подчиненных: система развивается как целостность, поэтому, помимо процедур ротации, смены руководства, необходимо учитывать и требование соответствия руководителя сложившейся организационной культуре, психологическому климату и иным особенностям организационных отношений.

Заключение

Применение специальных технологий сопровождения карьерного и профессионального путей специалиста позволяет существенно повысить качество работы руководителя и, как следствие, всех сотрудников организации. Комплексное и адресное применение технологий делает сопровождение более результативным. Успех сопровождения карьерного и профессионального путей современного менеджера – в целостности технологий и программ сопровождения. Системность сопровождения карьерного и профессионального развития менеджера подразумевает использование ряда основных групп технологий:

1) технологии диагностики и экспертизы, профилактики, коррекции и развития / коучинга;
2) технологии консультирования и образовательной поддержки, посредничества и медиации;
3) технологии работы с организацией, с руководителем на разных уровнях и в разных контекстах их бытия;
4) технологии краткосрочные и экстремальные (антикризисные), технологии сопровождения и поддержки разных этапов карьерного и профессионального путей;
5) технологии профессиональной поддержки, технологии взаимопомощи и корпоративной помощи, технологии самопомощи и т.д.

Типологизация технологий помогает специалисту и организации осознавать и применять в работе с разными проблемами совокупность мер, обеспечивая эффективность и продуктивность воздействий, успех работы. Хотя карьерное и профессиональное развитие руководителя в современном мире связаны часто неоднозначно, стремиться к их гармонии и взаимосвязи – вполне естественно. Руководитель должен быть профессионалом: «компетентный менеджер» – специалист не только и не столько в управлении, взятом отдельно от содержания работы фирмы, сколько включенный в процесс производства продуктов субъект, от компетенций, ценностей и целей, гармоничности и прозрачности карьерных и профессиональных ориентаций которого зависит успех предприятия. Помощь руководителю со стороны приглашенных специалистов в области организационного и управленческого консультирования или со стороны специалистов кадровой службы, включающей в себя профессиональных психологов-консультантов, способных работать в режимах антикризисного менеджмента и развивающего коучинга, – важное условие совершенствования работы руководителя.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflicting interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.
Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article.

Литература / References

1. Гасанова Р. Р., Арпентьева М. Р. Карьерное и профессиональное становление и развитие профессионала и индивидуальные траектории образования. Altaspera Publishing & Literary Agency Inc., 2020. 626 с.
   Gasanova R. R., Arpentieva M. R. *Career and professional formation and development of a professional and individual trajectories of education*. Altaspera Publishing & Literary Agency Inc., 2020, 626. (In Russ.)
2. Арпентьева М. Р., Горелова И. В. Социально-психологические технологии управления карьерой руководителя организации. *Вестник Института экономики и управления НовГУ.* 2018. № 4 С. 7–16.
   Arpentieva M. R., Gorelova I. V. Socio-psychological technologies of the management of the organization head's career. *Vestnik Instituta ekonomiki i upravleniia NovGU*, 2018, (4): 7–16. (In Russ.)
3. Parker P., Arthur M. B., Inkson K. Career communities: a preliminary exploration of member-defined career support structures. *Journal of Organizational Behavior*, 2004, 25(4): 489–514. https://doi.org/10.1002/job.254

4. Федорова М. А. Вопросы управления деловой карьерой в системе развития персонала организации. *Форум молодых ученых*. 2019. № 2. С. 1528–1534.
Fedorova M. A. Management system business career as a factor of efficiency of personnel management. *Forum molodykh uchenykh,* 2019, (2): 1528–1534. (In Russ.)
5. Яшкова Е. В., Царева И. А. Селф-менеджмент как метод управления личной карьерой менеджера. *Науковедение*. 2015. Т. 7. № 5. https://doi.org/10.15862/209EVN515
Yashkova E. V., Tsareva I. A. Self-management as a method of management of a manager personal career. *Naukovedenie*, 2015, 7(5). (In Russ.) https://doi.org/10.15862/209EVN515
6. Sundal-Hansen L. S. New goals and strategies for vocational guidance and counseling. *International Journal for the Advancement of Counseling*, 1981, 4(1): 21–33. https://doi.org/10.1007/bf00116527
7. Kolesnichenko E. A., Belyaeva G. V., Ivanova A. V., Sukhova V. E. Tools used for career management at the manufacturing enterprises in Russia. *Vision 2025: Education Excellence and Management of Innovations through Sustainable Economic Competitive Advantage*: Proc. 34rd Intern. Business Information Management Association Conf. (IBIMA 2019), Madrid, 13–14 Nov 2019. King of Prussia, PA: IBIMA, 2019, 3986–3994.
8. Ball B. Career management competences – the individual perspective. *Career Development International*, 1997, 2(2): 74–79. https://doi.org/10.1108/13620439710163653
9. Valentich M., Gripton J. Sexism and sex differences in career management of social worker. *The Social Science Journal*, 1978, 15(2): 101–111.
10. Dvorakova Z., Makarchenko M. Management career development. *Ekonomika i ekologicheskii menedzhment*, 2012, (2): 549–555.
11. Chechulin A. V., Usacheva E. A. The impact of digital economy on the employment and career prospects of management specialists. *The impact of industry 4.0 on job creation 2019*: Proc. Intern. Sci. Conf., Trenčianske Teplice, 21 Nov 2019. Trenčianske Teplice: Alexander Dubček University in Trenčín, 2020, 87–93.
12. Keishing V., Renukadevi S. A review of knowledge management based career exploration system in engineering education. *International Journal of Modern Education and Computer Science*, 2016, 8(1): 8–15. https://doi.org/10.5815/ijmecs.2016.01.02
13. Xu H. Big five personality traits and ambiguity management in career decision-making. *The Career Development Quarterly,* 2020, 68(2): 158–172. https://doi.org/10.1002/cdq.12220
14. Тарасенко В. В. Управление карьерой управленческого персонала образовательной организации: современные проблемы и возможные решения. *Вестник университета.* 2019. № 9. С. 26–32. https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-9-26-32
Tarasenko V. V. Career management of managerial personnel of educational organization: modern problems and possible solutions. *Vestnik universiteta*, 2019, (9): 26–32. (In Russ.) https://doi.org 10.26425/1816-4277-2019-9-26-32
15. Ялмаев Р. А., Мурадова М. А. Система управления карьерой как фактор эффективности управления персоналом. *ФГУ Science*. 2020. № 4. С. 206–213.
Yalmaev R. A., Muradova M. A. Career management system as a factor of personnel management efficiency. *FGU Science*, 2020, (4): 206–213. (In Russ.)
16. Gerasimov B. N., Gerasimov K. B. Modeling the development of organization management system. *Asian Social Science*, 2015, 11(20): 82–89. https://doi.org/10.5539/ass.v11n20p82
17. Dvorakova Z. *Human resource management.* Prague: C. H. Beck, 2012, 592. (In Czech)
18. Schein E. H. Organizational culture. *American Psychologist*, 1990, 45(2): 109–119. https://doi.org/10.1037/0003-066X.45.2.109
19. Минева О. К. Менеджмент деловой карьеры в современном мире. *Вестник Саратовского государственного технического университета*. 2012. Т. 4. № 1. С. 308–312.
Mineva O. K. Managing the business career in the modern world. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*, 2012, 4(1): 308–312. (In Russ.)
20. Хаймурзина Н. З., Шаповалов В. Н., Ежова Ю. Е. Карьера государственных служащих РФ, планирование и особенности карьеры. *Экономика и социум.* 2017. № 1-2. С. 871–874.
Khaimurzina N. Z., Shapovalov V. N., Ezhova Iu. E. Career of civil servants of the Russian Federation, planning and career features. *Ekonomika i sotsium*, 2017, (1-2): 871–874. (In Russ.)
21. Greenhaus J. H., Callanan G. A., Godshalk V. M. *Career management*. Los Angeles: Sage Publications Inc., 2010, 491.
22. Новицкий В. В., Никишина А. Ю. Проблема стремительного развития карьеры молодых менеджеров: факторы «за» и «против». *Скиф. Вопросы студенческой науки.* 2017. № 8. С. 127–131.
Novitsky V. V., Nikishina A. Yu. Problem of rapid development of career of young managers: factors of pros and cons. *Skif. Voprosy studencheskoi nauki*, 2017, (8): 127–131. (In Russ.)

23. Gysbers N. C., Moore E. J. *Career counseling: skills and techniques for practitioners*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1987, 192.
24. Толочек В. А. Профессиональная карьера как социально-психологический феномен. М.: Ин-т психологии РАН, 2017. 262 с.
Tolochek V. A. *Professional career as a socio-psychological phenomenon*. Moscow: Institute of Psychology RAS, 2017, 262. (In Russ.)
25. Біскуп В. С. Особливості соціальної взаємодії у сфері розвитку та підтримки індивідуальних кар'єр. *Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки*. 2011. Т. 16. № 10. С. 468–473.
Biskup V. S. The specific character of social interaction in the sphere of development and support of individual careers. *Odessa National University Herald. Sociology and Politics*, 2011, 16(10): 468–473. (In Ukr.)
26. Бараева Н. Б. Селфменеджмент как философия достижений и позитивная девиация. Творчество как позитивная девиантность, под общ. ред. Я. И. Гилинского, Н. А. Исаева. СПб.: Алеф-Пресс, 2015. С. 127–138.
Baraeva N. B. Self-management as a philosophy of achievement and positive deviation. *Creativity as a positive deviance*, eds. Gilinskiy Ya. I., Isaev N. A. St. Petersburg: Alef-Press, 2015, 127–138. (In Russ.)
27. Карьера сотрудника в организации, сост. Ю. Н. Лачугина. Ульяновск: УлГТУ, 2010. 74 с.
Employee's career in the organization, comp. Lachugina Yu. N. Ulyanovsk: UlSTU, 2010, 74. (In Russ.)
28. Shirokova L., Loktionova O., Kharchenko E. Providing university competitiveness through pro-active management of career development of the graduate. *5th Intern. Multidisciplinary Sci. Conf. on Social Sciences and Arts SGEM 2018*, Albena, 26 Aug – 1 Sep 2018. Sofia: STEF92 Technology, 2018, vol. 18, iss. 3.4. Education and Educational Research, 607–614. https://doi.org/10.5593/sgemsocial2018/3.4/S13.077
29. Минигалиева М. Р. Психологические технологии управления карьерой и организационным развитием. Калуга: КГУ им. К. Э. Циолковского, 2012. 308 с.
Minigalieva M. R. *Psychological technologies of career management and organizational development*. Kaluga: KSU named after K. E. Tsiolkovski, 2012, 308. (In Russ.)
30. Соколова А. С., Сергеева М. Г. Профессиональная карьера и «образование для карьеры» в современном социуме. *Профессиональное образование и общество*. 2016. № 1. С. 195–265.
Sokolova A. S., Sergeeva M. G. Professional career and "education for a career" in modern society. *Professionalnoe obrazovanie i obshchestvo*, 2016, (1): 195–265. (In Russ.)
31. DeGroot D. R. A look at German outplacement and career management. *International Journal of Career Management,* 1994, 6(5): 11–17. https://doi.org/10.1108/09556219410072315
32. Hallinger P., Chen J. Review of research on educational leadership and management in Asia: a comparative analysis of research topics and methods, 1995–2012. *Educational Management Administration & Leadership*, 2015, 43(1): 5–27. https://doi.org/10.1177/1741143214535744
33. Karstina S. G., Kubeyev Ye. K., Shkutina L. A. Development of management education in Kazakhstan at the present stage. *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*, 2017, 7(4): 171–184. http://dx.doi.org/10.15293/2226-3365.1704.11
34. Molloy J., Butler M. B. *Modern career management: career and job search secrets: orient yourself, stand out from the crowd, and get hired in today's market*. Katy, TX: Consulting HELPS You, 2020, 107.
35. Tuzikov A. R., Zinurova R. I. Human and social capital knowledge and skills in MS program majored in industrial engineering. *Upravlenie ustoichivym razvitiem*, 2017, (1): 86–98.
36. Herriot P., Pemberton C. Contracting careers. *Human Relations*, 1996, 49(6): 757–790. https://doi.org/10.1177/001872679604900603
37. Mitrofanova E. A., Tarasenko V. V. Complex strategy of differentiated development of the managerial personal of educational organization. *European Proceedings of Social and Behavioral Sciences*: Proc. Intern. Conf. on Research Paradigms Transformation in Social Sciences (RPTSS 2017), Tomsk, 18–21 May 2017. Future Academy, 2018, vol. 35, 1347–1355. https://doi.org/10.15405/epsbs.2018.02.158
38. Super D. E. Life career roles: self-realization in work and leisure. *Career development in organization*, ed. Hall D. T. and associates. San-Francisco, CA: Jossey Bass, 1986, 95–119.
39. Герасимов Б. Н. Моделирование процесса управления карьерным ростом менеджеров организации. *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2017. № 9. С. 11–21.
Gerasimov B. N. Process modeling management career growth managers in the organization. Ekonomika i biznes: teoriia i praktika, 2017, (9): 11–21. (In Russ.)
40. Ярушева С. А. Становление и развитие карьеры как кадровая технология управления персоналом. *Общество, экономика, управление*. 2018. Т. 3. № 1. С. 78–84.
Yarusheva S. A. Formation and development of career as personnel technology of human resource management. *Obshchestvo, ekonomika, upravlenie*, 2018, 3(1): 78–84. (In Russ.)

ВЕСТНИК
КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

оригинальная статья

Социальная проблема бездомных животных и способы ее решения (по результатам исследования в Тольятти)

Цветкова Ирина Викторовна
Тольяттинский государственный университет, Россия, г. Тольятти
https://orcid.org/0000-0002-3433-328X
aleksandr.kozlov@mail.ru

Поступила в редакцию 08.11.2021. Принята после рецензирования 16.12.2021. Принята в печать 17.01.2022.

Аннотация: Актуальность проблемы бездомных животных в публичной повестке дня обычно повышается в связи с нарушением норм безопасности, вызывающих конфликты. В научных публикациях проблему бездомных животных обсуждают в связи с формированием системы постматериалистических ценностей. Она включает преобразование ценностей гуманизма, которые ориентируются на принципы биоцентризма. В связи с этим этические и правовые нормы распространяются на отношения с животными. Цель – изучить социальную проблему бездомных животных, а также способы ее решения в современном обществе. Теоретической базой исследования послужили научные публикации российских и зарубежных авторов, в которых проблема бездомных животных рассматривается с позиций социальных наук. Анализ источников показывает, что социальная проблема бездомных животных и способов ее решения находит отражение в конфликтах между моральными и правовыми нормами. Эмпирическую базу статьи составляют результаты интернет-анкетирования, проведенного в 2019 году в Тольятти, а также материалы неструктурированного наблюдения, позволившего описать положение бездомных животных в городской среде и отношение к ним тольятинцев. Выявлено, что представители гендерных и возрастных групп по-разному воспринимают способы решения проблемы бездомных животных, оценивают их эффективность. Несмотря на непопулярность мер по предупреждению появления бездомных животных среди участников анкетирования, опрошенные активно предлагают способы изменения сложившейся ситуации, среди которых чаще всего отмечают необходимость создания приютов для долговременного содержания животных за счет благотворительности.
Ключевые слова: бездомные животные, обеспечение безопасности, социальные движения, экологические проблемы, социальные нормы, приюты для животных, благотворительность

Цитирование: Цветкова И. В. Социальная проблема бездомных животных и способы ее решения (по результатам исследования в Тольятти). *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 60–69. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-60-69

original article

Homeless Animals in Togliatti: Social Problem and Solutions

Irina V. Tsvetkova
Togliatti State University, Russia, Togliatti
https://orcid.org/0000-0002-3433-328X
aleksandr.kozlov@mail.ru

Received 8 Nov 2021. Accepted after peer review 16 Dec 2021. Accepted for publication 17 Jan 2022.

Abstract: The problem of stray animals is caused by violation of safety standards and is an extremely relevant issue on the public agenda. In scientific publications, this issue is usually connected with post-materialistic values. It involves the humanist values and the principles of biocentrism, which apply ethical and legal norms to animals. The research objective was to study the issue of homeless animals as a social problem, as well as various solution methods. The research was based on Russian and foreign social studies that discuss the problem of homeless animals. The analysis shows that the problem of stray animals and ways to solve it are reflected in conflicts between moral and legal norms. The empirical part of the research included an Internet survey conducted in Togliatti in 2019 and the method of unstructured observation. Representatives of different gender and age groups proved to have different views on the problem and its solutions. The survey participants did not favor preventive measures and proposed to create long-term charity-funded shelters.
Keywords: homeless animals, security, social movements, environmental problems, social norms, animal shelters, charity

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

Citation: Tsvetkova I. V. Homeless Animals in Togliatti: Social Problem and Solutions. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 60–69. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-60-69

Введение

Проблема отношения к животным в социологии является недостаточно разработанной. Возможно, это связанно с тем, что условия жизни животных в городской среде представляются менее значимыми на фоне других социальных проблем, с которыми сталкиваются люди в условиях трансформации общественных отношений.

Рассматривая разнообразие типов экологического поведения, Л. Г. Титаренко отмечает отсутствие у населения устойчивого интереса к экологическим проблемам. Периодическое внимание к ним возникает под влиянием каких-либо событий, угрожающих безопасности общества [1, с. 106]. В связи с этим в нашей стране интерес к контролю над бездомными животными обостряется эпизодически, а не является постоянным.

Согласно статистическим данным, полученным зоозащитными организациями в 2021 г., в России насчитывается более 660 тыс. бездомных животных[1]. Беспризорные животные представляют угрозу здоровью населения, являются источниками заболеваний. В работе отечественных ученых проанализированы последствия существования бездомных животных, которые проявляются в распространении заболеваний, в частности бешенства [2]. Поэтому проблема бездомных животных является актуальной для российского общества.

В. А. Лучкова определяет бездомных животных как животных, которые находятся на территории поселений без надзора людей. К данной категории относятся животные, обитающие на улицах, а также находящиеся на передержках в приютах [3].

Как отмечает С. Н. Ермакова, увеличение количества бездомных животных часто обусловлено безответственным отношением хозяев домашних животных к своим питомцам, в результате чего некоторые из них оказываются на улице [4, с. 190]. На численность бездомных животных влияет перепроизводство особей некоторых пород. Отсутствие регулирования рождаемости бездомных животных также влияет на увеличение их популяции в городской среде.

Социальная проблема бездомных животных является предметом регулирования социальных норм: правовых, моральных, религиозных и т. д. Такие научные дисциплины, как экономика, география, история, психология и философия, уделяют этой теме повышенное внимание.

В социологии проблемы содержания животных в городской среде рассматривают в контексте обеспечения качества жизни населения. Способы решения социальной проблемы бездомных животных связаны с регулированием отношений между различными социальными субъектами, которые отвечают за качество городской среды, в первую очередь – за безопасность. Проблемы животных в городской среде выступают факторами активизации городского сообщества, создания общественных объединений, проведения волонтерских акций.

Цель нашего исследования состоит в изучении социальной проблемы бездомных животных в современном обществе и способов ее решения, применяемых на практике.

Обзор литературы

Человечество на протяжении длительного периода истории тесно взаимодействует с животными. Первоначально это взаимодействие было связно исключительно с утилитарными мотивами, с применением животных для функций, удовлетворяющих материальные потребности людей. Однако по мере развития цивилизации отношение к животным обретает более глубокое содержание, поскольку их приспосабливают к выполнению более сложных видов деятельности. Например, животных активно используют в научных исследованиях, в поисковой, правоохранительной деятельности, для помощи в реабилитации людям с ограниченными возможностями. В соответствии с этим в условиях современной цивилизации появляется потребность в институциональных формах регулирования отношений между людьми и животными.

М. Б. Колесниченко и К. А. Корнилова рассматривают отношение к животным в контексте постматериалистических ценностей. Забота о животных характеризует возрастание значения экологических ценностей, представлений о безопасной среде обитания [5]. Трансформация ценностей гуманизма находит отражение в переходе от идей антропоцентризма к парадигме биоцентризма. В рамках данной концепции происходит отказ от эксплуатации животных, осознание необходимости защиты их прав.

Проблемы регулирования отношений животных и человека рассматривают в аспекте этических норм. Это связано с формированием нового мировоззрения, которое приходит на смену антропоцентризму. Биоцентризм, по мнению Н. В. Бирючинской, основывается на знании и практическом применении этических норм, которые регулируют отношения между людьми и всеми живыми существами. Практической основой для формирования личности, способной заботиться о животных, уважать

[1] Статистика мониторинга численности безнадзорных животных. *Ассоциация Благополучие животных*. Режим доступа: https://blagozoo.ru/statistika (дата обращения: 05.11.2021).

их права,выступают волонтерские организации. Просветительская деятельность, направленная на воспитание ответственного отношения к животным, должна дополняться действиями, связанными с реализацией принципов биоцентризма [6].

В некоторых исследованиях проблема отношения к животным в современном обществе рассматривается в более широком социальном контексте. В работе К. Е. Амиот и Б. Бастиана проанализировано влияние отношения к животным на формирование отношений с социумом. Как отмечают исследователи, двое из трех американцев содержат питомцев дома, ежегодно тратя более 55 млрд долларов на их благосостояние (например, продукты питания, ветеринарную помощь, услуги по уходу за домашними животными). Усилия исследователей направлены на разработку методики оценки солидарности с животными, а также на изучение факторов, влияющих на нее. Ученые считают важным исследовать особенности формирования идентичности с животными. Они выдвигают гипотезу о том, что солидарность с животными может привести к уменьшению предубежденности людей по отношению к другим человеческим группам. Исследования показывают, что люди, которые видят сходство человека с животными, не имеют предубеждений не только по отношению к животным, но также и к другим социальным группам [7].

Американский социолог К. П. Флинн приводит результаты исследований, которые доказывают необходимость изучения социальных последствий жестокого обращения с животными. Жестокое обращение с животными включает действия людей, намеренно причиняющие животным боль, страдания, а также смерть. К этой категории действий не относятся убийство сельскохозяйственных животных или проведение над животными научных экспериментов. Существует множество причин, по которым жестокое обращение с животными заслуживает внимания со стороны социологов. В результате исследований выявлена связь между жестоким обращением с животными и последующим антиобщественным поведением, включая межличностное насилие (как в детстве, так и во взрослом возрасте; как в семьях, так и за их пределами). Контекст жестокого обращения с животными неизменно носит социальный характер. Жестокое обращение человека с животными обычно связано с его антигуманным отношением к людям. Например, мужья, избивающие членов семьи, нередко жестоко обращаются с домашними животными, чтобы контролировать и запугивать своих жен и детей. Учитывая историческое наследие Америки, заключающееся в уважении и защите как частной жизни семьи, так и прав собственности, следует полагать, что до тех пор, пока животные юридически считаются собственностью, права питомцев будут иметь меньшее значение по сравнению с правами их владельцев [8].

Т. А. Жукова и А. С. Романюк анализируют подходы к борьбе с жестоким обращением с животными, которые сформировались в нашей стране. В отличие от трактовки жестокого обращения с животными, содержащейся в западных источниках, российские исследователи придерживаются широкого определения понятия. По их мнению, жестокое обращение с животными предполагает нахождение животных в некомфортных условиях (например, в зоомагазинах), которые могут стать причиной ухудшения их здоровья. Также оно включает лишение жизни сельскохозяйственных животных [9].

А. А. Кучина и М. С. Дюмин отмечают, что деятельность, направленная на регулирование отношений человека и животных, основывается на проявлении таких качеств, как доброта, способность сопереживать, ответственность. Именно эти человеческие качества стимулируют активистов для организации приютов для бездомных животных. Как показывает опыт, среди оказывающихся в приютах животных есть породистые питомцы с клеймами, оставленные на улицах заводчиками, которые не смогли их выгодно продать. Таким образом, одной из причин роста числа бездомных животных является человеческая безответственность [10].

А. Ю. Сторожук рассматривает проблемы бездомных животных в контексте гуманитарной экспертизы, которая включает научные исследования, направленные на выявление реальных и потенциальных рисков, а также их последствий для общества. В частности, такую опасность представляет бесконтрольное размножение бездомных животных. Автор приводит статистику, согласно которой потомство одной пары за пять лет может составить 12 тыс. особей. Меры по стерилизации бездомных животных могут оказать влияние на сокращение их численности, однако они не способны решить проблему [11].

В ряде публикаций рассматриваются различные аспекты поляризации общественного мнения относительно обсуждения проблем бездомных животных. А. О. Панфилова и А. А. Смолина анализируют в Интернете позиции авторов текстов, которые составляют группы «плодильщиков» и «антиплодильщиков». Публичная дискуссия по актуальному вопросу контролирования численности животных вызвала широкий отклик, способствовала более глубокому пониманию проблемы. Аргументы «антиплодильщиков» способствовали формированию более ответственного отношения владельцев домашних животных к их размножению, а также просвещению населения относительно кастрации и стерилизации питомцев [12].

Некоторые исследователи рассматривают феномен бездомных животных в контексте демографических процессов, происходящих в обществе. Численность бездомных животных определенным образом связана с социальными факторами, которые находят отражение в демографических показателях. И. В. Русакова соотносит понятия *бездомные животные* и *безнадзорные животные* – находящиеся в состоянии свободного выгула. Подобная трактовка характеризует современную типичную ситуацию

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-60-69

в российских поселениях, в которых животные, свободно гуляющие по дворам и улицам, в действительности имеют хозяев. Однако они подчас представляют проблему для окружающих, т. к. в отсутствии хозяев их поведение может быть непредсказуемым [13].

Одним из начальных шагов в решении проблемы должен стать учет количества безнадзорных животных, чтобы понять масштабы данного явления и рассчитать объемы необходимых для устранения сложившейся ситуации средств. В настоящее время такая статистика ведется силами волонтеров, во многих населенных пунктах она вообще отсутствует. Статистические расчеты, проведенные И. В. Русаковой, установили зависимость между количеством безнадзорных собак и численностью детей в возрасте от 1 до 6 лет. Эти данные указывают на то, что вероятной причиной увеличения количества безнадзорных животных выступает появление в семьях детей. Из-за отсутствия должного контроля государственных структур над содержанием домашних животных владельцы собак ориентируются на приоритеты, связанные с детьми. Условия содержания питомцев рассматриваются в этом контексте как менее значимые [13].

Авторы зарубежных и отечественных публикаций сосредотачивают внимание на различных аспектах социальных движений, связанных с защитой животных. В статье М. А. Боровик и Д. В. Михеля, посвященной анализу этапов становления зоозащитных движений в западных странах, рассмотрены различные аспекты гуманного отношения к животным, которые менялись исторически [14]. В работе М. Ю. Бареева и Е. А. Самойловой представлены этапы становления зоозащитного движения, начиная с XIX в. Исследователи отмечают, что в советский период реализовывались меры по защите диких животных, однако проблемы этического отношения к животным не рассматривались. В конце прошлого века начинается современный этап зоозащитного движения в нашей стране, который ориентируется на социальные нормы и практики, сформированные в западных странах. Большое значение имеют социальные связи, которые образуются с использованием Интернета, поскольку именно они выступают базой для участия активистов в волонтерских акциях [15].

С. В. Полутин и Е. А. Самойлова отмечают, что развитие движения зоозащитников происходит в нескольких направлениях. Протестная направленность зоозащитников связана с преобразованием системы ценностей в соответствии с принципами биоцентризма. Экологическая составляющая деятельности зоозащитников ориентирована на поддержание устойчивого равновесия природных и социальных процессов. Социальная направленность зоозащитного движения состоит в борьбе против жестокого обращения с животными, защите их прав. В результате исследования создан социальный портрет участника движения зоозащитников, определены мотивация их деятельности и формы активности [16].

Как отмечает Н. В. Левченко, участие активистов в зоозащитном движении связано с чувством сострадания к бездомным животным, стремлением оказать им помощь. Исследователь приводит типологию организаций, которые занимаются зоозащитной деятельностью: организации, занимающиеся лечением бездомных животных, реализующие программы стерилизации; приюты для бездомных животных; организации, занимающиеся сбором средств и просвещением населения посредством Интернета. По справедливому замечанию исследователя, для повышения эффективности работы зоозащитных организаций необходима координация их деятельности и поддержка со стороны власти [17]. Группа томских исследователей внесла ряд уточнений в социальный портрет участников зоозащитных движений. Ученые обращают внимание на неоднородность характера действий и мировоззренческие различия участников движений, снижающие возможности консолидации групп волонтеров [18].

За рубежом движение зоозащитников отличается большим размахом в связи с более высоким уровнем развития гражданского общества. Однако, с точки зрения американских исследователей, участие в этом движении связано с рядом социально-психологических трудностей, одной из которых является психологическое выгорание активистов. Результаты исследований показывают, что проблемы связаны не только с внутренними и мотивационными факторами, но также с различиями в мировоззренческих позициях участников движения, приводящими к идейным конфликтам. Большое значение также имеют факторы маргинализации, которые оказывают влияние со стороны общества; зоозащитникам постоянно приходится противодействовать официальным структурам. Эффективность деятельности организаций снижают противоречия на гендерной или расовой почве, отсутствие согласованности в действиях между зоозащитными организациями [19].

Н. В. Левченко проанализировала опыт взаимодействия граждан и властных структур в решении проблем бездомных животных. Исследователь отмечает необходимость повышения эффективности деятельности органов власти в этой сфере [20]. В научной работе Г. Ж. Бальтановой, А. А. Лычко и В. С. Шерстюковой внимание уделяется разработке законодательства об ответственном отношении к животным в 2020–2022 гг. [21].

В публикациях российских авторов, освещающих региональную специфику решения проблемы бездомных животных, содержатся сведения о состоянии приютов для бездомных животных, однако во всех регионах, включая столичные города, предпринимаемые меры по борьбе с бездомностью не являются эффективными [10; 22]. Об этом свидетельствует рост численности бездомных животных [23].

В настоящее время существует множество исследований, посвященных проблемам разработки законодательства, связанного с правами животных. Так, животных стали

рассматривать в качестве субъектов правового регулирования, наделяя их правами. Проблеме ответственного отношения к животным посвящена работа Л. Л. Мехришвили и К. Н. Скифской. Авторы рассматривают российское законодательство, предписывающее определенные правила содержания животных, а также выделяют наиболее проблемные аспекты. Они связаны с тем, что существующие нормативные акты во многом опережают реально существующую практику. В результате существующие законодательные нормы не подкрепляются условиями для их реального воплощения. В частности, как отмечают исследователи, недостаточно урегулированы вопросы, относящиеся к деятельности приютов для бездомных животных. На данные организации возложены основные функции по содержанию бездомных животных, однако сами правила содержания животных в этих заведениях не являются объектом правового регулирования [24].

Методы и материалы

Цель анкетного опроса состояла в том, чтобы изучить мнения тольяттинцев относительно способов решения проблемы бездомных животных, которые в настоящее время предпринимаются в городе. Для достижения цели в 2019 г. было проведено интернет-анкетирование жителей Тольятти. Понятие *бездомные животные* в рамках исследования рассматривалось в широком смысле, т. е. как животные, которые не имеют хозяев, а также находятся в городских пространствах без надзора владельцев. Такая трактовка позволяет взглянуть на проблему глазами горожанина, который наблюдает за животными в городской среде.

В анкетировании приняли участие 386 респондентов: 1) 43 % составляют мужчины, 57 % – женщины; 2) 58 % – молодежь (17–30 лет), 42 % – люди среднего и старшего возраста (31–54 года). Данная модель исследования дала возможность выявить некоторые особенности отношения к способам решения проблем бездомных животных в зависимости от гендерных и возрастных характеристик.

Результаты опроса дополнены материалами неструктурированного наблюдения, которое было проведено в сентябре 2019 г. в трех районах города: Центральном, Автозаводском, Комсомольском. Задачи наблюдения включали описание ситуаций, связанных с нахождением бездомных животных в городской среде, а также ситуаций, в которых прослеживается отношение горожан к безнадзорным животным.

Результаты

Согласно полученным данным, 86 % респондентов приходилось встречать на улицах города бездомных животных. Их можно увидеть в подъездах, во дворах, на улицах, особенно возле продуктовых магазинов, на рынках. Судя по наблюдениям, к бездомным кошкам население относится более лояльно, т.к. их постоянно подкармливают, пускают в подъезды и т.д. По внешнему виду кошки иногда трудно понять, является ли она бездомной или просто «гуляет сама по себе». Некоторые кошки выбегают во двор дома из подъезда без сопровождения хозяев. Что касается бездомных собак, то здесь ситуация несколько сложнее. Если собака внушительных размеров, то люди стараются отойти от нее дальше. Наблюдения за людьми, которые принесли корм, показывают, что собаки ждут на безопасном расстоянии, когда человек кладет корм, потом животные хватают еду и убегают.

В некоторых общественных местах наблюдается скопление бродячих собак. Например, на одной из остановок общественного транспорта под навесом живут несколько собак. При этом рядом с ними на тротуаре надпись, призывающая не кормить животных. Вероятно, здесь присутствует скрытый конфликт между любителями животных, которым удобно кормить собак по дороге на работу, и властными структурами, отвечающими за порядок в общественных местах.

Участникам анкетирования был задан вопрос ***В каких ситуациях Вы взаимодействовали с бездомными животными?*** 10 % участников опроса взяли домой бездомное животное, сделали его своим питомцем. 58 % респондентов оказывали помощь бездомным животным (давали корм). Женщины на 6 %, а представители молодого поколения на 12 % чаще проявляли заботу о бездомных животных, оказывали им различные виды помощи. 23 % респондентов подвергались нападению со стороны бездомных животных. Этот вариант на 6 % чаще представлен в ответах мужчин и на 12 % – представителей среднего и старшего поколения. 15 % участников опроса видели на улице бездомных животных, но не взаимодействовали с ними.

Результаты наблюдения показывают, что некоторые бездомные или безнадзорные собаки лают и кидаются на машины, велосипедистов. Такие животные агрессивны и опасны. Скопление собачьих стай находится в промышленной зоне города, где животные редко сталкиваются с людьми, становятся дикими. Агрессивны также кормящие собаки, которые защищают своих щенков. На парковках автомобилей, на дорогах бездомные животные создают опасные ситуации, угрожающие их жизни. Некоторые животные попадают под автомобили.

На вопрос ***Испытываете ли Вы чувство опасности, сталкиваясь с бездомными животными?*** утвердительно ответили 18 % респондентов (ответ на 10 % больше распространен среди тольяттинцев среднего и старшего возраста). Вариант «скорее да» выбрали 25 % респондентов (на 5 % больше распространен среди представителей старшего поколения). Таким образом, 43 % опрошенных испытывают в той или иной форме чувство опасности, сталкиваясь с бездомными животными. При этом среди респондентов старшей возрастной группы этот показатель составляет 58 %. Вариант «скорее нет» при ответе на вопрос о чувстве опасности при встрече с бездомными животными выбрали 31 % респондентов, а вариант «нет» – 19 %. Следовательно, половина

участников опроса не испытывает опасений при встрече с бездомными животными. Представители молодежи на 16 % чаще выбирают эти варианты ответа. Затрудняются ответить на вопрос 7 % опрошенных.

Проблема бездомных животных в настоящее время приобретает значительные масштабы. Она требует особого изучения и анализа, т.к. формирование нового мировоззрения населения, а также создание эффективной государственной политики, направленной на решение проблемы, являются одними из немаловажных факторов экологической культуры.

При ответе на вопрос ***Насколько актуальна проблема контроля над бездомными животными на фоне других городских проблем?*** первоочередное решение проблемы актуально для 35 % респондентов. Мнение о ее высокой значимости на 9 % чаще распространено среди женщин (по отношению ко всем опрошенным); на 10 % – среди представителей среднего и старшего поколения (по отношению к молодежи). Половина опрошенных (52 %) заявляет о необходимости обращения к данной проблеме после того, как будут решены другие проблемы городской среды. Это мнение на 6 % чаще разделяют представители молодежи. 7 % респондентов полагают, что проблему решать не нужно, т.к. она не приобретает серьезных масштабов. 3 % опрошенных не верят, что проблему можно решить. 3 % респондентов затрудняются ответить на вопрос. Таким образом, проблема бездомных животных представляется актуальной для 87 % респондентов, однако больше половины из них полагают, что она является менее важной, чем другие проблемы городской среды.

Вопрос ***Насколько эффективно в городе осуществляется контроль над бездомными животными?*** только у 2 % респондентов выявил положительную оценку, считающих, что «проблема решается эффективно». 18 % респондентов полагают, что контроль над бездомными животными осуществляется «скорее хорошо»: есть некоторые положительные изменения, но их недостаточно для того, чтобы полностью решить проблему. Четверть опрошенных (25 %) не наблюдает положительных тенденций. Мнения о том, что контроль осуществляется «скорее плохо», придерживаются 23 % опрошенных: ситуация постепенно меняется, но методы оставляют желать лучшего. Данный ответ на 7 % чаще встречается в анкетах женщин и молодежи. Четвертая часть участников опроса (25 %) считает, что проблема бездомных животных решается «очень плохо»: бездомных животных не становится меньше, а методы борьбы с ними жестоки и бесчеловечны. Затрудняются ответить на вопрос 7 % тольяттинцев. Следует отметить, что только 20 % респондентов на сегодняшний день удовлетворены мерами, которые предпринимаются для решения проблемы бездомных животных. Соответственно, почти 80 % респондентов не считают их эффективными.

Анализ ответов на вопрос ***Как Вы относитесь к стерилизации бездомных животных?*** показал положительное отношение к этой мере 31 % опрошенных, с точки зрения которых рост популяций бездомных животных представляет большую опасность. Респондентов, считающих стерилизацию бездомных животных необходимой, на 5 % больше среди представителей среднего и старшего поколения. Скорее положительное отношение к стерилизации бездомных животных выражает также 31 % респондентов, мотивируя это тем, что данная мера является более гуманной, чем уничтожение животных. Таким образом, 62 % респондентов поддерживают стерилизацию бездомных животных. 10 % тольяттинцев относятся к стерилизации скорее отрицательно, рассматривая ее как жестокое обращение с животными. 9 % участников опроса выражают резко отрицательное отношение, считая, что стерилизация животных нарушает естественные процессы. Данное мнение представители молодежи выражают на 7 % чаще, чем другие респонденты. Затрудняются ответить на вопрос 17 % опрошенных, выбрали вариант «другое» – 2 %.

При ответе на вопрос ***Как Вы относитесь к уничтожению бездомных животных?*** высказались в пользу уничтожения 5 % респондентов, мотивируя это тем, что бездомные животные являются источником опасных заболеваний. Пятая часть респондентов (20 %) считает необходимым уничтожать больных или агрессивных бездомных животных. Этот вариант на 8 % чаще отмечают представители среднего и старшего поколения. Таким образом, уничтожение бездомных животных поддерживает примерно четвертая часть опрошенных: среди респондентов среднего и старшего поколения их численность составляет 36 %, а среди молодежи – 14 %. Скорее отрицательное отношение к уничтожению у 23 % участников опроса, заступающихся за животных, которые не виноваты в отсутствии у них хозяев. Данный вариант ответа на 5 % чаще распространен среди представителей старшего поколения. Отрицательное отношение к уничтожению представлено в анкетах 45 % опрошенных, считающих, что животные имеют право на жизнь. Молодежь выражает эту точку зрения в 64 % анкет, что на 19 % превышает результаты опроса по массиву. В целом отрицательное отношение к уничтожению бездомных животных характерно для 68 % тольяттинцев. Среди молодежи противниками уничтожения являются 82 % респондентов, а среди среднего и старшего поколения – 54 %.

Ответы на вопрос ***Кто должен заниматься контролем над бездомными животными?*** показали, что, по мнению 44 % респондентов, контролировать бездомных животных должны государственные структуры. Эту позицию на 6 % чаще поддерживают представители молодого поколения. Решение проблем бездомных животных 32 % опрошенных возлагают на органы местного самоуправления. В этой категории на 12 % больше людей среднего и старшего возраста, чем молодежи. По мнению 20 % тольяттинцев, проблемами бездомных животных должны заниматься общественные организации. Этот вариант

встречается в 32 % анкет молодежи, что на 12 % чаше, чем в среднем. Функции по контролю над бездомными животными 11 % респондентов возлагают на волонтеров. Таким образом, ответственность за регулирование численности бездомных животных, создание приютов для их содержания, по мнению опрошенных, лежит в большей степени на государственных, муниципальных органах, а также на общественных организациях.

В анкетах был задан вопрос ***Какие методы регулирования численности бездомных животных являются оптимальными?*** 48 % респондентов высказываются в пользу строительства приютов для долговременного содержания животных за счет пожертвования горожан. Этот вариант ответа пользуется поддержкой женщин на 6 % чаще; среди представителей молодого поколения 62 % сторонников строительства приютов, что на 14 % превышает данные по массиву. Идея создания специальных служб надзора за домашними и бездомными животными пользуется поддержкой у 38 % респондентов. Представители молодежи на 8 % чаще выбирают данный вариант ответа. 36 % респондентов считают целесообразными меры воздействия на хозяев домашних животных, чтобы они не бросали своих питомцев. Среди эффективных мероприятий по контролю над бездомными животными 35 % участников опроса отметили проведение акций, цель которых – найти бездомным животным хозяев. Данные меры на 7 % чаще отмечены в анкетах женщин, а также пользуются большей поддержкой среди молодежи. Среди всех опрошенных, считающих необходимым проводить подобные акции, представителей младшей возрастной группы на 11 % больше. Стерилизацию бездомных животных с возвращением в прежнюю среду отметили 31 % респондентов. Мужчины выделяют этот вариант ответа на 7 % чаще, представители среднего и старшего поколения – на 11 %. Уничтожение бездомных животных считают возможным 12 % респондентов. Эта мера пользуется поддержкой на 10 % чаще среди представителей среднего и старшего поколения, чем среди молодежи.

Участникам анкетирования был задан вопрос ***Можете ли Вы взять бездомное животное к себе домой в качестве питомца?*** Утвердительно ответили 17 % респондентов, мотивируя это любовью к животным. Данный вариант на 5 % чаще отмечали женщины. Более осторожный вариант «скорее да» выбрали 22 % опрошенных, при этом отметив, что для них не являются важными порода или возраст животного. Среди женщин этот вариант ответа отмечен в 30 % анкет, что на 8 % чаще, чем по массиву. Вариант «скорее нет», свидетельствующий о неготовности взять бездомное животное домой, выбрали 22 % опрошенных. Данная позиция чаще характерна для мужчин, 30 % которых смущают возможные проблемы с питомцами. Вариант «скорее нет» также выбрали 28 % молодежи, что на 6 % превышает средние результаты. Отсутствие желания заводить питомцев из числа бездомных животных отмечено в 21 % анкет. Подобная позиция связана с желанием заводить породистых животных или не заводить их совсем. Мужчины на 5 % чаще придерживаются такого мнения. Представители молодежи выбирают этот вариант ответа на 13 % реже. Затрудняются ответить на вопрос 18 % тольяттинцев.

Респондентам был задан вопрос ***Какую благотворительную помощь Вы оказывали бездомным животным?*** Помощь непосредственно самому животному оказывали 24 % респондентов. Приютам для бездомных животных помогали 12 % опрошенных. Среди женщин этот вариант выбрали 22 % респондентов, среди мужчин – всего 2 %. Принимали участие в работе приютов 18 % представителей молодежи и всего 6 % представителей старшего поколения. Не участвовали в помощи приютам по причине отсутствия финансовой возможности 19 % тольяттинцев. Не участвовали в благотворительной помощи, поскольку не знают, куда обратиться, 15 % респондентов. Данный вариант на 7 % чаще отмечают мужчины. Также он встречается в 20 % анкет представителей старшего поколения. Не участвуют в благотворительной помощи приютам 15 % участников анкетирования, т.к. не считают это нужным. Данный ответ предпочтителен для 26 % мужчин, что на 9 % превышает средние показатели. Этот же вариант на 5 % чаще выбирали представители среднего и старшего поколения. Затруднились ответить на вопрос 17 % респондентов.

Заключение

Бездомные животные, обитающие в населенных пунктах, являются источником социальной проблемы, которая привлекает внимание общественности и ученых. Согласно анализу публикаций отечественных и зарубежных авторов, она часто бывает вызвана недостатками нормативной базы, регулирующей правомерность тех или иных действий социальных субъектов в отношении бездомных животных. Публикации зарубежных авторов свидетельствуют о том, что даже при условии наличия средств для временного содержания бездомных животных в приютах, эта проблема является актуальной для современного общества.

Волонтерские объединения, общественные организации пытаются привлечь внимание гражданского общества к необходимости поиска эффективных способов контроля над бездомными животными. Исследования отечественных авторов показывают, что большая численность бездомных животных вызвана отсутствием эффективных механизмов, влияющих на меру ответственности владельцев за содержание питомцев. Это приводит к тому, что значительная часть животных оказывается на улице, подвергаясь рискам безнадзорного существования, а также порождая риски для социума.

Согласно результатам исследования, проведенного в Тольятти, бездомные и безнадзорные животные довольно часто встречаются на городской территории. Многие участники опроса сталкивались с этим явлением. Социальная проблема бездомных животных рассматривается респондентами в контексте проблем качества городской среды.

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-60-69

Однако, по мнению значительного количества респондентов, она не требует первоочередного решения по сравнению с другими проблемами города. Участники опроса воспринимают бездомных животных как часть городского пейзажа, которая не представляет особой опасности.

Многие участники опроса в настоящее время не удовлетворены тем, какие меры предпринимаются для создания приютов, а также способами регулирования количества бездомных животных. При этом ответственность в решении этих проблем они возлагают на органы власти и общественные организации. Мероприятия, которые реализуются в городе для контроля над бездомными животными, воспринимаются тольяттинцами неоднозначно. Почти две трети респондентов поддерживают меры по стерилизации бездомных животных. Четвертая часть участников опроса считает возможным уничтожение агрессивных и больных бездомных животных.

Однако при ответе на вопрос о том, какие меры участники опроса считают эффективными, стерилизация и уничтожение бездомных животных не пользуются особой популярностью, особенно среди женщин и молодежи. Примерно половина респондентов отмечает необходимость создания приютов для долговременного содержания животных, а также специальных служб по надзору за домашними и бездомными животными. Эти меры чаще поддерживают женщины и представители молодежи. Несмотря на то, что приюты предлагается содержать за счет благотворительности, результаты опроса не дают оснований считать, что такие сборы будут достаточными.

Многие респонденты трактуют благотворительность как помощь конкретному животному, которая выражается в покупке корма бездомной кошке или собаке. Однако такая благотворительность вряд ли сможет когда-либо решить проблему. Животным помогают выжить, что является гуманной мерой, но не способствующей сокращению бездомных животных.

В России контроль над бездомными животными нередко рассматривают отдельно от проблемы существования безнадзорных животных. Однако проблемы тесно связаны между собой. Животное, находящееся на улице без надзора владельцев, рано или поздно может оказаться среди бездомных. Только треть опрошенных поддерживает меры по контролю над содержанием домашних животных, по просвещению их владельцев.

Необходимость нормативного регулирования содержания домашних животных, прививания от болезней, выгула, контроля над размножением, стерилизаций не рассматривается в контексте борьбы с бездомностью животных. Именно такие меры, опирающиеся на законодательные нормы, смогут изменить общественное сознание и оказать существенное воздействие на поиск эффективных способов решения проблемы.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interest: The author has stated that there are no potential conflicts of interest regarding the research, authorship and/or publication of this article.

Литература / References

1. Титаренко Л. Г. Типы экологического поведения: Homo ecologus vs. Homo consumer. *Социологический альманах.* 2015. № 6. С. 105–115.
   Titarenko L. G. Types of ecological behaviour: Homo ecologus vs. Homo consumer. *Sotsiologicheskii almanakh*, 2015, (6): 105–115. (In Russ.)
2. Кихтенко Д. Б., Редков С. Н., Морозов И. М. Проблема бездомных животных и распространение бешенства в Российской Федерации. *Наука и социум*: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Новосибирск, 14–15 мая 2017 г.) Новосибирск: ЧУДПО СИППППИСР, 2017. С. 76–80. https://doi.org/10.38163/978-5-9908021-6-2
   Kikhtenko D. B., Redkov S. N., Morozov I. M. The problem of stray animals and the spread of rabies in the Russian Federation. *Science and society*: Proc. All-Russian Sci.-Prac. Conf. with Intern. Participation. Novosibirsk, 14–15 May 2017. Novosibirsk: SIPPPSR, 2017, 76–80. (In Russ.) https://doi.org/10.38163/978-5-9908021-6-2
3. Лучкова В. А. Отношение к бездомным животным в городской среде. *Инновационная научная современная академическая исследовательская траектория (ИНСАЙТ)*. 2020. № 2. С. 80–87.
   Luchkova V. A. Attitude towards homeless animals in the urban environment. *INSIGHT*, 2020, (2): 80–87. (In Russ.)
4. Ермакова С. Н. Общественное отношение к бездомным животным в Российской Федерации (на примере жителей Белгородской области). *Скиф. Вопросы студенческой науки*. 2019. № 12-2. С. 188–192.
   Ermakova S. N. Public attitude to homeless animals in the Russian Federation (on the example of residents of the Belgorod region). *SKIF. Voprosy studencheskoi nauki*, 2019, (12-2): 188–192. (In Russ.)
5. Колесниченко М. Б., Корнилова К. А. Исследование отношения к животным в социологии. *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки*. 2020. № 1. С. 100–112. https://doi.org/10.15593/2224-9354/2020.1.8
   Kolesnichenko M. B., Kornilova K. A. Sociological study of attitude to animals. *PNRPU Sociology and Economics Bulletin*, 2020, (1): 100–112. (In Russ.) https://doi.org/10.15593/2224-9354/2020.1.8

6. Бирючинская Т. А. О воспитании этичного отношения к животным. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2020. № 3. С. 6–11. https://doi.org/10.25198/1814-6457-226-6
Biryuchinskaya T. A. About raising an ethical attitude to animals. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2020, (3): 6–11. (In Russ.) https://doi.org/10.25198/1814-6457-226-6
7. Amiot C. E., Bastian B. Solidarity with animals: assessing a relevant dimension of social identification with animals. *PLoS ONE*, 2017, 12(1) https://doi.org/10.1371/journal.pone.0168184
8. Flynn C. P. Acknowledging the "zoological connection": a sociological analysis of animal cruelty. *Society & Animals*, 2001, 9(1): 71–87. https://doi.org/10.1163/156853001300109008
9. Жукова Т. А., Романюк А. С. Подходы к борьбе с жестоким обращением с животными в России (по материалам анкетного опроса в г. Краснодар). *Общество: социология, психология, педагогика*. 2021. № 8. С. 72–78. https://doi.org/10.24158/spp.2021.8.9
Zhukova T. A., Romanyuk A. S. Approaches to combating animal cruelty in Russia (based on the materials of a questionnaire survey in Krasnodar). *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*, 2021, (8): 72–78. (In Russ.) https://doi.org/10.24158/spp.2021.8.9
10. Кучина А. А., Дюмин М. С. Отношение общества к бездомным животным на примере городов Иваново и Владимир. *Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ*. 2016. № 4. Режим доступа: https://e-journal.omgau.ru/index.php/2016-god/7/32-statya-2016-4/467-00212 (дата обращения: 05.11.2021).
Kuchina A. A., Dyumin M. S. The attitude of society to homeless animals on the examples of Ivanovo and Vladimir cities. *Elektronnyi nauchno-metodicheskii zhurnal Omskogo GAU*, 2016, (4). Available at: https://e-journal.omgau.ru/index.php/2016-god/7/32-statya-2016-4/467-00212 (accessed 5 Nov 2021). (In Russ.)
11. Сторожук А. Ю. Гуманитарная экспертиза проблемы бездомных животных (на примере базы реабилитации животных в г. Кольцово). *Человек.RU*. 2020. № 15. С. 311–323. https://doi.org/10.32691/2410-0935-2020-15-311-323
Storozhuk A. Yu. Humanitarian expertize of the problem of homeless animals (on the example of the animal rehabilitation base in Koltsovo). *Chelovek.RU*, 2020, (15): 311–323. (In Russ.) https://doi.org/10.32691/2410-0935-2020-15-311-323
12. Панфилова А. О., Смолина А. А. Отношение к проблеме бездомных животных в артикуляции сообщества в социальной сети (на материалах исследования). *Society and Security Insights*. 2021. Т. 4. № 2. С. 141–150. https://doi.org/10.14258/ssi(2021)2-11
Panfilova A. O., Smolina A. A. Attitude towards the issue of homeless animals in the articulation of community in social media (based on research materials). *Society and Security Insights*, 2021, 4(2): 141–150. (In Russ.) https://doi.org/10.14258/ssi(2021)2-11
13. Русакова И. В. Влияние демографических процессов на численность безнадзорных животных в российских городах. *Петербургская социология сегодня*. 2017. № 8. С. 73–90.
Rusakova I. V. Influence of demographic processes on the number of homeless animals in Russian cities. *Petersburgskaya sotsiologiya segodnya*, 2017, (8):73–90. (In Russ.)
14. Боровик М. А., Михель Д. В. Движения по защите животных: история, политика, практика. *Журнал исследований социальной политики*. 2010. Т. 8. № 2. С. 227–252.
Borovik M. A., Mikhel D. V. Animal protection movements: history, politics, and practice. *Zhurnal Issledovanii Sotsial'noi Politiki*, 2010, 8(2): 227–252. (In Russ.)
15. Бареев М. Ю., Самойлова Е. А. Становление зооволонтерского движения: региональный опыт. *Регионология*. 2018. Т. 26. № 1. С. 141–154. https://doi.org/10.15507/2413-1407.102.026.201801.141-154
Bareev M. Yu., Samoilova E. A. Development of animal rights volunteer movement: regional experience. *Regionology*, 2018, 26(1): 141–154. (In Russ.) https://doi.org/10.15507/2413-1407.102.026.201801.141-154
16. Полутин С. В., Самойлова Е. А. Социологический портрет российского зоозащитного движения. *Регионология*. 2020. Т. 28. № 1. С. 184–199. https://doi.org/10.15507/2413-1407.110.028.202001.184-199
Polutin S. V., Samoilova E. A. A sociological portrait of the animal welfare movement in Russia. *Regionology*, 2020, 28(1): 184–199. (In Russ.) https://doi.org/10.15507/2413-1407.110.028.202001.184-199
17. Левченко Н. В. Российские зоозащитники: кто они и как действуют? *Социологические исследования*. 2015. № 2. С. 149–153.
Levchenko N. V. Russian animal protectors: who are they and how they act? *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2015, (2): 149–153. (In Russ.)
18. Горбулёва М. С., Мелик-Гайказян И. В., Мелик-Гайказян М. В. Почему российские защитники животных такие и так действуют? *Социологические исследования*. 2016. № 4. С. 157–158.
Gorbuleva M. S., Melik-Gaykazyan I. V., Melik-Gaykazyan M. V. Why Russian animal protectors are as they are and why do they act they do? *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2016, (4): 157–158. (In Russ.)

19. Gorski P. C., Lopresti-Goodman S. M., Rising D. "Nobody's paying me to cry": the causes of activist burnout in United States animal rights activists. *Social Movement Studies*, 2019, 18(3): 364–380. https://doi.org/10.1080/14742837.2018.1561260
20. Левченко Н. В. Влияние граждан на процесс принятия решений (на примере проблемы бездомных животных). *Вестник Института социологии*. 2011. № 3. С. 254–267.
Levchenko N. V. The influence of citizens on the decision-making process: the case of the problem of homeless animals. *Vestnik instituta sotziologii*, 2011, (3): 254–267. (In Russ.)
21. Бальтанова Г. Ж., Лычко А. А., Шерстюкова В. С. Анализ развития законодательства Российской Федерации в отношении бездомных животных. *Научные исследования и разработки*: сб. науч. работ 69-й Междунар. науч. конф. Евразийского научного объединения. (Москва, 26–27 ноября 2020 г.) М.: ЕНО, 2020. Ч. 5. С. 320–322.
Baltanova G. Zh., Lychko A. A., Sherstiukova V. S. Development of legislation of the Russian Federation in relation to homeless animals. *Scientific researches and developments*: Proc. 69th Intern. Sci. Conf. of Eurasian Scientific Association, Moscow, 26–27 Nov 2020. Moscow: ESA, 2020, pt. 5, 320–322. (In Russ.)
22. Зонова А. Б., Плешакова В. И. Проблема бездомных собак в Омске. *Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ*. 2016. № 4. Режим доступа: https://e-journal.omgau.ru/index.php/vyp-rus/2106-rus/4-7-rus/32-statya-2016-4/495-00240 (дата обращения: 05.11.2021).
Zonova A. B., Pleshakova V. I. The problem of stray dogs in Omsk. *Elektronnyi nauchno-metodicheskii zhurnal Omskogo GAU*, 2016, (4). Available at: https://e-journal.omgau.ru/index.php/vyp-rus/2106-rus/4-7-rus/32-statya-2016-4/495-00240 (accessed 5 Nov 2021). (In Russ.)
23. Веселова Н. Ю., Бычкова Н. П. Организационно-правовые аспекты совершенствования муниципального управления в области содержания безнадзорных животных. *Естественно-гуманитарные исследования*. 2021. № 34. С. 57–62. https://doi.org/10.24412/2309-4788-2021-10950
Veselova N. Yu., Bychkova N. P. Organizational and legal aspects of improvement of municipal governance in the field of standing animals. *Natural and humanitarian research*, 2021, (34): 57–62. (In Russ.) https://doi.org/10.24412/2309-4788-2021-10950
24. Мехришвили Л. Л., Скифская К. Н. Ответственное обращение с животными: социально-правовые аспекты регулирования общественных отношений. *Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика*. 2019. № 3. С. 85–97.
Mekhrishvili L. L., Skifskaya K. N. Responsible treatment with animals: social and legal aspects of regulation of public relations. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, 2019, (3): 85–97. (In Russ.)

ВЕСТНИК
КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

оригинальная статья

Трансформация роли потребителя в эволюции маркетинга

Герцик Вера Анатольевна
Луганский государственный университет имени Владимира Даля, Луганская Народная Республика, г. Луганск
https://orcid.org/0000-0002-2512-8997
Vera3244@yandex.ru

Поступила в редакцию 22.01.2022. Принята после рецензирования 16.02.2022. Принята в печать 21.02.2022.

Аннотация: В статье освещен вопрос перемен в деловой среде, приведших к необходимости пересмотра подходов к маркетинговой деятельности предприятий. Цель – проанализировать трансформацию роли потребителя в результате эволюции маркетинга. Реализация цели предполагает решение следующих задач: исследование роли потребителя в деятельности предприятия и понимание потребителя как целостного человека. Представлена эволюция концепций маркетинга с точки зрения значимости потребителя в маркетинговой деятельности предприятий. Дана авторская трактовка понятия *маркетинг взаимоотношений*. Отмечено, что важное значение приобретает подход к потребителям как к участникам совместного творчества. С использованием информации официального сайта Луганского завода трубопроводной арматуры «Маршал» рассмотрен подход к позиционированию предприятия, построению его корпоративных ценностей. Забота об окружающей среде, безопасности и ценностях потребителя позволяют предприятию воздействовать на его разум, сердце и душу. Такое видение роли потребителя даст возможность предприятию укрепить доверие к себе и выстроить стратегическое будущее. Результаты исследования могут быть применены специалистами в области маркетинга и менеджмента, управления устойчивым развитием предприятия.
Ключевые слова: концепция маркетинга, маркетинг взаимоотношений, машиностроительное предприятие, деятельность предприятия, цепочка создания ценностей, доверие потребителя, совместное творчество

Цитирование: Герцик В. А. Трансформация роли потребителя в эволюции маркетинга. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 70–74. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-70-74

original article

Transformation of Consumer's Role in Marketing Evolution

Vera A. Gertsik
Lugansk Vladimir Dahl State University, Lugansk People's Republic, Lugansk
https://orcid.org/0000-0002-2512-8997
Vera3244@yandex.ru

Received 22 Jan 2022. Accepted after peer review 16 Feb 2022. Accepted for publication 21 Feb 2022.

Abstract: The article features the changes in business environment that bring about new approaches to marketing. The role of the consumer undergoes various transformations as a result of the marketing evolution. This study focuses on the consumer as a holistic person, their role in the activities of an enterprise, and the evolution of marketing concepts. The author interprets the concept of relationship marketing and the approach to consumers as participants in joint creativity. The research relied on the data from the official website of the Lugansk Pipe Fittings Plant, which describes its self-positioning, corporate values, etc. The author believes that vision, values, environmental awareness, and consumer safety of the company can affect the worldview of the consumer. This approach strengthens the credibility and strategic future of the company. The article will be of interest to specialists in marketing, management, and sustainable development.
Keywords: marketing concept, relationship marketing, machine-building enterprise, enterprise activity, value chain, consumer trust, co-creation

Citation: Gertsik V. A. Transformation of Consumer's Role in Marketing Evolution. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 70–74. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-70-74

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

Введение

Последние события третьего тысячелетия (кризис 2008–2009 гг., пандемия COVID-19) вызвали самый глубокий спад в экономике многих стран, что обусловило изменения в приоритетах деятельности предприятий. С точки зрения маркетинга происходит переориентация их деятельности с рынка на потребности отдельно взятого потребителя. Ориентированная на потребителя деятельность предприятия становится весьма актуальным вопросом.

Эволюционные подходы к становлению теории маркетинга и развитию концепции маркетинга рассмотрены в работах Х. Мефферта [1], Р. П. Багоцци [2], Р. Э. Абделала и Р. С. Тедлоу [3], Дж. Р. Эванса и Б. Бермана [4], Ф. Котлера [5] и др. Проблематика современной трансформации маркетинга и изучение деятельности, ориентированной на маркетинг, нашли свое отражение в трудах Ф. Котлера и К. Л. Келлера [6], Е. П. Голубкова [7], Г. Л. Багиева, В. М. Тарасевича и Х. Анна [8], А. П. Панкрухина [9], Б. А. Соловьева [10] и др.

В обсуждении данного вопроса принимают участие экономисты, социологи, психологи. Вместе с тем действие современных факторов трансформации национальной экономики требует продолжения этих исследований, особенно относительно потребителя и его роли в маркетинговой деятельности предприятий.

Методы и материалы. Теоретическое исследование основано на научных работах, посвященных становлению и развитию маркетинга. Применялись такие методы научного познания, как сравнение, в процессе которого роль потребителя концепции маркетинга сравнивалась со всеми последующими концепциями; метод синтеза для понимания трансформации роли потребителя в эволюции маркетинга. Информационной базой исследования послужили публикации на официальном сайте Луганского завода трубопроводной арматуры «Маршал» (ЛЗТА «Маршал»)[1], которые позволили сформировать систему ценностей предприятия.

Результаты

Развитие маркетинга на протяжении последних лет наблюдается в двух основных направлениях: расширении и углублении. Расширение маркетинга состоит в увеличении круга экономических и неэкономических сфер его использования. При этом происходит процесс сосуществования маркетинга и общества. С одной стороны, маркетинг распространился на неэкономические сферы жизни. С другой – экономически ориентированный маркетинг стал открытым для неэкономических ценностей. Наряду с этим видоизменяется роль потребителя в маркетинге (табл.).

Одновременно с ростом значения маркетинга для разных сфер жизнедеятельности усовершенствовалась и углубилась методика маркетинга. Маркетинг развился от категории средства к категории стратегического образа мышления и предпринимательской философии: он начинает занимать стратегические позиции в управлении предприятием, а деятельность предприятия – приобретать рыночную ориентированность [11].

П. Винкельманн рассматривает рынок через призму клиентов, как целевую аудиторию компании. По мнению ученого, компании, придерживающиеся данной концепции, добиваются высоких результатов и преимуществ перед конкурентами при условии производства продукции и сервиса, обеспечивающих выгоды для клиента [12]. В связи с этим актуальным становится вопрос используемых технологий, посреднических структур и имеющегося потенциала предприятия (рис.).

Таким образом, главным действующим лицом в ***концепции маркетинга*** становится потребитель со своими нуждами и потребностями. Целью деятельности предприятия является их удовлетворение посредством товара и целого ряда факторов, связанных с его созданием и потреблением. В качестве инструмента достижения цели используется маркетинг-микс. При этом деятели рынка понимают, что клиенты отличаются друг от друга

Табл. Трансформация роли потребителя в эволюции маркетинга
Tab. Consumer's role in marketing evolution

Концепция	Роль потребителя в маркетинге	Цель маркетинговой деятельности
Маркетинг	потребитель рассматривается с точки зрения нужд и потребностей	удовлетворить потребителей посредством товара и целого ряда факторов, связанных с его созданием и потреблением
Социально-этичный маркетинг	потребитель рассматривается не только с точки зрения нужд, потребностей, но и желаний, интересов	
Маркетинг отношений	нужды и потребности потребителя рассматриваются как центр вселенной	превзойти ожидания потребителей при условии удовлетворения социальных и психологических потребностей
Современный маркетинг	потребитель рассматривается с точки зрения целостного человека и участника совместного творчества	

[1] Завод запорной арматуры ЛЗТА «Маршал». Режим доступа: https://lztamarshal.ru/ (дата обращения: 15.01.2022).

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-70-74

не только по месту расположения, но и по другим параметрам. С учетом уникальности их потребностей были выделены отдельные сегменты рынка, что позволило более целенаправленно удовлетворять эти потребности, разработав отдельную маркетинговую программу.

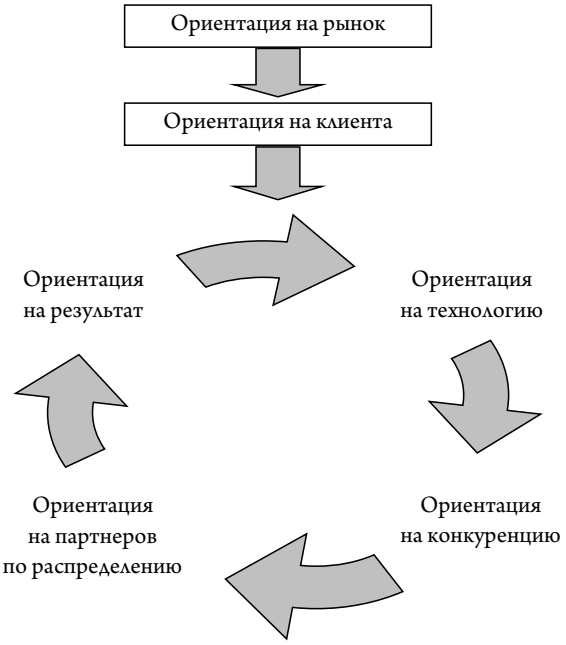

Рис. Элементы ориентации на рынок
Fig. Elements of market orientation

Стремление деятелей рынка к желаемой удовлетворенности нужд целевых потребителей параллельно с ориентацией на их интересы (вопросы здоровья, состояние окружающей среды и т. п.) послужили причиной появления ***концепции социально-этичного маркетинга***. В данной концепции мы можем выделить три заинтересованные стороны взаимоотношений: предприятие, потребитель и общество. Отметим, что взаимоотношения будут продуктивными только при условии сбалансированности интересов сторон.

Исследования Д. Баллантайна и коллег показали, что в условиях открытости рынков повышается уровень изменений окружающей среды предприятия, сложность внутри организационных границ и между ними. Создание более открытых отношений с ключевыми клиентами и другими заинтересованными сторонами открывает новые возможности новым способом [13]. Эти причины обусловили необходимость создания ***концепции маркетинга отношений***. Используя институциональный подход к определению маркетинга отношений, Ж.-Ж. Ламбен рассматривает его как систему маркетинга, которая устанавливает длительные и конструктивные связи с потребителями [14]. С. Х. Дойль и Дж. Т. Рот утверждают, что «завоевание» бизнес-потребителя возможно через развитие доверия в течение длительного периода времени [15].

Исследования, проведенные нами в этом направлении, позволили рассмотреть маркетинг взаимоотношений как процесс взаимодействия между участниками обмена (потребителями, хозяйствующими субъектами), основывающийся на доверии, в результате которого создаются нематериальные (отношенческие) активы, обеспечивающие достижение целевых ориентиров в перспективе и долговременный успех предприятия [16]. Для эффективного рынка необходим оптимальный уровень доверия, который включает в себя как личностное доверие, так и институциональное [17]. Р. Бест выдвинул аргумент о том, что, у компании, встраивающей внимание к клиенту в свою деятельность, видоизменяется видение своего поведения на рынке не только по отношению к клиенту, но и к конкурентам, и применяемым технологиям. Это позволяет ей выживать в долгосрочной перспективе [18].

Дж. Митчелл отмечает, что для компаний, проповедующих концепцию маркетинга отношений, важным является умение сотрудника устанавливать близкий контакт с клиентом, при котором последний становится важнее всего остального. Эту способность сотрудника он называет «объятие». Именно через «объятие» покупатели переходят в категорию *друзья*, в которой выстраиваются доверительные отношения, позволяющие настолько глубоко изучить их нужды и потребности, чтобы удовлетворять в полной мере [19].

Взаимодействие, интеграция в единый процесс становятся основным звеном механизма осуществления связи производства и потребления; интересы маркетинга смещаются в этом направлении. От понимания предприятия как автономного хозяйственного звена осуществляется подход к представлению о нем как о цепи взаимодействующих фирм и отдельных субъектов рынка, которые совместно участвуют в создании, распределении и доведении ценностей до конечных потребителей. Цепочка создания ценностей реализует взаимодействие производственного и потребительского звеньев; балансируя пропорции производства и потребления, выстраивает взаимоотношения на взаимовыгодной основе. При таком восприятии рыночной организации маркетинг выполняет функцию согласования деятельности различных организаций в системе их взаимодействия. Важно понимать, что система создания ценностей направлена на потребителя, его ожидания и лежит в плоскости его отношений с брендом [20]. При этом маркетологам необходимо не только привлекать внимание к товару, но и инициировать разговоры о бренде [21].

Итак, во-первых, деятель рынка стремится максимально удовлетворить запросы целевого потребителя с целью дальнейших взаимовыгодных отношений. Во-вторых, посредством общения с потребителем создается ценность. В-третьих, формируется лояльность потребителей, которая обеспечивает получение запланированного уровня прибыли.

Для ***концепции маркетинга третьего тысячелетия*** характерным является подход к потребителю как к целостному человеку, который, по утверждению С. Р. Кови,

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-70-74

обладает не только физическим телом, но имеет разум, сердце и душу [22]. Потребителю как живому существу присущи независимое суждение, проявление различных эмоций, пропущенных через сердце и положенных в основу принятия решения о покупке. Следовательно, для того, чтобы сердце клиента заговорило, маркетологам необходимо через позиционирование компании и товара воздействовать в первую очередь на разум.

Исследования деятельности ЛЗТА «Маршал» показали, что предприятие позиционирует себя как производитель качественной запорной арматуры с опытом работы 30 лет. Такое позиционирование компании подтверждается видением ее развития: «Инновации, разработки, интенсивное развитие – наш приоритет!»[2]. Данное видение дополняется информацией о том, что с каждым годом завод развивается, занимает все более лидирующие позиции, происходит рост объемов производства и территории. Внедрение инноваций в технологический процесс способствует повышению ценности продукции предприятия и ее полезности для потребителя. Другими словами, инновационный продукт позволяет предприятию предлагать новые выгоды для потребителя [23; 24].

В то же время, выдвигая позицию, что «главная составляющая успеха – это наши люди, наши сотрудники»[3], компания продолжает воздействовать на разум потребителя. В данном заявлении руководство компании говорит о корпоративных ценностях, указывая на то, что именно благодаря человеческому фактору предприятие двигается к намеченной цели.

По мнению американских исследователей, ценности – это своего рода «основные стандарты поведения корпорации» [25, p. 3]. Заявляя о своих ценностях, ЛЗТА «Маршал» тем самым воздействует на сердце потребителя через информацию о том, что компания является постоянным участником международных выставок Нефтегаз, Aquatherm Moscow-2020[4].

Удовлетворяя запросы целевых потребителей достаточно широким и глубоким товарным предложением, ЛЗТА «Маршал» стремится реализовать их устремления по защите окружающей среды. В частности, на корпоративном сайте размещена информация о сертификации, в том числе подтверждающая стойкость продукции к воздействию климатических факторов, среды использования. Так, например, сертификат сейсмостойкости свидетельствует о том, что в случае землетрясения прочность и целостность продукции компании останутся неизменными или потерпят лишь незначительные изменения, которые не повлекут за собой нанесение вреда окружающей среде и человеку[5].

Очень важным является подход компании к потребителям как к участникам совместного творчества. Это касается работы с клиентами в рамках индивидуального заказа. Кроме того, в уже имеющееся товарное предложение могут вноситься изменения с учетом предложений клиентов. Такой подход, с одной стороны, позволяет достичь более высокого уровня удовлетворения потребностей. С другой – повышает уровень доверия клиентов, что в условиях современности является весьма актуальным. Таким образом, с опорой на концепцию современного маркетинга можно выстроить следующую систему ценностей предприятия:

- разум: «Главная составляющая успеха – это наши люди, наши сотрудники»;
- сердце: международные выставки Нефтегаз и Aquatherm Moscow-2020;
- душа: программа «Защита окружающей среды».

Заключение

Проведенное исследование наглядным образом продемонстрировало, что изменения в деловой среде вызвали масштабные сдвиги в маркетинговой практике. В условиях современности потребитель становится главным приоритетом. Руководителям предприятий следует принять во внимание, что одним из инструментов коммерческого успеха является совместное творчество с потребителями (покупателями). Благодаря такому взаимодействию, между участниками устанавливаются уникальные личные и профессиональные отношения, которые можно рассматривать как доверие. Именно доверие содействует переходу от удовлетворенных покупателей в чрезвычайно удовлетворенных и чрезвычайно преданных.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Литература / References

1. Meffert H. Direkt Marketing und marktorientierte Unternehmensführung. *Das Handbuch Direkt Marketing & More*, Hrsg. Dallmer H. 8. Aufl. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2002, 33–55. https://doi.org/10.1007/978-3-322-90220-7_2

[2] История нашего завода. *Завод запорной арматуры ЛЗТА «Маршал»*. Режим доступа: https://lztamarshal.ru/about/history/ (дата обращения: 15.01.2022).

[3] О компании. *Там же*. Режим доступа: https://lztamarshal.ru/about/ (дата обращения: 15.01.2022).

[4] Aquatherm Moscow-2020. Интервью с представителями ООО ЛЗТА «Маршал». *Вестник арматуростроителя.* 10.03.2020. Режим доступа: http://pop.krani.su/video/intervyu/aquatherm-moscow-2020-intervyu-s-predstavitelyami-ooo-lzta-marshal/ (дата обращения: 15.01.2022).

[5] Сертификаты. *Завод запорной арматуры ЛЗТА «Маршал»*. Режим доступа: https://lztamarshal.ru/sertifikaty/ (дата обращения: 15.01.2022).

2. Багоцци Р. П. Маркетинг как обмен. *Классика маркетинга*, под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2001. С. 49–62.
Bagozzi R. P. Marketing as an exchange. *Marketing Classics*, ed. Kapturevskii Iu. N. St. Petersburg: Piter, 2001, 49–62. (In Russ.)
3. Abdelal R. E., Tedlow R. S. Theodore Levitt's "The Globalization of Markets": An Evaluation after Two Decades. *Harvard NOM Research Paper No. 03-20; Paper No. 03-082.* Harvard Business School, 2003. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.383242
4. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг. М.: Экономика, 1990. 350 с.
Evans J. R., Berman B. *Marketing*. Moscow: Ekonomika, 1990, 350. (In Russ.)
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1990. 736 с.
Kotler Ph. *Marketing Essentials*. Moscow: Progress, 1990, 736. (In Russ.)
6. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. СПб.: Питер, 2012. 816 с.
Kotler Ph., Keller K. L. *Marketing management*. 12th ed. St. Petersburg: Piter, 2012, 816. (In Russ.)
7. Голубков Е. П. Основы маркетинга. М.: Финпресс, 1999. 656 с.
Golubkov E. P. *Fundamentals of marketing*. Moscow: Finpress, 1999, 656. (In Russ.)
8. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Экономика, 2001. 718 с.
Bagiev G. L., Tarasevich V. M., Ann H. *Marketing*. Moscow: Ekonomika, 2001, 718. (In Russ.)
9. Панкрухин А. П. Маркетинг. 6-е изд., стер. М.: Омега-Л, 2009. 656 с.
Pankrukhin A. P. *Marketing*. 6th ed. Moscow: Omega-L, 2009, 656. (In Russ.)
10. Соловьев Б. А. Маркетинг. М.: ИНФРА-М, 2005. 387 с.
Soloviev B. A. *Marketing*. Moscow: INFRA-M, 2005, 387. (In Russ.)
11. Meffert H. Marketing. 9. Aufl. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2000, 1480. https://doi.org/10.1007/978-3-322-93168-9
12. Винкельманн П. Маркетинг и сбыт. М.: Гребенников, 2006. 668 с.
Winkelmann P. *Marketing and sales*. Moscow: Grebennikov, 2006, 668. (In Russ.)
13. Ballantyne D., Christopher M., Payne A. Relationship marketing: looking back, looking forward. *Marketing Theory*, 2003, 3(1): 159–166. https://doi.org/10.1177/1470593103003001009
14. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. *Европейская перспектива*. СПб.: Наука, 1996. 589 с.
Lambin J.-J. *Strategic Marketing. European perspective*. St. Petersburg: Nauka, 1996, 589. (In Russ.)
15. Doyle S. X., Roth G. T. Selling and sales management in action: the use of insight coaching to improve relationship selling. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 1992, 12(1): 59–64.
16. Герцик В. А., Горбачева Е. В. Маркетинг взаимоотношений как рыночная теория управления. *Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля*. 2018. № 12. С. 79–83.
Gertsik V. A., Gorbacheva E. V. Relationship marketing as a market management science. *Vestnik Luganskogo natsionalnogo universiteta imeni Vladimira Dalia*, 2018, (12): 79–83. (In Russ.)
17. Герцик В. А., Ткаченко К. А., Шинкаренко А. С. Влияние фактора доверия на становление и развитие предпринимательства. *Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля*. 2019. № 9. С. 74–78.
Gertsik V. A., Tkachenko K. A., Shinkarenko A. S. Fused factor in formation and deconence warning. *Vestnik Luganskogo natsionalnogo universiteta imeni Vladimira Dalia*, 2019, (9): 74–78. (In Russ.)
18. Бест Р. Маркетинг от потребителя. 4-е изд. М.: Манн, Иванов и Фабер, 2015. 752 с.
Best R. *Market-based management*. 4th ed. Moscow: Mann, Ivanov i Faber, 2015, 752. (In Russ.)
19. Митчелл Дж. Путь к сердцу клиента. СПб.: Питер, 2006. 224 с.
Mitchell J. *Hug your customers*. St. Petersburg: Piter, 2006, 224. (In Russ.)
20. Achar C., So J., Agrawal N., Duhachek A. What we feel and why we buy: the influence of emotions on consumer decision-making. *Current Opinion in Psychology*, 2016, 10: 166–170. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2016.01.009
21. Котлер Ф., Картаджайа Х., Сетиаван А. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете. М.: Бомбора, 2019. 224 с.
Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Moscow: Bombora, 2019, 224. (In Russ.)
22. Кови С. Р. Восьмой навык: от эффективности к величию. 5-е изд. М.: Альпина Паблишерз, 2010. 408 с.
Covey S. R. *The 8th Habit: from Effectiveness to Greatness*. 5th ed. Moscow: Alpina Pablisherz, 2010, 408. (In Russ.)
23. Котляревская И. В., Баженов И. А., Осипов М. И. Маркетинговая парадигма в менеджменте продуктовых инноваций. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2002. № 2. С. 3–8.
Kotlyarevskaya I. V., Bazhenov I. A., Osipov M. I. Marketing paradigm in product innovation management. *Marketing v Rossii I za rubezhom*, 2002, (2): 3–8. (In Russ.)
24. Дойль П., Штерн Ф. Маркетинг, менеджмент и стратегии. 4-е изд. СПб.: Питер, 2007. 544 с.
Doyle P., Stern Ph. *Marketing, Management and Strategy*. 4th ed. St. Petersburg: Piter, 2007, 544. (In Russ.)
25. Van Lee R., Fabish L., McGaw N. The Value of Corporate Values. *Booz Allen Hamilton*, 2005, iss. 39. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.956170

оригинальная статья

Междисциплинарный анализ научной категории *профессиональное определение*

Пьянкова Людмила Алексеевна
Сибирский государственный индустриальный университет, Россия, г. Новокузнецк
https://orcid.org/0000-0003-1486-5542
duby.ludmila@yandex.ru

Поступила в редакцию 20.10.2021. Принята после рецензирования 09.12.2021. Принята в печать 17.01.2022.

Аннотация: Новизна исследования заключается во введении в научный оборот понятия *профессиональное определение*, выступающего не только значимым общественным явлением, но и сложно решаемой структурной проблемой, от которой зависит функционирование пространства экономических отношений, сформированность профессиональных мотивов обучающихся, уровень их профессиональной подготовки. Понятие *профессиональное определение* проанализировано в гносеологическом, экономическом и культурном аспектах. Выделены его основополагающие признаки: 1) движущая сила развития субъекта, взаимосвязь внешних причин и внутренних условий; 2) активный, осознанный, незавершаемый, открытый, цикличный процесс, связанный с кризисом идентичности, выход из которого происходит через выбор траектории пути дальнейшего развития, построения карьеры; 3) значимым циклом выступает юношеский возраст; 4) базовым механизмом является когнитивный процесс, направленный на анализ и решение жизненной ситуации; 5) результат профессионального определения – осознанная деятельность по достижению психологической готовности к выбору; 6) в смысловом отношении близко к самоидентификации, основанной на критериях экономического благополучия, социального и финансового преуспеяния; 7) обусловлено культурными особенностями общества и может быть интерпретировано через конструкт *профессиональный выбор*; 8) выступает как система и процесс, продолжение социально-экономической политики государства. Главным критерием профессионального определения в рамках экономического подхода выступает стремление к достижению достаточно высокого уровня качества жизни, этот процесс в России происходит в условиях ограниченного выбора субъекта.
Ключевые слова: профессиональное самоопределение, профессиональное определение, социально-экономические процессы, социально-экономические условия, профессиональный выбор, профессиональная ориентация

Цитирование: Пьянкова Л. А. Междисциплинарный анализ научной категории *профессиональное определение. Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки.* 2022. Т. 7. № 1. С. 75–88. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-75-88

original article

Interdisciplinary Analysis of the Scientific Category of *Professional Identity*

Lyudmila A. Pyankova
Siberian State Industrial University, Russia, Novokuznetsk
https://orcid.org/0000-0003-1486-5542
duby.ludmila@yandex.ru

Received 20 Oct 2021. Accepted after peer review 9 Dec 2021. Accepted for publication 17 Jan 2022.

Abstract: The present article introduces the concept of *professional identity*. The term defines not only a significant social phenomenon, but also a structural and complex problem that affects economic relations, professional motives of students, and the level of their professional training. The author approaches the concept of professional identity from the epistemological, economic, and cultural aspects in order to highlight its fundamental features. Thus, professional identity is 1) the driving force of self-development that defines the relationship between external causes and internal conditions; 2) an active, conscious, incomplete, open, and cyclical process associated with an identity crisis, which is resolved by choosing the trajectory of further development and career path; 3) a significant cycle of adolescence; 4) a cognitive process aimed at analyzing and solving the life situation; 5) the result of career choice, i.e. a conscious activity to achieve psychological readiness for choice; 6) a kind of self-identification based on the criteria of economic well-being, as well as social and financial prosperity; 7) it depends

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

on the culture and society and can be interpreted through the construct of *career choice*; 8) a system and a process that continue the socio-economic policy of the state. According to the economic approach, the main criterion of professional identity is one's desire to achieve a high quality of life. In Russia, this process takes place in conditions of limited choice.
Keywords: professional self-identity, professional identity, socio-economic processes, socio-economic conditions, professional choice, professional orientation

Citation: Pyankova L. A. Interdisciplinary Analysis of the Scientific Category of *Professional Identity*. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 75–88. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-75-88

Введение

Известно, что социально-экономические процессы – это такие системные трансформации в обществе, которые затрагивают его благосостояние, безопасность, политическую и экономическую стабильность. Они влияют на механизмы социального воспроизводства общества, являясь в нашем исследовании значимым фактором профессионального самоопределения личности. На индивидуальном уровне они выступают источником развития субъекта рынка труда, создающего себя и социум через профессиональное самоопределение / определение. Данные процессы протекают в среде с присущим ей укладом, названным Э. Гидденсом посттрадиционным обществом [1], где стремительно происходят кардинальные изменения во всех его отраслях.

Социально-экономические процессы обусловливают подход субъекта к определению себя в профессии как совокупность его действий в заданных условиях. Исходным для нас является социальный характер труда, на что указывают следующие факторы: отношение человека к нему, тип его общественной организации, взаимодействие в социальных группах по поводу решения профессиональных задач. Главное, что носитель трудовых функций уникален, поскольку обладает определенным комплексом индивидуально-типологических особенностей, направленностью и возможностями. Эти компоненты структуры личности проявляются в существующих социально-экономических и культурных условиях, в которые субъект оказывается включен.

Социально-экономические, политические и культурные изменения в обществе, прямо или косвенно влияющие на качество жизни субъектов, их материальное положение, стабильность и безопасность, в одних случаях позволяют проникнуть в мотивы профессионального самоопределения, ответить на вопросы, чем обусловлен тот или иной личностный и профессиональный выбор субъекта. В других случаях – обнаружить тенденции по поводу поведения целых социальных или профессиональных групп.

В своем исследовании мы определили, что социально-экономические процессы – это маркер функционирования общества, показатель уровня его развития. Основные признаки социально-экономических процессов, зафиксированные в ходе их изучения: турбулентность, экспоненциальность, необратимость.

Турбулентность как новая социально-экономическая и политическая реальность выступает вызовом привычному восприятию субъектом реальности. Она может быть рассмотрена как скачкообразная траектория движения; состояние рассогласования элементов системы, меняющее устоявшийся характер ее функционирования. Прояснить наше понятие турбулентности может ее антагонист – устойчивость.

Экспоненциальность отражает быстроту происходящих технологических, культурных, экономических изменений, когда они оказываются сконцентрированы в одной точке, при этом следующая точка будет представлять еще большую концентрацию трансформаций за еще более короткий временной интервал. Примером экспоненциальных изменений может служить корреляция часов труда, затрачиваемых на обеспечение освещения и время функционирования осветительных приборов. Появившаяся в Древнем Вавилоне около 1770 г. до н. э. первая масляная лампа требовала более 50 ч. труда; созданная в 1790 г. свеча – уже 6 ч. труда; керосиновая лампа, светившая 15 мин., только 15 мин. труда; современнику же требуется 0,5 сек. работы, чтобы обеспечить 1 ч. света.

Уникальность и сложность современных реалий в том, что человек – творец социально-экономических процессов – вывел их функционирование на такой уровень, что они оказались сложно прогнозируемы и не до конца им управляемы. Технологии, созданные субъектом, начинают жить отдельной от него жизнью. При этом ясно одно, что IT-технологии необратимо изменили его представления о способах создания и управления человеческими и производственными ресурсами. Оказавшись в новой реальности, субъект вынужден ее принять, научиться в ней жить, выработав качественно иной привычному взгляд на свое личностное и профессиональное бытие. Именно поэтому для определяющегося субъекта встраивание в существующую социально-экономическую конъюнктуру сопряжено с поиском новых маркеров и форматов идентификации: социально-профессиональной средой; предметом, содержанием, условиями профессиональной деятельности; приоритетными функциями труда, удовлетворяющими его личностные, экономические, культурные запросы.

Осуществленный в нашем исследовании анализ различных аспектов профессионального самоопределения

позволяет рассматривать его не только значимым общественным явлением, но и структурной и сложно решаемой проблемой: от нее зависит функционирование пространства экономических отношений. В то же время субъект, посвятивший себя определенной профессии под влиянием внешних факторов, в ходе обучения демонстрирует несформированность профессиональных мотивов, слабую профессиональную подготовку. В дальнейшем ему трудно найти себя на рынке труда по профессии, и он вынужден вновь осуществлять выбор, что приводит к финансовым и иным потерям как для него самого, так и для страны. Такая постановка вопроса определяет актуальность рассматриваемого явления в ряде экономических проблем общества, требующих незамедлительного решения и системного взгляда на них.

Продуктивное решение проблемы связано с раскрытием профессионального самоопределения как междисциплинарного понятия, предметно обсуждаемого в различных науках; выявлением его гносеологических, экономических и культурных аспектов.

Гносеологический аспект профессионального самоопределения

Исследование гносеологического аспекта профессионального самоопределения – это выделение его основополагающих признаков как объективно существующего явления – некой модели, отражающей его множественный контекст. Поставленная задача может быть реализована, если используется системный взгляд на проблему, связанный с постоянным приращением научных знаний в динамично меняющемся мире, требующем уточнения содержания и объема понятия. Продуктивным в плане решения поставленных задач становится выявление генезиса профессионального определения, которое невозможно рассматривать в отрыве от истории развития понятия в науке, а также от механизма его формирования. Это оказалось возможным благодаря работам Э. Дюркгейма и К. Маркса [2; 3]. Логика нашего исследования сообразуется с пониманием профессионального самоопределения как сложного феномена личности, заключающегося в необходимости совершать выбор своего жизненного и профессионального путей в определенных социально-экономических условиях, увязывая компоненты своего Я: личностное, социальное и производственное. Личностный компонент связан с исследованием психологических основ профессионального самоопределения; социальный – культурных и социологических; производственный – рациональных, позволяющих говорить о некоторой принужденности поведения человека, в базисе которого лежат экономический расчет, выгода, целесообразность. Выбор современного субъекта – это разумный компромисс предпочтений и ограничений. Именно в преодолении существующих противоречий и заключается процесс его развития в личностном, профессиональном, культурном и социально-экономическом отношениях.

Изучение различных аспектов исследуемого понятия позволило обнаружить, что оно достаточно новое в науке, но быстро обрастающее новыми смыслами благодаря развитию, главным образом, психологии, педагогики, а также философии, антропологии, социологии и экономики, которые его насыщают. В научный оборот термин *профессиональное самоопределение* вошел в 80-х гг. XX в. Однако же несколькими годами ранее в рамках философской антропологии и психологии труда стали использовать термин *самоопределение*, который Б. Г. Ананьев, Д. А. Леонтьев, Е. В. Шелобанова, С. Л. Рубинштейн исследовали как свойство сознания личности в процессе ее социального становления в обществе [4–8]. Профессиональное самоопределение стало предметом изучения педагогов, прежде всего, благодаря близко связанному с ним термину *профессиональная ориентация*. Она интерпретируется как этап, предваряющий профессиональное самоопределение, и существует в науке и в практике параллельно с ним, а также как одно из направлений деятельности образовательных учреждений.

Осуществление профессиональной ориентации в пространстве социально-экономических отношений, в определенных социально-экономических условиях и в условиях образования, скорее, идеальная цель. На примере анализа рынка труда Кемеровской области – Кузбасса были зафиксированы противоречия между его реальной нуждаемостью в определенных специалистах и готовностью определяющихся субъектов – студентов Сибирского государственного индустриального университета (СибГИУ) – закрыть вакансии. Нами было установлено, что в отраслевой структуре вакансий наиболее представлены заявки предприятий в сферах обрабатывающего производства (14 %), здравоохранения и социальных услуг (13 %), государственного управления и обеспечения военной безопасности, оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств (по 10 %), строительства, транспортировки и хранения (по 9 %), образования (8 %) [9, с. 38], в то время как молодые люди, получившие высшее образование, ориентированы на высокотехнологические профессии ввиду того, что основной вуз города – СибГИУ – готовит специалистов в области инженерных профессий: строителей, металлургов, горняков, специалистов в области IT-технологий, экологов, теплотехников, транспортников и др.

Исследуя, какие возможности для профессиональной ориентации открывает система образования на различных уровнях в определенных социально-экономических условиях, мы пришли к таким выводам:

- современная школа нацелена на формирование у определяющихся субъектов социально-профессиональных ориентаций, которые не всегда соответствуют реальным потребностям рынка труда ввиду отсутствия четкой программы, где были бы отражены тренды развития общества, влияющие на выбор профессии;

- процесс ориентирования в школах носит нередко агрессивный характер и связан с нуждаемостью школ в обучающихся 10–11 классов, что значительно снижает шансы на образование для тех, кто собирался выбрать рабочие профессии; иногда профориентационные действия педагогов связаны с желанием избежать ответственности за исход единого государственного экзамена в 11 классе, поэтому будущее обучающегося школы зависит от отношения к нему конкретных педагогов и администрации и не всегда связано с его реальными намерениями в отношении своего профессионального выбора;
- при всем совершенствовании содержательно-технологических составляющих воспитательно-образовательного процесса в вузе заметно его отставание от реалий профессиональной деятельности: нередко идеальный предмет труда отличается от практического; взрывной же характер технологических изменений не позволяет выпускникам применять полученные навыки в существующем производственном процессе [4, с. 15];
- доминирование теоретической подготовки в вузе усиливает разрыв между практическими навыками выпускников и необходимыми компетенциями на рабочем месте;
- при приеме на работу работодатели ориентированы на молодых специалистов – ответственных исполнителей, готовых начать карьеру с низовых должностей; выпускники же демонстрируют амбициозность, завышенные и нереалистичные притязания, они нацелены в кратчайшие сроки построить вертикальную карьеру и выполнять высокооплачиваемую работу;
- современные компании нуждаются в специалистах с высоким уровнем личностной зрелости, инновационным мышлением, способных реализовывать сложные проекты; на деле же встречают выпускников-исполнителей с низким уровнем эвристических умений, не готовых брать ответственность за принятое решение, больше полагающихся на распоряжения руководства;
- рынок труда запрашивает высокоадаптивных, активных, мобильных специалистов; последние же нередко инфантильны, нестрессоустойчивы, безынициативны;
- трудоустройство в современных условиях предусматривает владение определенными технологиями; отсутствие же навыков эффективной самопрезентации, стертость лидерских качеств, организаторских умений, невладение способами поиска работы, оценки предложений работодателей создают препятствия для успешного трудоустройства и дальнейшего карьерного роста [9, с. 35].

Дальнейшее наше исследование требует рассмотрения профессиональной ориентации как понятия, сопряженного в смысловом отношении с профессиональным самоопределением; уточнения его существенных признаков в современных социально-экономических условиях и подходах к нему. В ходе изучения доступных нам источников было установлено, что значимость исследования профессиональной ориентации определяется мерой государственных инвестиций в профессиональную деятельность. Они связаны с кризисом сдвига структуры рынка труда и возникновением новых типов занятости в динамично меняющемся мире, когда знания перестают быть надежной опорой, жизненный цикл продукции становится все короче, а ключевой компетенцией является готовность субъекта к постоянному изменению, что, фактически, ставит его в ситуацию вечного новичка, недостижимости состояния зрелости в условиях перехода к трудощадящим технологиям, возрастающей роли IT-технологий, искусственного интеллекта. Отсюда привычное представление об успешной карьере, гарантировавшей еще недавно успех, претерпевает существенные изменения. В докладе «Будущее работы. Рабочие места и навыки в 2030 году. Отчет о ключевых выводах», подготовленном Комиссией по занятости и компетенциям Великобритании (UKCES) под руководством А. Мухалипи еще в 2014 г., среди ключевых факторов для изменения спроса и предложения на рынке труда отмечался взрывной характер информационных и коммуникационных технологий, существенно изменивших концепцию производства товаров и услуг, в которой человеческой силе отводится все меньше места [10]. Человечество оказалось в сверхсложном мире, что требует от человека новых навыков взаимодействия с окружающей действительностью, других возможностей идентификации себя в пространстве социально-экономических отношений, новых профориентационных подходов в системе образования. На наших глазах произошел переход от общества, которое метафорично можно было обозначить как механизм, стандарт, к человекоцентрированному обществу с неопределенной стратегией его развития. В таком обществе развитая ноосфера требует новых специализированных, универсальных и экзистенциальных навыков, включая способности к рефлексии, обучению на протяжении всего профессионального пути и саморазвитию. Перечисленные, а также и другие аргументы в пользу исследования профессиональной ориентации в связи с профессиональным определением личности только актуализируют данную проблему и требуют в дальнейшем разработки модели профессиональных компетенций.

Анализ источников, где описываются основные направления профессиональной ориентации, показывает, что ее можно рассматривать как показатель эффективного функционирования рынка труда, экономики и системы образования, а также как восстановление социальной справедливости благодаря личному выбору профессии каждым человеком. Согласно педагогическому терминологическому словарю, профессиональная ориентация понимается широко, а именно как «информационная и организационно-практическая деятельность семьи, образовательных учреждений, государственных,

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-75-88

общественных и коммерческих организаций, обеспечивающих помощь населению в выборе, подборе или перемене профессии с учетом индивидуальных интересов личности и потребностей рынка труда»[1]; в нее оказывается включен целый спектр мероприятий, проводимых в системе образования и за ее пределами. Согласно Большой советской энциклопедии, профессиональная ориентация – это «система научно обоснованных мероприятий, направленных на подготовку молодежи к выбору профессии (с учетом особенностей личности и потребностей народного хозяйства в кадрах), на оказание помощи молодежи в профессиональном самоопределении и трудоустройстве»[2].

Современные подходы к профессиональной ориентации связаны с экономическими и политическими решениями, инициировавшими официальное финансирование, повсеместное обучение по разработанным программам профориентации во всем мире с середины прошлого века. Поэтому, видимо, термин *профессиональная ориентация* сравнительно недавно начал употребляться в рыночной экономике в рамках теории формирования трудовых ресурсов. Уточним, что развитие теории человеческого капитала признает неоднородность как рабочих мест, так и работников. Дифференциация же качества работы зависит от навыков, связанных с конкретной работой, как и сами навыки рабочих – от рабочих мест.

Обращение к философии как исходному основанию для решения основного вопроса нашего исследования, касающегося экзистенциальных проблем субъекта, позволяет увидеть, что поставленная проблема глубоко не изучена. Понятие *самоопределение* является корневым по отношению к профессиональному самоопределению. Этимология самоопределения связана с самостоянием, самостоятельным выбором, оцениванием, обозначением критериев и пределов, связанных с выполняемым делом. В поле внимания философских проблем самоопределение попадает благодаря категории *выбор*, занимающей важное место в работах экзистенциалистов, утверждающих, что существует некий стержень личности, подразумевающий возможность узнавать правду о себе и о мире через выбираемую профессию [11–17]. В этом отношении наш выбор представляет проекцию ожиданий, скрытых желаний, влечений, предпочитаемых социальных ролей. Самопознание, осуществляемое в таком ключе, инициирует участие субъекта в профессиональной деятельности. Фактически мы можем предположить, что наличествует некая познаваемая человеческая сущность – профессиональное самоопределение личности, которая известна и может быть идентифицирована в объективном мире. Самопознание открывает перед человеком не только познаваемую сущность – себя, но и освобождает от иллюзий в отношении выстраиваемого вектора своего профессионального пути и связанных с ним ограничений и обязательств.

Профессиональное самоопределение как поиск и нахождение личностного смысла в выбираемой, осваиваемой или уже выполняемой деятельности стало возможным благодаря эволюции в ходе исторического процесса самого феномена труда из личностно-значимой в общественно-значимую категорию. Этому способствовали замена натуральной формы вознаграждения за труд равноценными средствами, а также отчуждение труда работающего от средств его производства и личных потребностей. Как только труд приобрел цену, стало возможным говорить о его роли в жизни субъекта, отношении к деятельности. Неизбежно поэтому возник вопрос о существовании чего-то внутреннего в субъекте, что делало бы труд необходимым условием существования, затем развития и только потом ориентации на него и обнаружением смысла в конкретном виде.

Дальнейшее наше исследование связано с поиском того, как внутреннее в субъекте соотносится с внешним, воспринимается, осмысливается и возвращается во внешний план в виде демонстрируемой поведенческой модели. Под внешним мы понимаем среду, воплощенную в социуме, в природе, в объектах информации, стимулирующую социально-ожидаемое и прогнозируемое поведение человека. Внутреннее в нем может быть интерпретировано как психическое, душевное, проявляемое косвенно, поддающееся наблюдению и фиксации. На основе обобщения, анализа и сравнения различных позиций авторов можно уточнить подходы к определению содержания профессионального самоопределения в психологическом знании. Именно оно существенно обогатило науку в плане описания ключевой дефиниции как комплексного явления. С одной стороны, профессиональному самоопределению как явлению присущи внутренние психические процессы – новообразования и качества личности. С другой стороны, их развитие приводит субъекта к состоянию готовности осуществить свой выбор в определенном направлении либо изменить сферу приложения возможностей и намерений. Имманентно самоопределение – это творческий процесс, детерминированный социокультурно и индивидуально через поиск смысла и предназначения в конкретной деятельности. Профессиональное самоопределение охватывает весь жизненный и трудовой путь, и поэтому рассматривается как последовательность непрерывных адаптационных действий к происходящим изменениям. Являясь состоянием субъекта, оно отражает его реальную жизненную и трудовую ситуацию, вовлекая при этом психические процессы в оценку происходящего на рынке труда, выявляя

[1] Профессиональная ориентация. *Педагогический терминологический словарь*, гл. ред. Б. М. Бим-Бад. М.: Большая рос. энцикл., 2002. С. 222–223.

[2] Аверичев Ю. П. Профессиональная ориентация. *Большая советская энциклопедия*, гл. ред. А. М. Прохоров. 3-е изд. М.: Советская энциклопедия, 1969–1978. Т. 20. С. 75.

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-75-88

возможности в отношении выбираемой профессии или вектора социально-экономического и личностного развития. Психологические свойства опосредуют профессиональный выбор субъекта на мотивационном, ценностном, поведенческом, рефлексивном уровнях и позволяют ему избирательно реагировать на происходящие социально-экономические процессы. Результат профессионального определения – формирование субъектом своего отношения к профессионально-трудовой сфере и способ идентификации и самореализации человека. Последний влияет на социально-профессиональную структуру общества и рынок труда.

Значимым в плане приращения объема и содержания для такого динамично развивающегося понятия, как профессиональное самоопределение, стало появление психологии труда. Она поставила вопрос о существовании такого «нечто», которое приводит человека к осознанию важности не только труда вообще, но и его конкретного вида, профессиональной деятельности. В работах российских психологов Л. И. Божович [18] и И. С. Кона [19] значительное место отведено профессиональной деятельности и самоопределению личности в труде. Раскрывая специфику профессионального самоопределения в рамках профессиональной деятельности, мы обратились к работам К. С. Бурова, рассматривающего его как автономный процесс, в понятийное поле которого попадают категории *выбор*, *нахождение смысла* в выбираемой, осваиваемой или уже реализуемой профессиональной деятельности, и как совокупность внутренних психических процессов (особенных признаков, влияющих на поведение в труде), сюда он включает эмоциональную определенность [20].

Существенно обогатили психологические слои профессионального самоопределения различные теории и практический опыт, где обсуждались вопросы самоактуализации (А. Маслоу), самоидентификации (Ф. Парсонс, Э. Роу), профессионального развития (Э. Гинзберг, Д. Сьюпер, Дж. Г. Холланд). В контекст профессионального самоопределения в отечественной психологии оказались включены вопросы, связанные с изучением психических процессов, в которых можно выделить два уровня организации: нервные процессы, не всегда выделяемые в сознании субъекта, и познавательные процессы, направленные на личностное осознание, формирование отношения к себе и к выполняемой деятельности. Комплекс психических процессов, посредством которых личность осознает себя субъектом деятельности, определяется сочетанием самооценки и самосознания, куда оказались вплетены все компоненты структуры личности. Самооценка дополняет процесс самосознания, позволяя субъекту осознать свои возможности в исполнении трудовых функций.

Объектом педагогических исследований профессиональное самоопределение стало в связи с организуемым процессом профессиональной ориентации обучающихся в образовательных учреждениях, выступающим первым этапом профессиональных намерений субъекта в отношении своего профессионального будущего. Ключевая дефиниция в педагогике рассматривается двояко: как естественный процесс, этап развития личности и основное новообразование юношеского возраста и как специально организованная воспитательно-образовательная деятельность по формированию отдельного набора качеств, компонентов готовности личности на разных образовательных уровнях. Эволюция профессионального самоопределения как научного понятия в психолого-педагогических исследованиях была связана с тем, что сначала ученые пытались рассмотреть различные его аспекты либо обозначить отдельные направления научного поиска, а затем уже четко сформулировать компонентный состав: когнитивный, поведенческий, мотивационно-ценностный, оценочно-рефлексивный и др.

Обобщая проанализированные подходы к профессиональному самоопределению в философском и психолого-педагогическом его аспектах, определим, как происходила трансформация взглядов исследователей [21–31]. Это позволит доказать, что развитие понятия в науке связано с изменениями, имеющими отношение как к субъекту (личностные и возрастные кризисы, вынужденные жизненные обстоятельства, изменение взглядов и установок, конфигурации мотивов, ценностных ориентаций), так и к среде, в которой он реализует свой выбор.

Профессиональное самоопределение как идентификация субъекта

В смысловом отношении профессиональное самоопределение близко к процессу самоидентификации и приобретает в современных условиях новые черты:

- происходит в неодномерном, быстро трансформирующемся мире, когда субъекту важно сформировать целостное, нередко разноречивое представление о себе из разнородных фрагментов;
- в «эпоху свободы» [32] в социуме могут неявно проявляться либо отсутствовать эталоны и идеалы, являющиеся точкой опоры для субъекта;
- обращенность к внутреннему Я – сложный процесс, построенный на рефлексии и активной сознательной деятельности.

Анализируя различные аспекты профессионального самоопределения как некие содержательные слои, отдельным образом мы выделяем культурную опосредованность. Исходным основанием такой посылки является представление о науке как о феномене культуры, отсюда правомерно считать, что субъект, познавательный процесс и объект науки культурно обусловлены. Следуя такой логике, утверждаем, что процесс познания себя как субъекта будущей профессии, содержания профессиональной деятельности и рынка труда – это, прежде всего, культурный процесс. Он опосредован применяемыми в данной образовательной среде педагогическими технологиями. Культура, воспроизводя устойчивые

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-75-88

формы человеческой деятельности, специфически проникает в субъектный опыт, представленный в виде принятых в обществе правил, установок, ценностных ориентаций.

Поворотный момент, изменивший ценностные ориентации, мотивы, отношение определяющегося субъекта к выбору профессии, а также цели, содержательное наполнение, педагогические инструменты в реализации профориентационных мероприятий, – это смена общественного строя в нашей стране. Очевидно, что традиции командно-административной системы, существовавшие до начала 90-х гг. прошлого века, оказали заметное влияние на профессиональное самоопределение. Они были связаны с гарантированной занятостью, стабильным доходом, декларированием уважительного отношения государства к любому виду легальной трудовой деятельности, заметным влиянием семьи, старшего поколения на профессиональные выборы субъекта. Именно поэтому в условиях турбулентного современного общества так высок запрос на стабильность места работы и выполняемого вида труда; дети в профессии нередко следуют за родителями, опираясь на их мнение и выбирая ту же профессию; обучающиеся школ прислушиваются к советам учителей.

Современные рыночные условия не дают гарантий занятости и стабильного дохода, но их преимущества в том, что они предоставляют субъекту возможности не только проявить свое индивидуальное начало, но совершить быстрый карьерный рост, иметь альтернативу для получения образования: на предприятиях, в условиях массовых онлайн-курсов на различных образовательных платформах, проходящих в дистанционном формате. Среди очевидных минусов, явно представленных на рынке труда, – жесткий набор требований к работнику в виде стрессоустойчивости, мобильности, отсутствия права на ошибку, интеграции большого количества социальных ролей, нередко противоречащих друг другу. Пожалуй, самым главным в этом ряду является экзистенциальный фактор. Субъект принужден самостоятельно решать, чему себя посвятить. Свобода в таком случае может ощущаться как обременение, не всякий к ней оказывается готов. Опора только на собственные возможности и продуктивный опыт безотносительности социальной разделенности акта определения не всегда приносит положительные результаты. Нередко для субъекта он оборачивается дезадаптацией, повторным определением, неудовлетворенностью выбранной профессией. Таким образом, культурный аспект профессионального самоопределения может быть интерпретирован через такие смысловые категории, как профессиональный выбор, процесс самостоятельного и осознанного нахождения смыслов осуществленного акта и всей жизнедеятельности субъекта в конкретной культурно-исторической ситуации. Важным для нас в этом понятийном ряду является нахождение смысла в самом процессе определения себя.

Необходимость выявления существенных признаков профессионального самоопределения в социологическом аспекте связана с пониманием профессиональной деятельности как социального процесса, занимающего значительную часть жизни субъекта, где он реализует различные стороны своего Я: Я-производственное, Я-социальное и Я-личностное. Анализ отечественных и зарубежных подходов позволил зафиксировать трансформацию теоретико-методологических оснований в отношении социального характера профессионального самоопределения, что и нашло отражение в последовательно сменяющих друг друга трех значимых этапах, на которых выявлена сущность и определены задачи формирования профессиональной структуры общества.

Первый этап, основанный на идеях классической социологии и теории черт М. Вебера, был соотнесен с профессиональным отбором как ведущим инструментом социально-профессионального структурирования общества [33]. Второй этап оказался связан с профессиональной ориентацией, объясняющей смысл профессионального самоопределения, и с профессиональной адаптацией [34]. Третий этап как поворотный момент возник в связи с методологическими изменениями в основаниях наук об обществе, обращением к категориям культуры. Важным здесь явилось приобретение субъектом профессионального самоопределения статуса в социально-профессиональном поле, а через него и в системе социальной стратификации [35].

Продолжая содержательное наполнение понятия *профессиональное самоопределение* в его социологическом аспекте, мы обнаружили сопряженную с анализируемым термином в смысловом и организационном планах категорию *профессиональная ориентация*. В современном мире она представляет трансформацию самоопределяющегося субъекта на протяжении всей его жизни, знаменуя переход из социальности (в молодом возрасте) в профессиональность (в зрелом возрасте с профессиональным багажом) и обратно в социальность. Профориентация как социальный процесс представляет собой профессионализацию самоопределения личности, находящейся на разных этапах своего жизненного пути. В понятийное поле профессионального самоопределения в его социологическом аспекте проникают проблемы профессиональной дифференциации и социализации, социологии профессий, роли профессий, препятствий на пути профессионального становления и развития, социологического сопровождения выбора профессии, профессиональной группы как объекта социологического анализа.

Конструкт *выбор* в этом смысловом ряду является для нас ключевым, поскольку с ним как с синергетическим свойством определяющегося в профессии и в жизни субъекта связаны успешность личности в профессии на данный момент и в перспективе. Выбор – это процесс и сознательный акт, где сопрягаются индивидуальное в человеке (свойства его психической активности и компетенции) и общественное (требования профессиональной среды и общества к носителю трудовых функций).

Профессиональная принадлежность выступает критерием идентификации социального положения в обществе, мерилом материального благополучия, престижа, одобрения и самореализации субъекта. Мы отмечаем, что данная интерпретация созвучна так называемому экономическому подходу к самоопределению, где ключевым фактором являются ограничения, не позволяющие субъекту соотнести свои *хочу, могу, надо* и *имею* в процессе выстраивания вектора профессионального и личностного развития. В этой связи считаем не вполне целесообразным добавлять корень *сам/о* к профессиональному определению. Убеждены, что отказ от него меняет и смысл обсуждаемой проблемы. Фактически речь идет о выборе в условиях ограничения, поэтому в рамках экономического аспекта мы будем пользоваться понятием *профессиональное определение*.

Рыночная экономика – это та область, которая побуждает определяющегося в профессии выбирать то, что сможет сделать его успешным на рынке труда, будет поддерживать высокий уровень качества жизни. Качество жизни напрямую зависит от экономического поведения субъекта, в том числе и от его мотивации, опосредованной социально-экономическими условиями в стране, культурными традициями социума и его самостоянием. Общество, в котором мы живем, демонстрирует высокую готовность к потреблению материальных благ, в нем высок запрос на социальную успешность, поэтому устойчивыми маркерами выбора профессии являются высокий доход и социальное преуспеяние. Именно в таком направлении происходит профессиональный выбор, затем уже к нему примыкают составляющая *могу*, включающая психосоциотип, тип темперамента, характер, способности, состояние здоровья.

Полагая профессиональное определение важным этапом жизни субъекта, в то же время констатируем, что этот процесс им не всегда продуман, спланирован, а выбор не всегда устойчив и способен удовлетворить витальные, социальные, духовные и иные потребности. Поведение субъекта нередко ситуативно, решение в отношении выбора места учебного заведения и построения карьеры происходит стихийно. Именно поэтому, анализируя такое сложное психологическое явление в контексте существующих социально-экономических отношений, важно понять, как субъектный опыт человека влияет на его поведение, каково соотношение акта определения и процессов, его подготавливающих.

Дальнейшее проникновение в проблему профессионального определения – это, прежде всего, понимание структуры данного процесса в существующем мирохозяйственном / технологическом укладе, определяющем модели поведения субъектов рынка труда. Технологический уклад как термин появился благодаря русскому экономисту Н. Д. Кондратьеву [36]. В его основу была положена идея волнообразности экономических периодов, их сопряженность с существующим технологическим укладом как совокупностью технологий, характеризующих определенный производственный уровень. Именно в залоге того, какие закономерности обуславливают появление нового уклада, каким образом он меняет представление о функционировании систем и способах деятельности субъекта в них, и можно определить роль технологического уклада в этих процессах, а значит формат и критерии профессиональной и личностной идентификации.

Специалисты разных областей наук сходятся в том, что в существующем мирохозяйственном укладе цифровизация выступает доминирующим его трендом. Она приводит к изменению функционирования имеющихся производственных и управленческих систем. Процессы, участвующие в них, автоматизируются, упрощаются и многократно ускоряются. Технологические тренды, касающиеся данных, алгоритмов и Интернета всего, изменяют экономику, общество, государство и отдельную личность, что приводит к снижению нуждаемости в управленческих кадрах. Убыстрение управленческого сигнала на основе автоматизации и упрощения процессов уменьшило количество управленческих уровней от руководителя к подчиненным и упразднило целый ряд структурных подразделений и должностей, а их функции оказались интегрированы и сконцентрированы в одной управленческой структуре. Нуждаемость в рабочих, специалистах также снизилась, в том числе ввиду заметного удешевления конечного продукта посредством использования инноваций, замены человеческого труда автоматизированными системами. Технологические прорывы в различных отраслях экономики снизили запрос предприятий в низкоквалифицированных и неквалифицированных кадрах.

Тренды будущего, так или иначе связанные с цифровизацией, предполагают кардинальное переосмысление и перезапуск бизнес-процессов, оперативный анализ большой базы данных для принятия решений. Они ориентируют субъектов посвятить себя высокотехнологическим сферам, приложимым к созданию искусственного интеллекта, дополненной реальности, к Интернету вещей, 3D-принтингу, блокчейну. В обозримом будущем вряд ли рынок труда полностью откажется от человека, однако же характер и уровень предъявляемых к нему требований, безусловно, станет постоянно изменяться и возрастать. Высокотехнологичное производство потребует специалистов с конвергентным знанием, обладающих системным, критическим, аналитическим мышлением, готовых к оперативному переобучению, научению и к самообразованию на всем карьерном пути. Современные бизнес-процессы – это качественная и своевременная обратная связь, оперативная и свободная циркуляция информации, разветвленная сеть ее каналов. Отсюда перечень упомянутых компетенций конкурентоспособного специалиста на современном предприятии следует дополнить навыком эффективной коммуникации.

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-75-88

Очевидно, что перед определяющимся субъектом стоит задача не только оптимально вписаться в существующие условия, выстроив ближайшую и перспективную траектории своего профессионально-личностного развития через идентификацию в пространстве социальных, производственных и экономических отношений. Быстрый темп происходящих изменений, их необратимость и малая прогнозируемость инициируют субъекта осуществлять постоянный мониторинг ситуации на рынке труда, отслеживать глобальные процессы, осмысливать и в дальнейшем системно и инновационно реагировать на вызовы, решая актуальные экономические, технологические, экологические и другие проблемы со множеством неизвестных. Все это приводит его к пониманию того, что профессиональный путь – это ломаная линия и существуют разные векторы построения карьеры.

Продуктивно решить сложную и системную проблему профессионального определения в современных условиях можно посредством использования набора взаимосвязанных, сменяющих друг друга, логично выстроенных цепочек действий. Важными ее звеньями будут являться: анализ социально-экономической конъюнктуры рынка труда и дальнейший мониторинг развития ситуации в краткосрочной и среднесрочной перспективах; выявление компонентов структуры личности, значимо вовлеченных в выбираемый вектор ее социально-профессионального развития; обнаружение связанных с этим ограничений, сложившихся в обществе традиций, установок, стереотипов, ценностных ориентаций, так или иначе влияющих на выбор.

Апелляция к конструкту *выбор профессии* и к рядоположенным понятиям *профессиональное определение* и *профессиональная автономия*, хотя и характеризует сущность процесса – избирательность, предпочтение, все же не позволяет раскрыть специфику профессионального определения в экономическом аспекте. Анализируемое понятие не может быть осмыслено как многослойное, если мы не включим в его смысловое поле категории *профессиональная компетентность, карьерная взаимосвязь, развитие личности*. Наши исследования, проводимые на протяжении 2018–2020 гг. на базе СибГИУ (всего было опрошено 185 студентов 2–4 курсов, изучающих дисциплину «Основы планирования профессиональной деятельности»), показали, что обучающиеся ожидают от своего выбора возможности развиваться в личностном и профессиональном отношениях, наращивая и «прокачивая» компетенции, и в дальнейшем на этой основе строить карьеру. Значимым является факт осмысления студентами категорий *выбор*, *профессиональное самоопределение* и *карьера* как рядоположенных процессов и того, что они готовы вкладываться в них материально и личностно. Опрошенные отмечают, что находят возможность получения «дивидендов» на выбранном профессиональном пути в той мере, в какой смогут сполна посвятить себя развитию и карьере, при этом акцентируя внимание на том, что выбирали профессию, имеющую высокий ценз в обществе. Признавая значимость влияния социума на определяющегося в профессии и в жизни субъекта, отметим, что общество является питательной средой личности. Будущий субъект рынка труда, впитывая все как «глина», создает свою «форму» профессионального определения, карьерного роста, находя свое место в обществе, которое обуславливает всю его дальнейшую жизнь. Отдельного упоминания заслуживает элемент психологического благополучия субъекта, дающий ощущение контроля, уверенности, управляемости жизнью. Такой подход имеет сторонников среди тех, кто не хочет «плыть по течению», а избирает стратегию «быть хозяином своей судьбы».

К сожалению, в современных реалиях субъект крайне зависим от очевидных, давно назревших и не всегда решаемых проблем. Это только подтверждает наш посыл о профессиональном выборе в ограничивающих условиях и то, что профессиональное определение – это постоянный процесс решения проблемных ситуаций, с которыми сталкивается субъект. Пожалуй, самым экономически целесообразным для него поведением является прогнозирование векторов своего социально-профессионального будущего, в том числе и планирование карьеры как трансформации когнитивных, поведенческих, мотивационно-ценностных и оценочно-рефлексивных компонентов структуры личности на всем периоде профессионального пути.

Прогнозирование как многофункциональный и образующий для профессионального определения процесс сопряжено с:

- регламентированием субъектом своего поведения на рынке труда, исходя из анализа и оценки рисков текущей и среднесрочной ситуаций, которые они несут для его психического здоровья, материального благополучия и социального статуса;
- ориентированием, выражающемся в определении субъектом способов управления своими целями и средствами их достижения в ходе социально-экономического и личностного развития;
- предупреждением неблагоприятного течения процессов, подготавливающих профессиональный выбор.

Профессиональное определение как экономическая категория может быть рассмотрено в качестве системы и процесса, являющихся продолжением социально-экономической политики государства. В существующих условиях ее реализация происходит на фоне крайне низкого уровня научно-технического потенциала страны, практически не работающих социальных лифтов для субъектов, вышедших из социально уязвимых слоев населения, ущемленных в своих правах на образование, которое только декларируется как доступное. Современная экономика демонстрирует уверенный спад, что и без того обостряет ситуацию на рынке труда для представителей малого и среднего бизнеса и ряда промышленных отраслей ввиду очевидных просчетов, приведших к данному ее состоянию.

Обобщенный взгляд, описывающий социально-экономические процессы в России, не может быть представлен в отрыве от целого ряда структурных, сложно решаемых проблем государственного масштаба:

- изменение конфигурации системы международных отношений неизбежно меняет характер внешнеэкономических связей;
- внедрение новых технологий за счет роботизации, как правило, приводит к безработице;
- существенная неоднородность рынка труда при очевидном присутствии в нем «серой» экономики замедляет процесс замещения изживших себя специальностей более востребованными;
- эксплуатация ресурсов сырьевой экономики при отсутствии заметных системных технологических прорывов не позволяет создать новые рабочие места;
- запрос молодежи на высокотехнологические профессии входит в противоречие с нуждаемостью рынка труда;
- законодательство страны слабо адаптировано к новым условиям;
- коррупция значимо тормозит необходимые изменения, отбрасывает страну на мировую экономическую и технологическую периферию[3].

Исследование экономического аспекта профессионального определения не может быть плодотворным в отрыве от процесса идентификации как основного механизма определения субъектом своих возможностей, запросов и ожиданий. В современной социально-экономической реальности, наполненной для определяющегося субъекта множеством проблемных ситуаций, которые приходится анализировать и решать сообразно имеющемуся опыту, продуктивным является его участие в профессиональных пробах, где происходит «примерка профессионального платья». Эту идею объясняют три основных посылки теории профессионального определения экономического субъекта:

- люди по своей природе активны, имея некий набор потенциалов (возможностей), тяготений и эмоций;
- им свойственна тенденция к росту, развитию и комплексному функционированию;
- оптимальное развитие и активные действия по преобразованию окружающего мира и себя присущи человеку имманентно, но они не происходят автоматически.

Дальнейшее наполнение существенных признаков профессионального определения, исследуемого нами в экономике, с неизбежностью обращает к ее разделу – экономике труда, связывающей личность, ее оптимальное экономическое функционирование, человеческую мотивацию и подчеркивающей высокую заинтересованность субъектов в положительной мотивации. Принимая за основу значимую роль социальной среды для личностного роста и удовлетворения потребностей субъекта, мы обратились к работам М. Х. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоури, в которых отмечается, что мощными самодетерминантами способности к выбору и акта переживания по поводу него выступают два типа мотивации – внешняя и внутренняя [37].

Корневыми основами выводов, сформулированных этими учеными, явились работы Э. Л. Деси и Р. М. Райана по теории самодетерминации в 1970-х и 1980-х гг. С точки зрения исследователей, внешняя мотивация – это побуждение к определенному поведению, основанное на внешних источниках, которое приводит к вознаграждениям, идущим извне. К таким источникам относятся системы выставления оценок, награды и благодарности за выполненную работу, а также уважение и восхищение других. Внутренняя же мотивация исходит от самого человека. К ней относятся внутренние побуждения, которые вдохновляют субъекта вести себя определенным образом, включая компоненты структуры личности как некий ее стержень [38]. Продолжая изучение видов мотивов и источников, их питающих, мы отмечаем, что внутреннее поведение связано с Я-идеальным, а внешнее побуждает соответствовать стандартам других через механизм идентификации, понимаемый нами в данном аспекте как включенность субъекта в систему социальных и экономических отношений.

Обращение к исследованиям З. Фрейда показало, что идентификацию следует соотносить с процессом принятия роли в социальной группе и осознанием своей принадлежности, в том числе и через принятие групповых установок. В экономической среде она проявляется через когнитивную и аффективную идентификации. Доминирование вида идентичности зависит от показателя черт личности: невротики сильно мотивированы уменьшать воспринимаемую неуверенность, поэтому они когнитивно идентифицируют себя; экстраверты же оказываются эмоционально связанными с экономически успешными людьми.

В свете проведенного анализа представляется логичным, что в качестве ведущих мотивов профессионального выбора чаще других выдвигаются утилитарные, а профессионально определяющийся субъект отдает предпочтение так называемым «престижным» профессиям, позволяющим достичь высокого социального положения и материального достатка. Экономическая сущность профессионального определения – это учет различных идентификаций по критерию черт личности по К. Г. Юнгу и Г. Ю. Айзенку. В этой связи невротизм положительно связан с когнитивной идентификацией, тогда как экстраверсия – с аффективной идентификацией. Именно экстраверты сидят в чатах, выкладывая свои фотографии, демонстрируя достаток и возможности. Таким способом молодые люди приближают себя к экономически успешному населению.

[3] Рынок труда и востребованных профессий в России в 2018–2019 годы: анализ и статистика. *Ректор ВУЗа*. 2020. № 1. Режим доступа: https://panor.ru/articles/rynok-truda-i-vostrebovannykh-professiy-v-rossii-v-20182019-gody-analiz-i-statistika/32284.html (дата обращения: 12.03.2021).

Результаты

Анализ профессионального определения как поля междисциплинарных исследований позволяет отметить, что главным критерием реализации данного процесса, существующего состояния субъекта и его личностного свойства выступает экономический, прагматический подход, цель которого – стремление достичь достаточно высокого уровня качества жизни. Оно как один из главных конструктов данного подхода обусловлено возможностями, интерпретируемыми как вознаграждение, т. е. ресурсы, которыми перспективно наделяется профессионально ориентирующийся субъект. Возможности представляют собой структуру мысли и иерархию мотивов, а не конкретную теорию, обеспечивающую пространство для оценки субъектом своего экономического благополучия и качества жизни людей. В существующих социально-экономических и культурных реалиях превалирования материальных ценностей и утилитарных мотивов профессиональная идентификация, основанная на экономическом благополучии, социальном и финансовом преуспеянии, является важным фактором для понимания сущности профессионального определения в современных социально-экономических условиях.

Обобщив сказанное в отношении различных аспектов профессионального самоопределения как процесса, в котором сопрягаются Я-личностное, Я-социальное и Я-производственное, кратко представим философскую, психолого-педагогическую, культурологическую, социологическую и экономическую интерпретации данного феномена (табл.).

Заключение

Проведенный нами анализ профессионального определения как междисциплинарной проблемы, психического явления и явления общественной жизни позволяет выявить его основополагающие признаки:

- процесс выступает движущей силой развития субъекта и представляет взаимосвязь внешних причин и внутренних условий;
- активность и осознанность субъекта в ходе анализа своего места в системе общественных отношений, выполняемых социальных ролей, уточнения возможностей, ожиданий, запросов по поводу выбранной профессиональной деятельности, требований рынка труда, соотнесение факторов самоопределения *могу, хочу, имею, надо*;
- незавершаемый, открытый, цикличный процесс, связанный с кризисом идентичности, выход из которого происходит через выбор траектории пути дальнейшего развития, построения карьеры; трансформация определяющегося субъекта осуществляется на протяжении всей его жизни, знаменуя переход из социальности в профессиональность и обратно;
- значимым циклом выступает юношеский возраст, где пролегает граница между детством и взрослостью;
- базовым механизмом самоопределения является когнитивный процесс субъекта, направленный на анализ и решение жизненной ситуации;
- результат профессионального определения – осознанная деятельность по достижению психологической готовности к выбору;

Табл. Сравнительный анализ междисциплинарного понятия профессиональное самоопределение
Tab. Comparative analysis of the interdisciplinary concept of professional self-identity

Аспект	Интерпретация
Философский	поиск и нахождение смыслов в выбираемой, осваиваемой или уже выполняемой деятельности; выбор жизненного и профессионального пути – экзистенциальная проблема личности; самопознание, реализуемое в профессиональной деятельности, – основной механизм профессионального самоопределения
Психологический	явление психики, процесс идентификации, последовательность непрерывных адаптационных действий к происходящим изменениям через соотношение профориентационных факторов *хочу, могу, имею, надо*
Педагогический	естественный процесс, этап развития личности и основное новообразование юношеского возраста; специально организованная воспитательно-образовательная деятельность по формированию отдельного набора качеств личности на разных образовательных уровнях
Культурологический	профессиональный выбор, процесс самостоятельного и осознанного нахождения смыслов осуществленного акта и всей жизнедеятельности субъекта в конкретной культурно-исторической ситуации
Социологический	трансформация самоопределяющегося субъекта на протяжении всей его жизни; знаменует переход из социальности в профессиональность и обратно; профессионализация самоопределения личности на разных этапах жизненного пути происходит через профессиональную дифференциацию, социализацию, идентификацию, стратификацию; выбор – сопряжение личностного и общественного
Экономический	система и процесс, продолжение социально-экономической политики государства: система существует в социально-экономических реалиях, мирохозяйственном укладе; процесс включает регламентацию, ориентацию и предупреждение неблагоприятного развития мотивационно-ценностных, рефлексивно-оценочных, когнитивных и поведенческих аспектов субъекта по его идентификации с профессионально-социальной средой

- в смысловом отношении близко к самоидентификации, основанной на критериях экономического благополучия, социального и финансового преуспеяния;
- обусловлено культурными особенностями общества и может быть интерпретировано через конструкт *профессиональный выбор*; процесс самостоятельного и осознанного нахождения смыслов осуществленного акта и всей жизнедеятельности субъекта в конкретной культурно-исторической ситуации;
- выступает как система и процесс, продолжение социально-экономической политики государства: система существует в социально-экономических реалиях, мирохозяйственном укладе; процесс включает регламентацию, ориентацию и предупреждение неблагоприятного развития мотивационно-ценностных, рефлексивно-оценочных, когнитивных и поведенческих аспектов субъекта по его идентификации с профессионально-социальной средой.

Уточнение указанных признаков профессионального определения не может быть полным без введения близкого в смысловом отношении понятия *профессиональная ориентация* – первый этап профессионального определения и процесс, параллельный ему на всем протяжении профессионального пути субъекта. В нашем исследовании профориентация выступает социальным процессом и представляет собой профессионализацию самоопределения личности на разных этапах своего жизненного пути. Особое значение ей уделяется в старших классах, когда происходит выбор, идентификация субъектом личностного, социального и производственного Я. Кроме того, профориентация употребляется в рамках теории формирования трудовых ресурсов.

Переход к наступающему мирохозяйственному укладу является прыжком субъекта в новую реальность – динамичное, сложное в технологическом, социальном и экономическом смысле общество, с которым нужно качественно по-другому научиться взаимодействовать и отвечать на его вызовы, оперативно вырабатывая необходимые личностные, деловые и профессиональные качества. Кризисное состояние социально-экономической и политической сфер изменяет структуру рынка труда, приводит к возникновению новых типов занятости, меняет представление о профессиях, о роли, месте и возможностях субъекта профессионального определения и профессиональной ориентации. Это, в свою очередь, требует разработки в существующем технологическом укладе модели профессиональных компетенций, связанной с теорией занятости.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Литература / References

1. Гидденс Э. Устроение общества: очерк теории структурации. 2-е изд. М.: Академический Проект, 2005. 528 с.
Giddens A. *The organization of society: an essay on the theory of structuring*. 2nd ed. Moscow: Akademicheskii Proekt, 2005, 528. (In Russ.)
2. Дюркгейм Д. Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Наука, 1991. 576 с.
Durkheim D. É. *The Division of Labour in Society*. Moscow: Nauka, 1991, 576. (In Russ.)
3. Маркс К., Энгельс Ф., Ленин В. И. О коммунистическом труде. М.: Политиздат, 1984. 158 с.
Marx K., Engels F., Lenin V. I. *On Scientific Communism*. Moscow: Politizdat, 1984, 158. (In Russ.)
4. Ананьев Б. Г. Труд как важнейшее условие развития чувствительности. *Вопросы психологии*. 1955. № 1. С. 14–25.
Ananiev B. G. Labor as the most important condition for the development of sensitivity. *Voprosy psikhologii*, 1955, (1): 14–25. (In Russ.)
5. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания. 3-е изд. СПб.: Питер, 2001. 288 с.
Ananiev B. G. *Man as the object of cognition*. 3th ed. St. Petersburg: Piter, 2001, 288. (In Russ.)
6. Леонтьев Д. А. Самореализация и сущностные силы человека. *Психология с человеческим лицом. Гуманистическая перспектива в постсоветской психологии*, под ред. Д. А. Леонтьева, В. Г. Щур. М.: Смысл, 1997. С. 156–176.
Leontiev D. A. Self-realization and essential human forces. *Psychology with a human face. A humanistic perspective in post-Soviet psychology*, eds. Leontiev D. A., Shchur V. G. Moscow: Smysl, 1997, 156–176. (In Russ.)
7. Леонтьев Д. А., Шелобанова Е. В. Профессиональное самоопределение как построение образов возможного будущего. *Вопросы психологии*. 2001. № 1. С. 57–65.
Leontiev D. A. Shelobanova E. V. Vocational choice as anticipation of images of possible future. *Voprosy psikhologii*, 2001, (1): 57–65. (In Russ.)
8. Рубинштейн С. Л. Принцип творческой самодеятельности (к философским основам современной педагогики). *Вопросы психологии*. 1986. № 4. С. 101–108.
Rubinstein S. L. The principle of creative amateur performance: the philosophical foundations of modern pedagogy. *Voprosy psikhologii*, 1986, (4): 101–108. (In Russ.)
9. Пьянкова Л. А., Громова А. В. Профессиональное самоопределение молодежи как процесс планирования ею карьеры в современных социально-экономических условиях. Новокузнецк: СибГИУ, 2020. 112 с.

Pyankova L. A., Gromova A. V. *Professional self-determination of youth as a process of career planning in modern socio-economic conditions*. Novokuznetsk: SibSIU, 2020, 112. (In Russ.)
10. Mukhalipi A. Human capital management and future of work; job creation and unemployment: a literature review. *Open Access Library Journal*, 2018, 5(9). https://doi.org/10.4236/oalib.1104859
11. Бергсон А. Собрание сочинений. Т. 1: Опыт о непосредственных данных сознания. Материя и память. М.: Московский клуб, 1992. 336 с.
Bergson H. *Collected works. Vol. 1: Essay on the Immediate Data of Consciousness. Matter and Memory*. Moscow: Moskovskii klub, 1992, 336. (In Russ.)
12. Бубер М. Я и Ты. *Два образа веры*. М.: АСТ, 1999. С. 24–121.
Buber M. I and Thou. *Two Types of Faith*. Moscow: AST, 1999, 24–121. (In Russ.)
13. Кьеркегор С. О. Наслаждение и долг. Ростов н/Д: Феникс, 1998. 414 с.
Kierkegaard S. A. *Pleasure and debt*. Rostov-on-Don: Feniks, 1998, 414. (In Russ.)
14. Лифинцева Т. П. Диалог как структура бытия в религиозном экзистенциализме Мартина Бубера. *История философии.* 1997. № 1. С. 48–58.
Lifintseva T. P. Dialogue as a structure of being in the religious existentialism of Martin Buber. *Istoriya filosofii*, 1997, (1): 48–58. (In Russ.)
15. Руткевич А. М. «Понимающая психология» К. Ясперса. *История философии*. 1997. № 1. С. 23–32.
Rutkevich A. M. Understanding Psychology by K. Jaspers. *Istoriya filosofii,* 1997, (1): 23–32. (In Russ.)
16. Сартр Ж.-П. Экзистенциализм – это гуманизм. *Сумерки богов,* пер. А. А. Санина; сост., общ. ред. А. А. Яковлева. М.: Политиздат, 1990. С. 319–344.
Sartre J.-P. Existentialism is a Humanism. *Twilight of the Gods*, tr. Sanin A. A., comp. and ed. Iakovlev A. A. Moscow: Politizdat, 1990, 319–344. (In Russ.)
17. Хайдеггер М. Письмо о гуманизме. *Время и бытие: статьи и выступления*. М.: Республика, 1993. С. 192–220.
Heidegger M. Letter on Humanism. *Time and being: articles and speeches*. Moscow: Respublika, 1993, 192–220. (In Russ.)
18. Божович Л. И. Формирование личности в старшем школьном возрасте. *Личность и ее формирование в детском возрасте*. СПб.: Питер, 2008. С. 275–310.
Bozhovich L. I. Formation of personality in the senior school age. *Personality and its formation in childhood*. St. Petersburg: Piter, 2008, 275–310. (In Russ.)
19. Кон И. С. Психология ранней юности. М.: Просвещение, 1989. 254 с.
Kon I. S. *Psychology of adolescence*. Moscow: Prosveshchenie, 1989, 254. (In Russ.)
20. Буров К. С. Профессиональное самоопределение как научное понятие. *Вестник ЮУрГУ. Серия «Образование. Педагогические науки»*. 2017. Т. 9. № 4. С. 57–67. https://doi.org/10.14529/ped170407
Burov K. S. Professional self-determination as a scientific concept. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Education. Educational Sciences*, 2017, 9(4): 57–67. (In Russ.) https://doi.org/10.14529/ped170407
21. Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни. М.: Мысль, 1991. 299 с.
Abulkhanova-Slavskaya K. A. *Strategy of life.* Moscow: Mysl, 1991, 299. (In Russ.)
22. Долгушина Т. Н., Юревич С. Н. Профессиональное самоопределение как компонент профессионального становления личности. *Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров*. 2013. № 3-4. С. 101–107.
Dolgushina T. N., Yurevich S. N. Professional self-determination as a component of professional growth. *Scientific support of a system of advanced training,* 2013, (3-4): 101–107. (In Russ.)
23. Методика формирования профессионального самоопределения на различных возрастных этапах, под ред. А. Я. Журкиной, С. Н. Чистяковой. Кемерово: Кемер. обл. ИУУ, 1996. 149 с.
Methods of formation of professional self-determination at different age stages, eds. Zhurkina A. I., Chistyakova S. N. Kemerovo: Kemer. obl. IUU, 1996, 149. (In Russ.)
24. Зеер Э. Ф. Концепция профессионального развития человека в системе непрерывного образования. *Педагогическое образование в России*. 2012. № 5. С. 122–127.
Zeer E. F. Concept of professional development of a person in the system of continuous education. *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii*, 2012, (5): 122–127. (In Russ.)
25. Захаров Ю. А., Касаткина Н. Э., Невзоров Б. П., Чурекова Т. М. *Теория и практика формирования профессионального самоопределения молодежи в условиях непрерывного образования (на примере деятельности КемГУ)*. Кемерово: КемГУ, 1996. 160 с.
Zakharov Yu. A., Kasatkina N. E., Nevzorov B. P., Churekova T. M. *Theory and practice of formation of professional self-identity of youth in conditions of continuous education at the Kemerovo State University*. Kemerovo: KemSU, 1996, 160. (In Russ.)
26. Кухарчук А. М., Ценципер А. Б. Профессиональное самоопределение учащихся. Мн.: Народная асвета, 1976. 128 с.

Kukharchuk A. M., Tsentsiper A. B. *Professional self-determination of students*. Minsk: Narodnaia asveta, 1976, 128. (In Russ.)
27. Маркова А. К. Психология профессионализма. М.: Междунар. гуманитар. фонд «Знание», 1996. 312 с.
Markova A. K. *Psychology of professionalism*. Moscow: Mezhdunar. gumanitar. fond "Znanie", 1996, 312. (In Russ.)
28. Пряжникова Е. Ю. Психологические ориентиры в профессиональном самоопределении. *Профессиональный потенциал*. 2001. № 5. С. 12–16.
Pryazhnikova E. Y. Psychological guidelines in professional self-identity. *Professionalnyi potentsial*, 2001, (5), 12–16. (In Russ.)
29. Шалавина Т. И., Пьянкова Л. А. Индивидуальный подход к формированию профессионального самоопределения студентов педагогического колледжа. Новокузнецк: КузГПА, 2010. 227 с.
Shalavina T. I., Pyankova L. A. *Individual approach to the formation of professional self-identity of pedagogical college students*. Novokuznetsk: KuzGPA, 2010, 227. (In Russ.)
30. Удалова Е. С. Профессиональное самоопределение личности: социально-философский анализ: дис. … канд. филос. наук. Саранск, 2013. 164 с.
Udalova E. S. *Professional self-identity of personality: a socio-philosophical analysis*. Cand. Philos. Sci. Diss. Saransk, 2013, 164. (In Russ.)
31. Super D. E. Self-realization through the work and leisure roles. *Educational and Vocational Guidance.* 1985, (43): 1–7.
32. Ортега-и-Гассет Х. Лекция V. Что такое философия? М.: Наука, 1991. С. 95–108.
Ortega y Gasset J. Lecture V. *What is Philosophy?* Moscow: Nauka, 1991, 95–108. (In Russ.)
33. Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.
Weber M. *Selected works*. Moscow: Progress, 1990, 808 (In Russ.)
34. Антипьев А. Г., Захаров Н. Н., Чумаков С. Я. Профессиональная ориентация в сельской школе (методические рекомендации). Пермь: Б. и., 1977. 79 с.
Antipev A. G., Zakharov N. N., Chumakov S. Ia. *Career choice in a rural school: methodological recommendations*. Perm, 1977, 79. (In Russ.)
35. Волегов В. С. Социологические подходы к изучению профессионального самоопределения. *Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология.* 2016. № 2. С. 167–173. https://doi.org/10.17072/2078-7898/2016-2-167-173
Volegov V. S. The sociological approaches to the study of professional self-determination. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofia. Psihologia. Sociologia*, 2016, (2): 167–173. (In Russ.) https://doi.org/10.17072/2078-7898/2016-2-167-173
36. Коротаев А. В., Гринин Л. Е. Кондратьевские волны в мир-системной перспективе. *Кондратьевские волны: аспекты и перспективы*, отв. ред. А. А. Акаев, Р. С. Гринберг, Л. Е. Гринин, А. В. Коротаев, С. Ю. Малков. Волгоград: Учитель, 2012. С. 58–109.
Korotaev A. V., Grinin L. E. Kondratiev waves in the world-system perspective. *Kondratiev waves: aspects and prospects*, eds. Akaev A. A., Grinberg R. S., Grinin L. E., Korotaev A. V., Malkov S. Yu. Volgograd: Uchitel, 2012, 58–109. (In Russ.)
37. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 2000. 704 с.
Mescon M. H., Albert M., Khedouri F. *Management*. Moscow: Delo, 2000, 704. (In Russ.)
38. Deci E. L., Ryan R. M. The "what" and "why" of goal pursuits: human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 2000, 11: 227–268.

оригинальная статья

Экспресс-анализ рисков устойчивости развития сельского хозяйства: социо-эколого-экономический подход

Сергиенко Оксана Владимировна
Омская гуманитарная академия, Россия, г. Омск
sergienkooks@mail.ru

Поступила в редакцию 26.10.2021. Принята после рецензирования 17.01.2022. Принята в печать 17.01.2022.

Аннотация: Предложена методика экспресс-анализа рисков устойчивости развития сельского хозяйства на основе статистических данных с позиции социо-эколого-экономического подхода. Методы исследования: синтез, статистический анализ, сравнение. Описана практика мирового и отечественного опыта внедрения методов оценки устойчивого развития с использованием индикаторов развития. Страны Европейского союза в методиках разработки программ устойчивого сельского развития расширили комплексный межведомственный и межотраслевой подход, усилив акценты экологической и институциональной составляющих, нашедших отражение в государственных программах развития аграрной отрасли в рамках новой парадигмы развития общества, фундаментом которой является комплекс взаимосвязанных направлений социально-экономических и экологических аспектов жизнедеятельности. Начало данного направления обусловлено принятием на Генеральной Ассамблее ООН в 2000 г. концепции устойчивого развития, направленной на повышение мирового благосостояния общества и экологической защиты планеты. Все государства признают, что в современных условиях невозможна ликвидация бедности без принятия кардинальных мер по наращиванию экономического роста, что невозможно без модернизации в области образования, здравоохранения, трудоустройства, социальной защиты и защиты окружающей среды. Проанализированы основные экономические показатели производства продукции сельского хозяйства Омской области, финансовые результаты хозяйственной деятельности сельхозтоваропроизводителей с учетом трех компонентов: экономического, социального и экологического. Дана оценка степени устойчивости индикаторов с позиции признаков устойчивого и неустойчивого развития аграрной отрасли. Рассмотрены угрозы устойчивому безопасному развитию сельского хозяйства региона с учетом мониторинга экономического компонента и положительной тенденции наиболее растущего сектора экономики. Охарактеризованы основные аспекты устойчивости развития сельскохозяйственной отрасли региона, выявлена взаимосвязь социо-эколого-экономических компонентов устойчивого развития аграрного производства с позиции оценки рисков устойчивого развития. Представлена интерпретация авторского экспресс-анализа основных компонентов развития сельскохозяйственной отрасли Омской области с выявлением зон риска и угроз ее нестабильного развития.
Ключевые слова: региональная концепция развития, экономическое развитие, оценка рисков, аграрное производство, индикаторы развития

Цитирование: Сергиенко О. В. Экспресс-анализ рисков устойчивости развития сельского хозяйства: социо-эколого-экономический подход. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 89–97. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-89-97

original article

Rapid Analysis of Risk of Sustainable Agriculture Development: Socio-Ecological-Economic Approach

Oksana V. Sergienko
Omsk Humanitarian Academy, Russia, Omsk
sergienkooks@mail.ru

Received 26 Oct 2021. Accepted after peer review 17 Jan 2022. Accepted for publication 17 Jan 2022.

Abstract: The article proposes a methodology for rapid analysis of risks of sustainable agricultural development based on statistical data from the perspective of the socio-ecological-economic approach of the agricultural sector. Methods: synthesis, statistical analysis, and comparison methods. The practice of world and domestic experience of using methods of assessment of sustainable development using development indicators is described. The author presents an analysis

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

of the main economic indicators of agricultural production of the Omsk region, the financial results of economic activities of agricultural producers taking into account three components – economic, social, environmental. An assessment of the resilience of indicators from the point of view of signs of sustainable and unstable development of the agricultural industry is given. The article considers threats to the sustainable safe development of agriculture in the region, considering the monitoring of the economic component and the positive trend of the most growing sector of the economy. The main aspects of sustainable development of the agricultural sector of the region were considered, the relationship between the socio-ecological and economic components of sustainable development of agricultural production from the point of view of assessing the risks of sustainable development was revealed. An interpretation of the author's express analysis of the main components of the development of the agricultural sector in the Omsk region with the identification of risk zones and the threat of unstable development of the industry is presented.
Keywords: regional development concept, economic development, risk assessment, agricultural production, development indicators

Citation: Sergienko O. V. Rapid Analysis of Risk of Sustainable Agriculture Development: Socio-Ecological-Economic Approach. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 89–97. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-89-97

Введение

Сельское хозяйство представляет собой составную часть системы экономических и социальных отношений, являясь совокупностью производственных, социальных, экологических, культурно-нравственных взаимосвязей между людьми. Актуальность исследований тенденции устойчивого развития аграрного сектора определяется следующими факторами: сельское хозяйство служит источником обеспечения населения продуктами питания и поставщиком сырья для перерабатывающей промышленности, продовольственная безопасность страны выступает значимым компонентом ее национальной безопасности и гарантом удовлетворения потребностей населения в продуктах питания. С одной стороны, очевиден вклад сельского хозяйства в экономический рост страны, который определяется количеством произведенной и поставленной на внутренний и внешний рынки продукции. С другой стороны, аграрный сектор является потребителем ресурсов, произведенных в смежных отраслях экономики. В 2020 г. доля сельского хозяйства в структуре ВВП страны составила 4,1 % (по сравнению с 3,8 % в 2019 г.); произведено продукции сельского хозяйства на 6110,8 млрд руб., среднегодовая численность занятых в сельском хозяйстве составила 4440,2 тыс. человек. Особые экономические отношения в аграрном производстве обусловлены использованием живой природы и земли, подчинением хозяйственных процессов естественными законами природы.

Сельское хозяйство как часть экономической системы находится в состоянии циклического развития, обусловленного процессами постоянного развития системы, перехода на новый качественный уровень через периодичные взлеты и падения. На устойчивость развития большое влияние оказывают положительные и отрицательные внутренние и внешние факторы, под воздействием которых происходят существенные изменения в системе. Адаптация и урегулирование негативных факторов определяет их устойчивое или неустойчивое развитие. Системная модернизация сельскохозяйственного производства в современном мире основана на рациональном способе производства товаров и услуг с учетом фактора ограниченности ресурсов и эффективного их использования в соответствии с современными потребностями общества. Глобальные вызовы в сфере эффективного развития экономики и благополучия человека предопределили необходимость обеспечения устойчивого развития с исключением противоречий между социально-экономическим ростом, использованием природных ресурсов и сохранением экосистемы. Данные вопросы были актуализированы на Конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро в 1992 г., где была представлена «Повестка дня на XXI век», призывающая мировое сообщество к решению проблем в сферах социальных и экономических аспектов; сохранению и рациональному использованию ресурсов; усилению роли основных групп населения. Глава 40 «Информация для принятия решений» гласит: «В целях создания надежной основы для процесса принятия решений на всех уровнях и содействия облегчению саморегулируемой устойчивости комплексных экологических систем и систем развития необходимо разработать показатели устойчивого развития»[1].

Принятая в 2020 г. в России Доктрина продовольственной безопасности определяет основные стратегические цели и задачи по следующим направлениям: достижение положительного внешнеторгового сальдо по сельскохозяйственной продукции, сырью и продовольствию;

[1] Повестка дня на XXI в. Принята конференцией ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 3–14 июня 1992 г.). *ООН*. Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agenda21.shtml (дата обращения: 21.10.2021).

обеспечение продовольственной безопасности в рамках формирования рациона здорового питания[2]. Для выполнения поставленных целей в условиях современной действительности необходима концепция устойчивого развития сельского хозяйства, которая определяет такое развитие, содействующее максимальному удовлетворению потребностей общества, повышению качества жизни и экосистем, ее обеспечивающих; не вызывающее угрозы для благополучного удовлетворения потребностей будущими поколениями. Устойчивое развитие сельского хозяйства с позиции социо-эколого-экономического подхода предусматривает решение многоплановых проблем экономического роста, социального благополучия при условии сохранения качества среды проживания [1].

Методы и материалы

Анализ устойчивости развития социо-эколого-экономических систем и методик оценки риска устойчивого развития определяется использованием индикаторов и показателей, различающихся по глубине исследования, по охвату социально-экономических процессов, их составу и группировке, по методам оценки и обобщения результатов.

Эффективность достижения целей устойчивого развития (ЦУР) определяется с помощью методик оценки устойчивого развития, которые разрабатываются с использованием индикаторов устойчивого развития, сгруппированных в большинстве случаев в два направления: система индикаторов устойчивого развития и интегральный (агрегированный) индикатор развития. Авторами широко рассматриваются три группы вопросов: вопросы оценки устойчивости развития территориальных социо-эколого-экономических систем [2–7]; вопросы методологических подходов к оценке устойчивости предприятия (организации) по отраслям промышленности, торговли, финансового сектора; вопросы по современным аспектам мониторинга устойчивого развития коммерческих организаций [8–11]; вопросы разработки методологии исследования и методик оценки устойчивости развития, основанных на применении институционально-синергетического и системного подходов с позиции учета экономических, социальных и экологических факторов [12–15].

Опубликованный ЕС мониторинг ЦУР в разрезе аграрного производства отмечает необходимость трансформации продовольственной и сельскохозяйственной систем в целях ликвидации голода с учетом прогнозов роста населения к 2050 г., восстановления экологического равновесия при использовании природных ресурсов сельскохозяйственного производства, усиления социального фактора развития сельских территорий с учетом интересов сельских жителей, где основными направлениями должны стать их экономические выгоды, трудоустройство и комфортная среда жизнедеятельности.

В настоящее время в научном мире не выработана единая концепция устойчивого развития. Проблематика повышения эффективности как производства товаров и услуг, так и управления аграрной отраслью и территориальными социо-эколого-экономическими системами ставит задачи по выявлению наиболее объективных параметров, показателей и методик анализа социо-эколого-экономической эффективности развития сельскохозяйственного производства; по идентификации факторов, определяющих устойчивость и ее динамику; по разработке стратегии развития. Практика мирового и отечественного опыта в области оценки устойчивого развития предполагает использование двух подходов:

1. Построение системы индикаторов на основе выделения устойчивого развития с позиции оценки экологических, экономических, социальных институциональных аспектов. Данный подход предусматривает выявление показателей, отражающих специфику отрасли, поэтому применение их специфично для каждого анализа. Также экспертам необходимо грамотно интерпретировать свод различных групп показателей и индикаторов во взаимосвязи и динамике в трех системах: человек, экономика, природа [16].
2. Разработка общего интегрального показателя, отражающего степень устойчивости социально-экономического развития, который также предусматривает учет показателей социо-эколого-экономической эффективности развития. В настоящее время в связи с использованием в методике большого количества показателей и приведением их к сопоставимому виду общепризнанного интегрального индикатора не существует [17].

Для системного анализа устойчивости национальных экономик на макроуровне были предложены следующие индексы, которые широко применяются в мировой научной практике:

Индекс устойчивого экономического благосостояния (Index of Sustainable Economic Welfare): 1989 г., авторы – Дж. Б. Кобб и Г. Э. Дэйли (США). Агрегированный монетарный индекс, рассчитывается как размер ВВП на душу населения, скорректированный на сумму затрат на социально-экономические и экологические факторы. Используется в мировой практике европейских стран (Германия, Великобритания, Австрия, Нидерланды).

Индекс устойчивости окружающей среды (Environmental Sustainability Index): 2001 г., авторы – ученые Йельского и Колумбийского университетов. Значение индекса представляет собой расчет по 22 индикаторам, которые включают в себя от 2 до 5 усредненных переменных. Используется для оценки устойчивости окружающей среды.

[2] Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности РФ. Указ Президента РФ от 21.01.2020 № 20. *СПС КонсультантПлюс*.

Индикаторы мирового развития (The World Development Indicators): 2000 г., разработчик – Всемирный Банк. Индикаторы, сгруппированные по приоритетам экономического роста и борьбы с бедностью по следующим параметрам: общий, население, окружающая среда, экономика, государство, рынки.

Индекс всестороннего развития (ИВР, «зеленый ВВП»): 2012 г., конференция ООН по устойчивому развитию (Рио+20, Бразилия). Показатель акцентирует внимание на размерах основных фондов, человеческого капитала и природных ресурсов [18–20].

Самой известной по охвату систем индикаторов устойчивого развития считается система индикаторов, разработанная Комиссией ООН по устойчивому развитию, которая включает 54 показателя, сформированных в разрезе целевых групп: социальные, экономические, экологические, институциональные аспекты устойчивого развития. Данные показатели разбиты на категории целевой направленности: индикаторы, оценивающие человеческий капитал; индикаторы, анализирующие спектр аспектов устойчивого развития; индикаторы реагирования, направленные на изменение негативных тенденций текущего состояния [21].

Аграрная отрасль чувствительна как к внутренним, так и к внешним колебаниям рыночной конъюнктуры. Отрицательными тенденциями, влияющими на развитие в отрасли, являются: снижение совокупного потребления в структуре питания и переход к бережливому потреблению, рост затрат на товары и сырье импортной поставки, снижение чистой прибыли агропредприятий, структурная деформация аграрной сферы экономики, низкая активность инновационно-инвестиционного процесса. В настоящее время появление негативных тенденций представляется нормальным явлением с точки зрения перехода отрасли на новое информационное и высокотехнологическое развитие. Факторы, обеспечивающие устойчивое развитие отрасли, являются преобладающими с позиции реалий сложившейся в России экономической ситуации. Среди таких факторов можно выделить финансовую устойчивость сельхозтоваропроизводителей отрасли, рост глобального спроса на продукты питания и на экспорт продовольствия, высокую долю самообеспеченности по основным видам сельскохозяйственной продукции. На фундаментальные экономические, социальные и экологические факторы устойчивого развития сельскохозяйственной отрасли оказывают влияние рыночные закономерности, государственные реформы и приоритетные стратегические направления политики государства, а также особенности экономического развития сельскохозяйственных территорий / региона [22].

Под индикаторами устойчивого развития понимают показатели, характеризующие во времени эффективность развития экономического потенциала отрасли, социальной сферы и окружающей среды. Реализуя глобальные цели устойчивого развития аграрной отрасли с позиции решения комплекса поставленных задач – улучшения качества жизни, обеспечения продовольственной безопасности, развития сельскохозяйственных территорий и инфраструктуры села, необходимо находить точку равновесия между социальными потребностями и повышением показателей экономики и охраны окружающей среды. При этом следует принять во внимание сущность понятия *устойчивость экономического развития* как поддержание стабильности либо заданного уровня результирующих экономических показателей, либо приростных (предельных) показателей экономического роста. Мониторинг индикаторов развития позволяет выявить дисбаланс количественной и качественной характеристик проблемы и измерить положительные и отрицательные тенденции социально-экономического и экологического развития сельскохозяйственной отрасли, внести коррективы в стратегии и программы развития, определить приоритетные направления, обуславливающие эффективный вектор развития.

Результаты

Экспертный экспресс-анализ основных компонентов развития сельскохозяйственной отрасли Омской области: по официальным статистическим показателям представлен в табл.[3]

Табл. Показатели развития сельскохозяйственной отрасли Омской области

Tab. Indicators of development of the agricultural industry of the Omsk region

Показатель		2019		2020		Динамика роста / снижения		Оценка степени устойчивости
Численность населения, тыс. человек	городское	1926,7	1404,9	1903,7	1388,5	0,98	0,98	признаки неустойчивости
	сельское		521,8		515,2		0,98	
Среднесписочная численность работников организаций, человек		512722		506137		0,98		признаки неустойчивости
• сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство, человек		21645		20805		0,96		

[3] Составлена по: Омская область в цифрах: кр. ст. сб. Омск: Омскстат, 2020. 36 с.; Омская область в цифрах: крат. ст. сб. Омск: Омскстат, 2021. 47 с.

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-89-97

Показатель	2019	2020	Динамика роста / снижения	Оценка степени устойчивости
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций по видам экономической деятельности, руб.	35368,1	37827,6	1,07	признаки, близкие к устойчивому развитию
• сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство, руб.	24334,5	27028,0	1,11	
Доля среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников организаций в отрасли сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство, %	66,7	68,8	1,03	признаки, близкие к устойчивому развитию
Численность врачей всех специальностей, человек	9886	9813	0,99	признаки неустойчивости
• на 10000 человек населения, человек	50,8	50,9	1,001	признаки, близкие к устойчивому развитию
Численность среднего медицинского персонала, человек	22808	22595	0,99	признаки неустойчивости
• на 10000 человек населения, человек	117,3	117,3	1	признаки, близкие к устойчивому развитию
Продукция сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий, млн руб.	94097,1	98011,8	1,04	признаки, близкие к устойчивому развитию
• хозяйства населения, млн руб.	28043,3	27243,0	0,97	признаки неустойчивости
• сельскохозяйственные организации, млн руб.	46748,6	48823,3	1,04	признаки, близкие к устойчивому развитию
• крестьянские (фермерские) хозяйства, млн руб.	19305,2	21945,5	1,13	
Индекс производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий, % к предыдущему году	101,1	96,6	–4,5 п.	признаки неустойчивости
Посевная площадь, тыс. га	2932,9	2864,1	0,97	признаки неустойчивости
Всего занято в экономике области, тыс. человек	891,7	883,6	0,99	признаки неустойчивости
• сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство, тыс. человек	108,7	105,3	0,97	
Доля сельского, лесного хозяйства, охоты, рыболовства и рыбоводства в структуре занятых, %	12,2	11,9	–0,3 п.	признаки неустойчивости
Оборот организаций по видам экономической деятельности, млн руб.	2002798,2	1924139,8	0,96	признаки неустойчивости
• сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство, млн руб.	43916,5	44868,9	1,02	признаки, близкие к устойчивому развитию

Показатель	2019	2020	Динамика роста / снижения	Оценка степени устойчивости
Валовой региональный продукт, млн руб.	650308,7	681619,5	1,04	признаки, близкие к устойчивому развитию
Продукция сельского хозяйства, млн руб.	94097,1	98011,8	1,04	признаки, близкие к устойчивому развитию
Выброшено в атмосферу загрязняющих веществ, тыс. т	202,2	150,7	0,74	признаки, близкие к устойчивому развитию
Уловлено и обезврежено загрязняющих атмосферу веществ, тыс. т	2771,1	1612,9	0,58	признаки, близкие к устойчивому развитию
Доля от общего количества загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников, %	93,2	91,5	–1,7 п.	признаки, близкие к устойчивому развитию

Отраслевые показатели развития, демонстрирующие оценку уровня безопасности сельского хозяйства области, отражают признаки неустойчивости в сфере обеспечения отрасли высококвалифицированными кадрами, привлечения молодежи для участия в трудовой деятельности. Показатели социального компонента свидетельствуют о том, что *угроза – снижение кадрового потенциала отрасли* имеет критический риск. В 2020 г. среднесписочная численность работников организаций снизилась на 4 % по сравнению с 2019 г. Тенденции развития показателей экологического компонента проявляют признаки к устойчивому развитию. Экспресс-анализ показал, что риск неустойчивого экономического компонента развития аграрной отрасли области отсутствует.

Угроза – снижение продуктивности в сельском хозяйстве имеет низкие риски. Мониторинг основных экономических показателей в целом и в разрезе отраслей сельского хозяйства Омской области демонстрирует следующие результаты: индекс производства в сельском хозяйстве в сопоставимой оценке к 2019 г. составил 0,96 %, в том числе в растениеводстве более 103 %. За счет роста в растениеводстве объем валовой продукции сельского хозяйства достиг 100,5 млрд руб. Среди регионов Сибирского федерального округа доля Омской области по объему валовой продукции сельского хозяйства в 2020 г. составила 16,1 %. Высокие результаты достигнуты посредством реализации государственной программы развития сельского хозяйства Омской области. В 2019 г. общий объем бюджетных средств увеличился на 16 % и составил порядка 3 млрд 531 млн руб. В 2020 г. из областного бюджета выделен 1 млрд 905 млн руб., что на 24 % больше 2019 г. Из федерального бюджета по софинансируемым мероприятиям привлечен 1 млрд 626 млн руб., рост на 8 % к уровню 2019 г. В рамках кредитного финансирования производителями аграрной отрасли за отчетный период получено 566 льготных краткосрочных кредитов на общую сумму 11,3 млрд руб. В отрасль привлечено 178 кредитных обязательств на общую сумму около 1,9 млрд руб., львиная доля (1,7 млрд руб.) вложена на приобретение сельскохозяйственной техники, рост составил 28 % к 2019 г.

Угроза – ухудшение финансового положения сельскохозяйственных организаций имеет умеренные риски. В 2020 г. объем реализованной продукции увеличился на 3,2 млрд руб. или на 8 %. Прибыль до налогообложения сельхозтоваропроизводителей выросла на 1,6 млрд руб. или на 39 %. Доля организаций с положительным сальдо составляет 87 %. Для сравнения в 2019 г. их доля была 80 %. Рентабельность с 11,4 % в 2019 г. выросла до 15,1 % в 2020 г., чему способствовал рост цен на сельскохозяйственную продукцию. Поступления налогов и отчислений от сельскохозяйственных организаций в консолидированный бюджет составили более 14,4 млрд руб., что на 0,4 млрд больше, чем в 2019 г.

Угроза – сокращение масштабов сельскохозяйственного производства имеет низкие риски. Недостаточный уровень использования пашни (в 2020 г. – 82 % в среднем по области), составляющий 3,3 млн га, является одним из основных резервов увеличения производства в растениеводстве в 2021 г. и в перспективе до 2025 г. В 2020 г. посевная площадь составила 2864,1 га, уменьшившись на 68,8 га по отношению к 2019 г. Тем не менее в сравнении с 2016 г., когда посевная площадь была максимальной – 3 млн 30 тыс. га, ее размер сократился на 151 тыс. га или на 5 %. По итогам 2020 г. основные показатели в животноводстве пока остаются нестабильными. По поголовью крупного рогатого скота в хозяйствах всех категорий произошло снижение на 1,3 %; по поголовью свиноводства – на 12 %, составив на 1 января 2021 г. 360 тыс. голов. Основная причина – сокращение поголовья на Омском беконе. Самая неблагоприятная ситуация

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-89-97

в птицеводстве – здесь сокращение поголовья на 24 %. Несмотря на отрицательную динамику животноводства, перспективы устойчивого развития сельского хозяйства положительные. На это указывают показатели модернизации техники и инвестиционные вложения.

Угроза – снижение ресурсообеспеченности отрасли имеет умеренные риски. В 2020 г. сельхозтоваропроизводителями приобретено 2030 единиц техники и оборудования на сумму 4,6 млрд руб. В сравнении с 2019 г. рост более чем в 1,2 раза. Этому способствовали увеличение объема бюджетной поддержки на техперевооружение и расширение перечня субсидируемой техники и оборудования. За год объем субсидий областного бюджета увеличился в 2,1 раза и составил 267 млн руб. В 2020 г. агропроизводители приобрели 327 единиц субсидируемой техники и оборудования на 1,4 млрд руб. По данным мониторинга, в этом же году инвестиции в агропромышленный комплекс (АПК) составили порядка 6,2 млрд руб., из них на техническое перевооружение – 4,6 млрд руб.

Угроза – снижение продовольственной обеспеченности региона имеет низкий риск. Уровень самообеспечения основными продуктами питания (по молоку – 109,9 %, по мясу – 104,8 %, по яйцу – 103,2 %) позволяет развивать их экспорт. Омские товаропроизводители активно участвуют в федеральном проекте «Экспорт продукции АПК». В 2020 г. в его реализации участвовало более 100 омских компаний. Установленный для области целевой показатель экспорта продукции АПК в объеме 200,4 млн долларов США значительно перевыполнен и достиг 263,6 млн долларов США. Основной прирост обеспечили предприятия-экспортеры масложировой продукции, злаковых культур, семян масличных культур и прочей пищевой продукции. В 2020 г. экспорт осуществлялся в 45 стран. Основными импортерами по-прежнему остаются Китай, Казахстан, Вьетнам, Киргизия и Монголия. Открыто 14 новых товарных рынков, включая рынки Бангладеш, Бельгии, Чехии, Пакистана, Эквадора, Австрии и Египта.

Заключение

Устойчивое функционирование сельскохозяйственной отрасли обеспечивается оптимальным сочетанием всех факторов. При критических рисках одного из факторов нарушается нормальная работа всей системы. Аграрный сектор экономики менее других испытал влияние кризиса, вызванного пандемией, и лучше адаптировался к текущим условиям. В отрасли наблюдается рост как производственных, так и экономических показателей. Экспресс-анализ показал, что в целом аграрная отрасль региона с позиции рисков угрозы нестабильного развития имеет низкие и умеренные риски, которые подлежат регулированию с учетом трех составляющих: социальных, экономических и экологических аспектов. Принятие во внимание статистики и динамики положительных и отрицательных тенденций рисков устойчивого развития сельских территорий в рамках системы районированных показателей дает возможность принимать превентивные и стратегические меры управления ими:

- рационально использовать для непрерывного расширенного инновационного воспроизводства аграрной отрасли ресурсный потенциал на основе оптимального соотношения интересов экономического, социального и экологического компонентов;
- внедрять с учетом факторов положительных рисков концепции органического земледелия и эффективного экологического менеджмента;
- ориентировать развитие человеческого капитала в рамках цифровой экономики, что будет способствовать повышению занятости сельского населения, его благосостояния и благоустройства сельских территорий.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Литература / References

1. Кундиус В. А., Воронкова О. Ю., Ковалева И. В., Стрельцова Т. В., Галкин Д. Г., Петрова М. В. Социально-экономический потенциал экологического сельского хозяйства и экологического туризма на Алтае. Барнаул: Азбука, 2017. 156 с.
   Kundius V. A., Voronkova O. Yu., Kovaleva I. V., Streltsova T. V., Galkin D. G., Petrova M. V. S*ocio-economic potential of ecological agriculture and ecological tourism in Altai*. Barnaul: Azbuka, 2017, 156. (In Russ.)
2. Мартынов К. П. Методика оценки устойчивости развития региональной аграрной сферы. *Теория и практика общественного развития*. 2013. № 8. С. 316–318.
   Martynov K. P. Methodology of assessment of the development sustainability in the regional agrarian sector. *Theory and Practice of Social Development*, 2013, (8): 316–318. (In Russ.)
3. Паршуков Д. В. Сельское хозяйство Красноярского края под влиянием фактора пандемии COVID-19: состояние, угрозы и риски безопасности. *Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ*. 2021. № 1. С. 46–64. https://doi.org/10.36718/2500-1825-2021-1-46-64

Parshukov D. V. Agriculture of the Krasnoyarsk Region under the COVID-19 pandemic factor influence: state, threats and security risks. *Sotsialno-ekonomicheskii i gumanitarnyi zhurnal Krasnoiarskogo GAU*, 2021, (1): 46–64. (In Russ.) https://doi.org/10.36718/2500-1825-2021-1-46-64

4. Ускова Т. В. Управление устойчивым развитием региона. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2009. 355 с.
Uskova T. V. *Management of sustainable development of the region*. Vologda: ISEDT RAS, 2009, 355. (In Russ.)
5. Корчагина Е. В. Методы оценки устойчивого развития региональных социально-экономических систем. *Проблемы современной экономики*. 2012. № 1. С. 67–71.
Korchagina E. V. Sustainable development of regional socio-economic systems: methods of evaluation. *Problemy sovremennoi ekonomiki*, 2012, (1): 67–71. (In Russ.)
6. Громов Е. И. Методика социо-эколого-экономической оценки и прогнозирования параметров устойчивого развития аграрно ориентированных территорий. *Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Экономика.* 2014. № 3. С. 125–132.
Gromov E. I. Socio-ecological-economic evaluation and projection methodology of sustainable development of agricultural-oriented areas. *Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Economics*, 2014, (3): 125–132. (In Russ.)
7. Шедько Ю. Н. Анализ методик оценки устойчивости развития территориальных социо-эколого-экономических систем. *Современные проблемы науки и образования*. 2015. № 1-1. Режим доступа: https://science-education.ru/ru/article/view?id=18729 (дата обращения: 21.10.2021).
Shedko Yu. N. Analysis methods assessment of sustainable development of regional socio-ecological and economic systems. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniia*, 2015, (1-1). Available at: https://science-education.ru/ru/article/view?id=18729 (accessed 21 Oct 2021). (In Russ.)
8. Пирогова О. Е. Экологические аспекты устойчивого развития в деятельности торговых предприятий. *Технико-технологические проблемы сервиса*. 2015. № 2. С. 84–87.
Pirogova O. E. Environmental aspects of sustainable development in the activities of trading companies. *Tekhniko-tekhnologicheskie problemy servisa*, 2015, (2): 84–87. (In Russ.)
9. Семенова Н. Н., Иванова И. А., Василькина А. А. Оценка устойчивости развития коммерческого банка на основе метода анализа иерархий. *Финансы: теория и практика*. 2021. Т. 25. № 4. С. 121–135. https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-4-121-135
Semenova N. N., Ivanova I. A., Vasil'kina A. A. Sustainable development assessment of commercial banks based on the analytic hierarchy process. *Finance: Theory and Practice*, 2021, 25(4): 121–135. (In Russ.) https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-4-121-135
10. Хомяченкова Н. А. Современные аспекты мониторинга устойчивого развития промышленного предприятия: методика и практика. *Экономические исследования*. 2010. № 2. Режим доступа: https://www.erce.ru/internet-magazine/all_archive/18/298/ (дата обращения: 21.10.2021).
Khomiachenkova N. A. Modern aspects of monitoring the sustainable development of an industrial enterprise: methodology and practice. *Ekonomicheskie issledovaniia*, 2010, (2). Available at: https://www.erce.ru/internet-magazine/all_archive/18/298/ (accessed 21 Oct 2021). (In Russ.)
11. Кузнецова Е. Ю., Кузнецов С. В. Оценка устойчивого развития промышленного предприятия. *Вестник УрФУ. Серия экономика и управление*. 2019. Т. 18. № 2. С. 186–209. https://doi.org/10.15826/vestnik.2019.18.2.010
Kuznetsova E. Yu., Kuznetsov S. V. Method for assessing the sustainable development of an industrial enterprise. *Vestnik UrFU. Seriia ekonomika i upravlenie,* 2019, 18(2): 186–209. (In Russ.) https://doi.org/10.15826/vestnik.2019.18.2.010
12. Хорин А. Н., Бровкин А. В. Ключевые индикаторы отчета об устойчивом развитии организации. *Теоретическая и прикладная экономика.* 2018. № 1. С. 1–12. https://doi.org/10.25136/2409-8647.2018.1.25288
Khorin A. N., Brovkin A. V. Key indicators of the report on the sustainable development of the organization. *Teoreticheskaia i prikladnaia ekonomika*, 2018, (1): 1–12. (In Russ.) https://doi.org/10.25136/2409-8647.2018.1.25288
13. Перский Ю. К., Лепихин В. В. Методологические подходы к оценке устойчивости предприятия как эколого-социо-экономической системы. *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2014. Т. 10. № 39. С. 14–22.
Perskii Yu. K., Lepikhin V. V. Methodological approaches to the evaluation of enterprise's sustainability as an eco-socio-economic system. *Natsional'nye interesy: prioritety i bezopasnost'*, 2014, 10(39): 14–22. (In Russ.)
14. Лапаева М. Г., Егорычев С. А. Организационно-экономическая модель управления устойчивым развитием муниципальных образований. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2014. № 1. С. 63–69.
Lapaeva M. G., Egorychev S. A. Organizational-economic model of management of sustainable development of municipalities. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, (1): 63–69. (In Russ.)
15. Бобылев С. Н., Зубаревич Н. В., Соловьева С. В., Власов Ю. С. Устойчивое развитие: методология и методики измерения. М.: Экономика, 2011. 358 с.

Bobylev S. N., Zubarevich N. In., Solovyeva S. V., Vlasov Yu. S. *Sustainable development: methodology and methods of measurement.* M.: Ekonomika, 2011, 358. (In Russ.)

16. Никонова Я. И. Устойчивое инновационное развитие социо-эколого-экономических систем: синергетический подход. *Креативная экономика*. 2010. Т. 4. № 2. С. 78–83.
Nikonova Ya. I. Sustainable development of innovative socio-ecological-economic systems: a synergistic approach. *Creative economy*, 2010, 4(2): 78–83. (In Russ.)
17. Найденова Р. И. Формирование системы управления устойчивым развитием региона. *Российское предпринимательство*. 2007. Т. 8. № 8-2. С. 110–113.
Naidyonova R. I. Setting up a system for managing sustainable regional growth. *Rossiyskoe predprinimatelstvo*, 2007, 8(8-2): 110–113. (In Russ.)
18. Allen C., Metternicht G., Wiedmann T. Initialprogress in implementing the Sustainable Development Goals (SDGs): a review of evidence from countries. *Sustainability Science*, 2018, 13(5): 1453–1467. https://doi.org/10.1007/s11625-018-0572-3
19. Lebedev V. I., Guzenko V. I., Molchanenko S. A., Molchanenko S. A., Shuvaev A. V. Modeling specialization and combination of agriculture branches. *Research Journal of Pharmaceutical, Biological and Chemical Sciences*, 2016, 7(6): 2303–2308.
20. Guppy L., Mehta P., Qadir M. Sustainable development goal 6: two gaps in the race for indicators. *Sustainability Science,* 2019, 14(2):50 1–513. https://doi.org/10.1007/s11625-018-0649-z
21. Kundius V. A., Rushchitskaya O. A., Rushchitskaya O. E., Kot E. M. Development prospects of agrarian science and education in the formation of digital economy. *Digital agriculture – development strategy (ISPC 2019)*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Ekaterinburg, 21–22 Mar 2019. Atlantis Press, 2019, 329–333. https://doi.org/10.2991/ispc-19.2019.74
22. Васильева Н. К., Резниченко С. М., Васильев В. П., Агафонова Н. П. Факторы и условия обеспечения экономической устойчивости сельскохозяйственных организаций региона. *Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ)*. 2016. № 121. С. 1633–1646. https://doi.org/10.21515/1990-4665-121-100
Vasilieva N. K., Reznichenko S. M., Vasiliev V. P., Agafonova N. P. Factors and conditions economic sustainability of farm organizations in the region. *Politematicheskij setevoj e'lektronny'j nauchny'j zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta (Nauchny'j zhurnal KubGAU)*, 2016, (121): 1633–1646. (In Russ.) https://doi.org/10.21515/1990-4665-121-100

ВЕСТНИК
КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

оригинальная статья

Разработка финансовой стратегии предприятия агропромышленного комплекса: теоретические предпосылки и инструменты

Цветцых Александр Васильевич
Сибирский государственный университет имени академика М. Ф. Решетнева, Россия, г. Красноярск
tsvettsykhalex@mail.ru

Лячин Владимир Иванович
Сибирский государственный университет науки и технологий имени М. Ф. Решетнева, Россия, г. Красноярск

Поступила в редакцию 08.11.2021. Принята после рецензирования 14.12.2021. Принята в печать 17.01.2022.

Аннотация: Современная рыночная среда агропромышленного бизнеса, несмотря на очевидное повышение его инвестиционной привлекательности, отличается высокой изменчивостью и непредсказуемостью внешних факторов деятельности. Поэтому в существующих условиях особое значение приобретает стратегическое развитие на базе использования специальных механизмов и их элементов – инструментов планирования финансовой стратегии, являющихся сущностной основой управления развитием предприятий агропромышленного комплекса. Высокая научная и практическая значимость проблемы обеспечения устойчивого развития на основе выработки специальной финансовой стратегии, способной придать необходимую финансовую устойчивость объекту планирования, определила выбор темы и предмета исследования, постановку цели и задач. Цель – обосновать методические положения разработки финансовой стратегии, ориентированной на обеспечение финансовой устойчивости предприятия в долгосрочной перспективе, на основе учета отраслевой специфики, философской сущности понятия *устойчивость предприятия* и особенностей стратегического финансового планирования развития предприятий. В ходе достижения поставленной цели использовались следующие методы: статистический, абстрактно-логический, методы коллективной экспертной оценки, факторного анализа, линейного программирования. В результате исследования обоснован алгоритм разработки финансовой стратегии предприятия, определены дальнейшие задачи исследования, решение которых позволит выработать специальные инструменты практической реализации предложенного в данной работе алгоритма разработки финансовой стратегии предприятия.
Ключевые слова: устойчивое развитие, финансовая устойчивость, стратегическое развитие, факторы стратегического развития, инструменты стратегического планирования, стратегическая карта сбалансированных показателей, финансовая устойчивость предприятия

Цитирование: Цветцых А. В., Лячин В. И. Разработка финансовой стратегии предприятия агропромышленного комплекса: теоретические предпосылки и инструменты. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 98–105. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-98-105

original article

Financial Strategy of the Enterprise: Theoretical Prerequisites and Instruments

Alexander V. Tsvettsykh
Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Russia, Krasnoyarsk
tsvettsykhalex@mail.ru

Vladimir I. Lyachin
Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Russia, Krasnoyarsk

Received 8 Nov 2021. Accepted after peer review 14 Dec 2021. Accepted for publication 17 Jan 2022.

Abstract: The modern market environment of the agro-industrial business, despite the obvious increase in its investment attractiveness, is characterized by high variability and unpredictability of external factors. Therefore, strategic development is of particular importance. Strategic development of agro-industrial enterprises should be based on such tools as special financial strategy planning, which provides sustainable development. The present article introduces the problem of sustainable development based on a special financial strategy and aimed at increasing the financial stability of the enterprise. The research objective was to substantiate the methodological provisions for an industry-based financial strategy, as well as to define

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

the philosophical essence of the concept of *enterprise sustainability* and the features of long-term strategic financial planning. The research relied on statistical method, expert assessment, factor analysis, abstract logical method, and linear programming. The article features an algorithm for financial strategy development. Further research will focus on the practical implementation of the algorithm.
Keywords: sustainable development, financial stability, strategic development, factors of strategic development, strategic planning tools, strategic map of the balanced indicators, financial stability

Citation: Tsvettsykh A. V., Lyachin V. I. Financial Strategy of the Enterprise: Theoretical Prerequisites and Instruments. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 98–105. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-98-105

Введение

В основе финансовой стратегии предприятия лежит выбор наиболее эффективных форм и способов финансирования, оптимальная комбинация которых призвана сформировать предпосылки для обеспечения финансовой устойчивости предприятия в долгосрочной перспективе.

Решению проблемы совершенствования механизма разработки финансовой стратегии на основе оценки финансовой устойчивости предприятий в интересах обеспечения их устойчивого развития посвящено большое количество работ отечественных и зарубежных авторов. Разработка финансовой стратегии реализована в рамках коэффициентного подхода [1–12]; балансового подхода [13; 14]; оптимизационного подхода на основе использования концепции финансового рычага [15–23].

Несмотря на всестороннее исследование различными авторами проблемы формирования финансовой стратегии, отдельные теоретические и практические аспекты остаются недостаточно раскрытыми. В частности, предлагаемые в современной экономической литературе показатели оценки финансовой устойчивости для формирования финансовой стратегии не являются показателями финансовой устойчивости, поскольку не основаны на учете сущностных признаков философской категории *устойчивость*, представляющей собой возвращение к равновесию как результату взаимного погашения внешних и внутренних сил [24]. По нашему мнению, оценка финансовой устойчивости должна осуществляться на основе использования предельных величин, позволяющих проводить соотнесение компенсирующего воздействия силы интеллекта, ресурсов со стороны предприятия и возмущающего воздействия факторов внешней и внутренней среды на достижение эталонных значений показателей финансового состояния при реализации процессов развития (качественных изменений) предприятия. Использование предельных величин для оценки финансовой устойчивости позволило бы повысить эффективность управления принятой финансовой стратегией развития, предполагающей выбор конкретных форм, способов финансирования и объектов инвестирования на предприятии.

Предметом нашего исследования стали алгоритм (логически взаимоувязанная последовательность действий), соответствующие инструменты и рычаги разработки (методический инструментарий) финансовой стратегии предприятия агропромышленного комплекса (АПК).

Методы и материалы. Информационной базой исследования послужили статистические материалы Управления Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва (Красноярскстата). Для решения основной задачи первого этапа исследования – анализа современного состояния и тенденций развития предприятий АПК Красноярского края и страны с целью выявления благоприятных и неблагоприятных факторов их стратегического развития, подлежащих учету при разработке финансовых стратегий, – мы использовали статистический и абстрактно-логический методы. Кроме того, применены методы коллективной экспертной оценки, факторного анализа и линейного программирования.

Результаты

Анализ статистической информации, характеризующей современное состояние и особенности финансовой деятельности предприятий АПК, способствовал выявлению динамики производства продукции сельского хозяйства в период с 2015 по 2019 гг. (табл. 1[1]).

За исследуемый период производство продукции животноводства стабильно росло. Производство продукции растениеводства с 2015 по 2017 гг. отличалось нестабильностью, что определялось изменчивостью условий природно-климатического характера. В 2018 г. наметилась тенденция к стабилизации и росту производства продукции растениеводства, обусловленная увеличением посевных площадей и относительно благоприятными природно-климатическими условиями. Доля животноводческой продукции выросла с 2015 по 2019 гг. на 1,34 %. При этом динамика роста доли растениеводческой продукции отличается нестабильностью: падение объема производства продукции завершилось в 2017 г., далее ее доля в общем объеме производимой сельскохозяйственной продукции начала расти.

[1] Красноярский краевой статистический ежегодник, 2020: стат. сб. Красноярск: Красноярскстат, 2020. 519 с.

Табл. 1. Продукция сельского хозяйства по организациям всех категорий
Tab. 1. Agricultural products by organizations of all categories

Продукция	2015	2016	2017	2018	2019	Темп роста, %	
						2015–2017	2017–2019
растениеводства, млн руб.	34445,9	35095,6	26990,9	31194,6	37223,0	78,35	137,90
доля, %	*45,20*	*43,34*	*37,52*	*40,04*	*43,86*	–	–
животноводства, млн руб.	41758,3	45887,1	44943,8	46719,6	47642,0	107,62	106,00
доля, %	*54,80*	*56,66*	*62,48*	*59,96*	*56,14*	–	–
Итого	76204,2	80982,7	71934,7	77914,1	84865,0	94,39	117,97

Другими важными показателями, характеризующими эффективность деятельности предприятий сельского хозяйства, являются показатели рентабельности. Результаты оценки показателей рентабельности пищевой промышленности Красноярского края указывают на падение эффективности использования активов (имущества) предприятий отрасли и доходности производимой продукции. Так, доходность использования активов (каждого рубля, вложенного в активы предприятий) снизилась на 1 % (с 6,7 % в 2017 г. до 5,7 % в 2019 г.), а доходность производства продукции снизилась на 1,1 % (с 4,7 % в 2017 г. до 3,6 % в 2019 г.)[2]. Ухудшение показателей рентабельности означает снижение прибыльности производства продукции, что уменьшает его инвестиционную привлекательность.

За 2017–2019 гг. произошло сокращение доли убыточных предприятий в пищевой промышленности региона на 2,9 % (с 21,0 % до 18,3 %). Наибольшее сокращение (на 2,6 %) было в 2019 г. Наметившаяся тенденция при прочих равных условиях создает предпосылки для роста их инвестиционной активности. Анализ показателей рентабельности предприятий пищевой промышленности и статистической информации, характеризующей динамику сальдированного финансового результата деятельности предприятий АПК (прибыль минус убыток) Красноярского края в 2017–2019 гг., выявил наметившуюся тенденцию к уменьшению прибыльности производства и реализации продовольственной продукции, что сокращает возможности предприятий отрасли по самофинансированию развития. В перспективе, при удорожании кредитных средств, это может привести к сокращению инвестиций в АПК. Графическая иллюстрация структуры источников финансирования инвестиций предприятий АПК представлена на рис. 1[3].

С 2016 по 2019 гг. доля собственных средств в структуре источников финансирования инвестиций уменьшилась на 2,3 %, доля бюджетного финансирования – на 1,3 %. При этом увеличение доли заемных и других средств на 3,6 % неизбежно вызовет рост долговой нагрузки на предприятия АПК. Увеличение долговой нагрузки при сокращении возможностей самофинансирования повышает роль и значение бюджетных источников, выделяемых на компенсацию различных расходов предприятий АПК. Сокращение доли бюджетного финансирования в совокупности с удорожанием заемного капитала и снижением возможностей самофинансирования придает особую значимость стратегическому финансовому планированию в обеспечении устойчивого развития предприятий отрасли.

За 2017–2019 гг. снизились значения коэффициентов текущей ликвидности и автономии предприятий растениеводства и животноводства Красноярского края (табл. 2). Фактическое значение коэффициента текущей ликвидности не соответствовало нормативному значению (по мнению большинства специалистов, оно должно составлять не менее 200 %). Снижение значения коэффициента текущей ликвидности за анализируемый период на 5,56 указывает на уменьшение ликвидных активов предприятий,

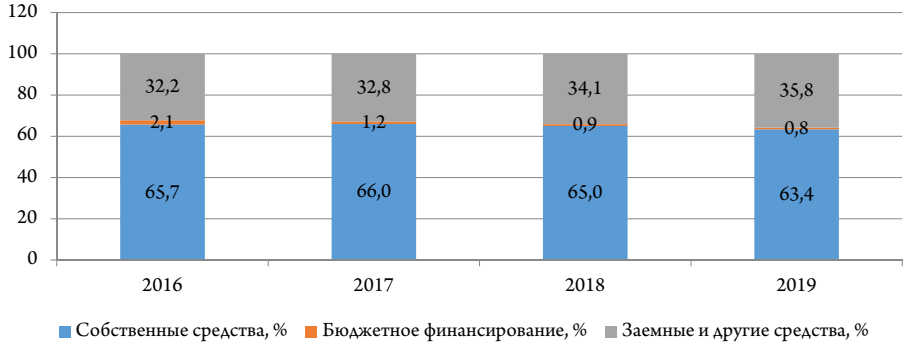

Рис. 1. Структура источников финансирования инвестиций предприятий АПК
Fig. 1. Investment sources in agro-industry

[2] Финансы организаций. *Красноярскстат*. Режим доступа: https://krasstat.gks.ru/folder/32923 (дата обращения: 17.10.2021).

[3] Рис. 1, табл. 2 и 3 составлены по: Финансы организаций. *Красноярскстат*....

Табл. 2. Коэффициент текущей ликвидности и коэффициент автономии предприятий АПК
Tab. 2. Current liquidity and autonomy ratio of agro-industrial enterprises

Показатели	2017	2018	2019	Темп роста, %	
				2017–2018	2018–2019
Коэффициент текущей ликвидности	191,98	194,16	186,42	101,13	96,01
Коэффициент автономии	49,35	47,25	46,06	95,74	97,58

падение их платежеспособности. Коэффициент автономии предприятий также не отвечал общепринятому в современной практике нормативному значению – 0,5. Снижение значения коэффициента автономии в течение всего исследуемого периода на 3,29 связано с ростом доли привлеченных средств и, как следствие, с повышением финансовой зависимости предприятий АПК от внешних источников финансирования своей деятельности. Снижение коэффициентов текущей ликвидности и автономии означает уменьшение финансовой устойчивости предприятий АПК, что является негативным фактором в развитии предприятий отрасли, требующим особого внимания предприятий и государства на стратегическом уровне управления при выборе форм финансовой поддержки в интересах обеспечения устойчивости стратегического развития АПК.

С 2017 по 2019 гг. отмечен рост размеров кредиторской и дебиторской задолженности предприятий растениеводства и животноводства Красноярского края (табл. 3). Рост составил 123,95 %, что является негативным фактором для деятельности предприятий, отвлекающим денежные средства из оборота, создающим напряженную платежную ситуацию на предприятиях и снижающим их инвестиционный потенциал. Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности указывает на многократное превышение первой над второй. Оптимальной величиной данного показателя является интервал от 0,9 до 1. Значительное превышение дебиторской задолженности над кредиторской на протяжении всего исследуемого периода является признаком неоптимального состава контрагентов предприятий растениеводства и животноводства, не способных своевременно выполнять свои платежные обязательства.

По данным опроса экспертов, были определены и систематизированы факторы стратегического развития предприятий АПК (табл. 4). Выбор признаков классификации факторов для их систематизации определяется целью исследования. Декомпозиция факторов по трем признакам:

1) по источнику влияния (внутренние и внешние факторы) – учет источника и формы влияния фактора на устойчивость развития предприятия;
2) по природе возникновения (материально-техническое обеспечение, производство, сбыт продукции, финансирование) – не только учет отраслевых особенностей объекта исследования при формировании стратегии, но и обоснование состава наиболее функциональных сфер планирования стратегического развития предприятия (это обеспечит на основе использования системного подхода комплексность характера планирования и устойчивость стратегического развития предприятия);
3) по типу связи предприятий АПК (вертикальный тип, горизонтальный тип) – обоснование предпочтительного типа интеграции, обеспечивающего использование (нивелирование) положительного (отрицательного) влияния фактора на стратегическое развитие предприятий.

Экспертная оценка факторов по степени значимости (от 0 до 3 баллов) позволила определить, что наиболее сильное влияние на устойчивость стратегического развития предприятия АПК оказывают факторы сферы финансирования. Поэтому особое место в системе подготовки общей стратегии развития предприятий АПК занимает разработка их финансовой стратегии. В основе финансовой стратегии лежит выбор наиболее эффективных форм и способов финансирования предприятия, оптимальная комбинация которых призвана сформировать предпосылки для достижения максимальной финансовой устойчивости в процессе развития предприятий.

Систематизация факторов по наиболее существенным признакам выявила необходимость решения следующих задач исследования. Во-первых, формирование действенной стратегии финансирования предприятий АПК в интересах обеспечения их финансовой устойчивости невозможно без учета особенностей форм и способов финансирования предприятий АПК. Во-вторых, необходимость обеспечения финансовой устойчивости предприятия АПК при формировании и реализации финансовой

Табл. 3. Кредиторская и дебиторская задолженность предприятий АПК
Tab. 3. Payables and receivables of agro-industrial enterprises

Показатели	2017	2018	2019	Темп роста, %	
				2017–2018	2018–2019
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	9339301	8978954	9459950	96,14	105,36
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	571414696	696340372	708300036	121,86	101,71
Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	63,18	77,55	74,87	122,74	96,64

стратегии требует разработки и использования специальной системы показателей финансовой устойчивости предприятия, учитывающей ее базовые признаки. Решение данной задачи требует разработки стратегической карты показателей финансовой устойчивости предприятий АПК

Табл. 4. Факторы стратегического развития предприятий АПК
Tab. 4. Factors of strategic development of agro-industrial enterprises

По источнику влияния	По природе возникновения	Оценка значимости	По типу связи предприятий*
Внешние	*Материально-техническое обеспечение*		
	Наличие альтернативных поставщиков материальных ресурсов	2	ВТ
	Стоимость материальных ресурсов	2	ВТ
	Производство		
	Доступность передовых технологий животноводства и растениеводства	2	ГТ
	Уровень подготовки специалистов АПК	3	ГТ
	Сбыт продукции		
	Наличие доступных каналов сбыта	3	ВТ
	Рентабельность продаж	2	ВТ
	Меры государственного регулирования продовольственных рынков	2	ГТ
	Финансирование		
	Условия привлечения внешнего финансирования	3	ГТ
	Уровень развития финансового рынка	2	ГТ
Внутренние	*Материально-техническое обеспечение*		
	Развитость нормированных технологий	1	ГТ
	Качество и стоимость используемых материальных ресурсов	2	ГТ
	Производство		
	Прогрессивность производственных технологий	2	ГТ
	Затраты на производство	2	ВТ
	Развитость производственного контроля и системы менеджмента качества	2	ВТ
	Корпоративная культура и квалификация персонала	2	ВТ
	Сбыт продукции		
	Конкурентоспособность продукции	2	ВТ
	Развитость каналов сбыта	3	ГТ
	Рентабельность продукции	2	ВТ
	Финансирование		
	Формы и способы финансирования	3	ГТ
	Уровень финансовой устойчивости предприятия	3	ГТ

Прим.: * ВТ – вертикальный тип, ГТ – горизонтальный тип.

и методики их оценки. Мы определяем категорию *финансовая устойчивость предприятия* как способность восстанавливать (сохранять) состояние сбалансированности, пропорциональности и эффективности финансово-экономических процессов функционирования. Исходя из данного определения, базовыми признаками финансовой устойчивости предприятия являются финансовая адаптивность (ФА) и финансовая стабильность (ФС) [25].

Нами предложен алгоритм формирования финансовой стратегии предприятия АПК (рис. 2). Важными составными элементами предложенного алгоритма стали стратегическая карта сбалансированных показателей финансовой устойчивости (СК СП ФУ) предприятия АПК и оптимизационная модель выбора эффективного портфеля форм и способов финансирования (ОП ВФСФ) развития предприятия. Состав СК СП ФУ формируют две группы показателей: показатели ФА и показатели ФС предприятия [6; 9; 14; 19].

Показатели ФА:

- коэффициент обеспеченности краткосрочных обязательств денежными потоками ($К_{око}$) ≥ 0,4;
- коэффициент эффективности денежного потока по текущей деятельности ($К_{эдп}$) > 0;
- коэффициент ликвидности совокупного денежного потока ($К_{лдп}$) ≥ 1;
- коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности ($К_{одз}$) ≥ 1;
- коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности ($К_{окз}$) ≥ 1.

Показатели ФС:

- коэффициент окупаемости инвестиций ($К_{о}$) ≥ 1;
- коэффициент автономии ($К_{а}$) ≥ 0,5;
- коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами ($К_{оз}$) ≥ 0,5;
- коэффициент общей ликвидности ($К_{ол}$) > 2;
- коэффициент абсолютной ликвидности ($К_{ал}$) > 0,2;
- коэффициент быстрой ликвидности ($К_{бл}$) > 0,7–1.

Алгоритм разработки финансовой стратегии предполагает реализацию следующих этапов.

Этап 1. Сбор информации по инвестиционным проектам и факторам финансовой устойчивости предприятия (ФА и ФС). Проводится сбор и оценка внешних и внутренних факторов, учитываемых при разработке финансовой стратегии. В систему факторов входят: условия привлечения заемного капитала, возможности самофинансирования, уровень платежеспособности, условия привлечения сельскохозяйственных субсидий на возмещение затрат, условия лизинга агротехники и пр. Проводится оценка финансового потенциала предприятия на основе расчета показателей, характеризующих ФА (*этап 1.1.*) и ФС (*этап 1.2.*). Под ФА предприятия понимается способность привлекать внешние источники финансирования в размерах, необходимых для покрытия дефицита средств, используемых для финансирования производства приоритетных товарных групп, освоения нового производства.

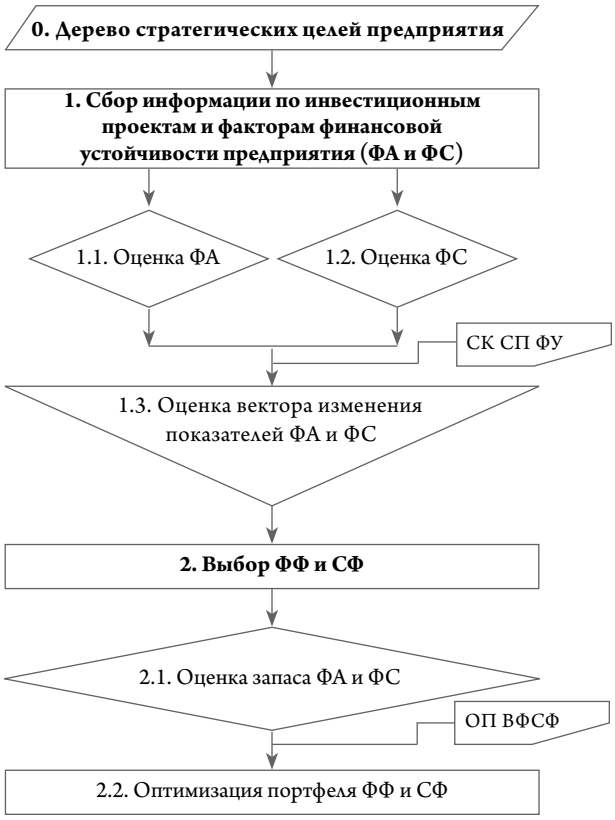

Рис. 2. Алгоритм методики формирования финансовой стратегии предприятия
Fig. 2. Algorithm of financial strategy development

Под ФС – способность предприятия сохранять непрерывность своего функционирования в изменяющейся среде сколь угодно долго. Поэтому для оценки ФС, по мнению авторов, допустимым является использование показателей окупаемости и платежеспособности.

По результатам оценки ФА и ФС предприятия определяются отклонения фактических значений показателей от эталонных. Затем устанавливается вектор (направление) изменения показателей ФА и ФС для повышения (сохранения) ФА и ФС на планируемый период (*этап 1.3.*). Для решения данной задачи используется специальная система показателей финансовой устойчивости предприятия. СК СП ФУ предприятия АПК содержит перечень взаимосвязанных показателей, характеризующих ФА и ФС; методика их оценки соответствует сущностным базовым признакам философской категории *устойчивость*: предельный характер финансово-экономических возможностей адаптации предприятия как системы.

Этап 2. Построение оптимального портфеля форм финансирования (ФФ) и способов финансирования (СФ). Изучается информация об экономических условиях использования допустимых ФФ и СФ, об альтернативных перспективных ассортиментных группах, планируемых к производству. На основании этого предлагается специальная ОП ВФСФ инвестиционного развития предприятия.

При построении оптимального портфеля ФФ и СФ инвестиционного развития предприятия (*этап 2.1.*) учитываются результаты оценки запаса ФА и ФС (потенциала самофинансирования). Это делается для того, чтобы при учете возможностей самофинансирования и условий привлечения внешних ФФ и СФ уточнить тип стратегической финансовой политики (выбор в пользу консервативного, умеренного или агрессивного типа).

Практическое использование ОП ВФСФ инвестиционного развития предприятия учитывает отраслевые особенности финансирования предприятий АПК (государственные субсидии, кредитование на льготных условиях, страхование и др.) и позволяет сформировать эффективный (по критерию максимизации запаса финансовой устойчивости) портфель ФФ и СФ инвестиционной деятельности для обеспечения их устойчивого развития. Базой формирования портфеля является множество I допустимых ФФ и СФ, используемых предприятием АПК для целей покрытия расходов на реализацию проектов по выпуску ассортиментных групп J (молоко, сметана, пшеница продовольственная и пр.).

Формировать оптимальный портфель ФФ и СФ производственной деятельности (*этап 2.2.*) предлагается с использованием метода последовательных приближений (итераций) на основе полного перебора допустимых ФФ и СФ в процессе решения задачи линейного программирования при применении булевых переменных (x):

$$\sum_{i=1}^{I}\sum_{j=1}^{J} C_{ij}x_i \to min;$$
$$\sum_{i=1}^{I}\sum_{j=1}^{J} \text{ЗБУ}_{ij} \to max;$$
$$\sum_{i=1}^{I} \text{ФА}_i \geq N_1;$$
$$\sum_{i=1}^{I} \text{ФС}_i \geq N_2,$$

где x_i – булевая переменная, показывающая, планируется ли к освоению производства ассортиментная группа J (если x_i=1, то планируется; если x_j=0, то не планируется); C_{ij} – расходы на финансирование освоения выпуска i-й ассортиментной группы, связанные с привлечением и использованием j-й формы и способа финансирования; ЗБУ – запас безубыточности; N_1, N_2 – нормативные значения изменения показателей ФА и ФС предприятия.

Результатом решения задачи формирования эффективного портфеля ФФ и СФ станет оптимальный портфель ФФ и СФ, позволяющий определить архитектуру продуктовых групп предприятий и являющийся основой выбора корпоративной финансовой стратегии, обеспечивающей финансовую устойчивость предприятий. Критериями оптимального портфеля являются: *max* – получение максимального запаса финансовой устойчивости предприятия; *min* – минимальные расходы на привлечение и использование ФФ и СФ проектов по выпуску ассортиментных групп J (молоко, сметана, пшеница продовольственная и пр.).

Подготовка и использование СК СП ФУ при разработке финансовой стратегии предприятия должны способствовать решению следующих стратегических задач:

1) выбор ФФ и СФ на основе планирования показателей ФА и ФС предприятия;
2) контроль достижения эталонных значений показателей ФА и ФС предприятия для выявления отклонения фактических значений показателей от эталонных, объяснения их причин и своевременного приятия решений по их устранению.

Заключение

Предложенный алгоритм призван создать методическую и инструментальную основу выбора финансовой стратегии предприятия АПК, обеспечивающей финансовую устойчивость и создание финансовых предпосылок устойчивого развития предприятия. Дальнейшая задача исследования состоит в разработке специальных инструментов практической реализации алгоритма методики формирования финансовой стратегии предприятия, а именно в разработке СК СП ФУ предприятия и ОП ВФСФ производственной деятельности предприятия, учитывающей его отраслевую специфику. Использование предлагаемых инструментов в практике стратегического планирования предприятий АПК позволит повысить устойчивость их развития на основе определения оптимальной архитектуры продуктовых групп и повышения качества стратегического финансового планирования и контроля. Поэтому авторами рекомендуется включить ОП ВФСФ развития предприятия и СК СП ФУ предприятия в пакет инструментов корпоративного финансового управления предприятий АПК.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflicting interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Цветцых А. В. – подготовка частей введение, методы и материалы, результаты, оформление части литература;
Лячин В. И. – подготовка частей аннотация, заключение.
Contribution: A. V. Tsvettsykh wrote the Introduction, Methods and Materials, Results, and References;
V. I. Lyachin wrote the Abstract and Conclusion.

Литература / References

1. Багов В. П., Ступаков В. С., Токаренко Г. С. Методика оценки эффективности стратегии корпоративной системы по обобщенным характеристикам. *Финансы*. 2000. № 11. С. 59–61.
   Bagov V. P., Stupakov V. S., Tokarenko G. S. Evaluating the effectiveness of a corporate system strategy by generalized characteristics. *Finance*, 2000, (11): 59–61. (In Russ.)
2. Брюховецкая Н. Е. Глобализация и проблемы формирования национального рынка финансов. *Прометей*. 2005. № 2. С. 266–272.
   Bryukhovetskaya N. Ye. Globalization and the problems of forming a national financial market. *Prometei*, 2005, (2): 266–272. (In Russ.)
3. Давиденко Н. Н. Формирование финансовой стратегии корпоративных предприятий АПК. *Проблемы современной экономики (Новосибирск)*. 2010. № 1-3. С. 120–125.
   Davidenko N. N. Formation of financial strategy of corporate enterprises of the agro-industrial complex. *Problemy sovrenennoi ekonomiki (Novosibirsk)*, 2010, (1-3): 120–125. (In Russ.)
4. Савицкая Г. В. Проблемные аспекты определения эффекта финансового рычага. *Экономический анализ: теория и практика*. 2016. № 5. С. 99–111.
   Savitskaya G. V. Problematic aspects of calculating the financial leverage effect. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika*, 2016, (5): 99–111. (In Russ.)
5. Журова Л. И. Механизм формирования финансовой стратегии предприятия. *Дайджест-финансы*. 2011. № 3. С. 17–26.
   Zhurova L. I. Mechanism for the formation of the financial strategy of the enterprise. *Digest Finance*, 2011, (3): 17–26. (In Russ.)
6. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента. 3-е изд., доп. и перераб. М.: Финансы и статистика, 2001. 528 с.
   Balabanov I. T. *Fundamentals of financial management*. 3rd ed. Moscow: Finansy i statistika, 2001, 528. (In Russ.)
7. Бочаров В. В., Леонтьев В. Е. Корпоративные финансы. СПб.: Питер, 2004. 592 с.
   Bocharov V. V., Leontiev V. E. *Corporate finance*. St. Petersburg: Piter, 2004, 592. (In Russ.)
8. Лисовская И. А. Финансовый менеджмент. М.: Рид Групп, 2011. 352 с.
   Lisovskaya I. A. *Financial management*. Moscow: Rid Grupp, 2011, 352. (In Russ.)
9. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. М.: ИНФРА-М, 2008. 208 с.

Sheremet A. D., Negashev E. V. *Methods of financial analysis of the activities of commercial organizations.* Moscow: INFRA-M, 2008, 208. (In Russ.)

10. Барабанова И. Ю. Цели и задачи разработки финансовой стратегии на предприятии. *Вестник университета*. 2012. № 3. С. 40–44.
Barabanova I. Iu. The purposes and problems of working out of financial strategy at the enterprise. *Vestnik universiteta*, 2012, (3): 40–44. (In Russ.)
11. Санина Н. В., Хурчак Ю. С. Формирование безопасной финансовой стратегии развития коммерческих организаций. *Вестник Воронежского государственного аграрного университета*. 2015. № 4. С. 259–268.
Sanina N. V., Khurchak Yu. S. Formation of a safe financial strategy of development of commercial enterprises. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta*, 2015, (4): 259–268. (In Russ.)
12. Фадеева Ю. В. Разработка финансовой стратегии как основа эффективного управления организацией. *Современные проблемы права, экономики и управления.* 2015. № 1. С. 162–166.
Fadeeva Yu. V. Development of financial strategy as the basis for the effective management of the organization. *Sovremennye problemy prava, ehkonomiki i upravleniya*, 2015, (1): 162–166. (In Russ.)
13. Абрютина М. С., Грачев А. В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Дело и Сервис, 2001. 272 с.
Abryutina M. S., Grachev A. V. *Analysis of the financial and economic activities of the enterprise*. 3rd ed. Moscow: Delo i Servis, 2001, 272. (In Russ.)
14. Быкова Е. В. Показатели денежного потока в оценке финансовой устойчивости предприятия. *Финансы*. 2000. № 2. С. 56–59.
Bykova E. V. Cash flow indicators in the assessment of enterprise financial stability. *Finance*, 2000, (2): 56–59. (In Russ.)
15. Ilyukhin V. E. The impact of financial leverage on the efficiency of companies. *Journal of Corporate Finance Research*, 2015, (2): 24–36.
16. Наумов А. А., Уваров Е. Б. Финансовый рычаг: проблемы и решения. *ISJ Theoretical & Applied Science.* 2014. № 9. С. 180–182. http://dx.doi.org/10.15863/TAS.2014.09.17.31
Naumov A. A., Uvarov E. B. Financial leverage: problems and solutions. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 2014, (9): 180–182. (In Russ.) http://dx.doi.org/10.15863/TAS.2014.09.17.31
17. Стоянова Е. С., Крылова Т. Б., Балабанов И. Т., Быкова Е. В., Кукукина И. Г., Масленченков Ю. С., Бланк И. А., Ващенко Т. В. Финансовый менеджмент: теория и практика. 6-е изд. М.: Перспектива, 2010. 656 с.
Stoianova E. S., Krylova T. B., Balabanov I. T., Bykova E. V., Kukukina I. G., Maslenchenkov Iu. S., Blank I. A., Vashchenko T. V. *Financial management: theory and practice*. 6th ed. Moscow: Perspektiva, 2010, 656. (In Russ.)
18. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. 2-е изд. перераб. и доп. Киев: Эльга, Ника-Центр, 2004. 656 с.
Blank I. A. *Financial management,* 2nd ed. Kiev: Elga, Nika-Tsentr, 2004, 656. (In Russ.)
19. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект, 2017. 1104 с.
Kovalev V. V. *Financial management: theory and practice*. 3rd ed. Moscow: Prospekt, 2017, 1104. (In Russ.)
20. Titman S. D. The effects of capital structure on a firm's liquidating decision. *Journal of Financial Economics*, 1984, 13(1): 137–151. https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90035-7
21. Myers S. C. The capital structure puzzle. *The Journal of Finance*: Proc. 42nd Annual Meeting, San Francisco, CA, 28–30 Dec 1983. Wiley, 1984, vol. 39, iss. 3, 575–592. https://doi.org/10.2307/2327916
22. Gupta M. C. The effect of size, growth and industry on the financial structure of manufacturing companies. *The Journal of Finance*, 1969, 24(3): 517–529. https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1969.tb00370.x
23. Бакулевская Л. В. Сущность современного финансового менеджмента и его влияние на развитие финансовой стратегии организации. *Экономические науки*. 2009. № 4. С. 289–295.
Bakulevskaya L. V. Essence of modern financial management and its influence on development of financial strategy of the organization. *Ekonomicheskie nauki,* 2009, (4): 289–295. (In Russ.)
24. Спенсер Г. Синтетическая философия. Киев: Ника-Центр, 1997. 512 с.
Spenser H. *The Synthetic philosophy*. Kiev: Nika-Tsentr, 1997, 512. (In Russ.)
25. Цветцых А. В., Лобков К. Ю. Финансовая устойчивость предприятия: сущность и оценка. *Азимут научных исследований: экономика и управление.* 2021. Т. 10. № 1. С. 371–374. https://doi.org/10.26140/anie-2021-1001-0092
Tsvettsykh A. V., Lobkov K. Yu. Financial stability of the enterprise: essence and assessment. *Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration*, 2021, 10(1): 371–374. (In Russ.) https://doi.org/10.26140/anie-2021-1001-0092

ВЕСТНИК
КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

оригинальная статья

Диджитализация предпринимательской деятельности как стратегия перехода к модели smart-предприятия

Цыбовский Виктор Леонидович
Институт предпринимательской деятельности, Республика Беларусь, г. Минск
https://orcid.org/0000-0002-3756-0111
rektorat@uoipd.by

Поступила в редакцию 08.12.2021. Принята после рецензирования 10.01.2022. Принята в печать 17.01.2022.

Аннотация: Настоящее исследование направлено на изучение феномена диджитализации предпринимательской деятельности в рамках современной глобальной экономической системы и определение основных факторов, влияющих на процесс формирования предпринимателями smart-предприятий. Предмет – совокупность факторов и применяемых инструментов, влияющих на формирование бизнес-стратегии диджитализации предприятий в ходе предпринимательской деятельности. Цель – определить роль диджитализации в деятельности предпринимательских субъектов хозяйствования на современном этапе развития глобальной экономики, установить факторы развития данного явления и тенденции становления smart-предприятий. С помощью общих методов научного познания рассмотрено в различных аспектах понятие диджитализации во взаимосвязи с развитием smart-предприятий и политикой индустрии 4.0; выявлены тенденции, характерные для современного состояния и развития диджитализации в ходе предпринимательской деятельности. В исследовании уточнен термин *диджитализация*. Развитие процесса диджитализации обусловлено множеством факторов, структура которых имеет следующий вид: 1) Интернет вещей (Internet of Things) и Интернет всего (Internet of Everything); 2) повсеместно доступное подключение (гиперподключение); 3) приложения и сервисы на основе облачных технологий; 4) аналитика больших данных и большие данные, действующие как услуга; 5) автоматизация и роботизация; 6) многоканальные и всеканальные модели распространения товаров и услуг. В качестве ведущих тенденций диджитализации и создания smart-предприятий выступают управление изменениями, переход к стратегическому менеджменту, конвергенция многомерных технологий, модернизация человеческого капитала. После трех крупных промышленных революций XVI–XX веков современное общество вступает в эпоху, называемую четвертой промышленной революцией, основанной на передовых информационных и коммуникационных технологиях, на базах данных и искусственном интеллекте. Эти технологии открывают сегодня перед предпринимателем огромные перспективы для повышения производительности, конкурентоспособности и создания smart-предприятий.

Ключевые слова: диджитализация, smart-предприятие, четвертая промышленная революция, индустрия 4.0, научно-техническое развитие, информационно-коммуникационные технологии

Цитирование: Цыбовский В. Л. Диджитализация предпринимательской деятельности как стратегия перехода к модели Smart-предприятия. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 106–114. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-106-114

original article

Digitalization of Entrepreneurial Activity as a Smart-Enterprises Model Transition Strategy

Viktar L. Tsybouski
Institute of Entrepreneurial Activity, Belarus, Minsk
https://orcid.org/0000-0002-3756-0111
rektorat@uoipd.by

Received 8 Dec 2021. Accepted after peer review 10 Jan 2022. Accepted for publication 17 Jan 2022.

Abstract: The modern dynamic development of the global economic system depends on many factors, but the phenomenon of digitalization plays a major role in this process. The phenomenon covers techniques and technologies, households and enterprises, management and production, as well as various aspects of society in general, i.e. everything from digital identity cards to cryptocurrencies. After three major industrial revolutions of the XVIII–XX centuries, the modern society is entering

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

the era of the Fourth Industrial Revolution. It is based on advanced information and communication technologies, databases, and artificial intelligence. These technologies open up enormous opportunities for the modern entrepreneur to increase productivity, competitiveness, and added value. Artificial intelligence and new generations of robots will eventually lead to smart enterprises and the so-called Industry 4.0. Entrepreneurs must adapt to the new situation by introducing digitalization business strategies into their production and economic activities. This research features the digitalization of entrepreneurial activity in the global economic system. The research objective was to identify the main factors that affect the development of smart enterprises. It featured factors and structuring tools that develop digitalization business strategies. The author defined the concept of digitalization in the activities of business entities at the present stage of global economy and established the development factors, as well as the tendencies of the formation of smart enterprises. The research relied on standard methods of gaining scientific knowledge to define various aspects of digitalization in connection with the development of smart enterprises and the policy of Industry 4.0. The study clarified the term of digitalization as a multidimensional process that brings the real and virtual world together, thus becoming the main driver of innovation and changes in the economy. Its development depends on many different factors, which can be structured as follows: 1) The Internet of Things and The Internet of Everything; 2) ubiquitous connectivity (hyperconnectivity); 3) cloud-based apps and services; 4) big data analytics and big data as a service; 5) automation and robotization; 6) multichannel and all-channel models of distribution of goods and services. The leading trends in digitalization and smart enterprises included the change in management, transition to strategic management, convergence of multidimensional technologies, and modernization of human capital.
Keywords: digitalization, smart enterprise, the fourth industrial revolution, industry 4.0, scientific and technological development, information and communication technologies

Citation: Tsybouski V. L. Digitalization of Entrepreneurial Activity as a Smart-Enterprises Model Transition Strategy. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 106–114. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-106-114

Введение

В современной глобальной экономике наблюдается возрастающее влияние новых технологий, обусловленное высокими темпами научно-технического прогресса. Развитие информационных и коммуникационных технологий создало возможности для сбора и анализа больших баз данных. Новые алгоритмы интеллектуального анализа баз данных и языки машинного обучения разрабатываются для поддержки процесса совершенствования искусственного интеллекта. Роботизация человеческой деятельности быстро развивается, и искусственный интеллект, который способен все лучше имитировать возможности человеческого разума, содействует тому, чтобы высокотехнологические машины все чаще заменяли людей, выполняя за них сложные производственные операции. Примером этого являются автономные хирургические роботы, самостоятельно выполняющие рутинные хирургические процедуры. Развитие так называемого Интернета вещей (Internet of Things), а впоследствии и Интернета всего (Internet of Everything) предлагает совершенно новые технологические возможности в области создания автономных и интеллектуальных транспортных средств, а также в области связи друг с другом с использованием технологий мобильных промышленных машин. Все эти изменения означают, что мы уже можем констатировать факт начала четвертой промышленной революции, которая, как ожидается, приведет, помимо прочего, к созданию smart-предприятий. Динамично происходящие технологические изменения оказывают сильное влияние на современную экономику и субъекты хозяйствования, заставляя их принимать сложные решения относительно выбора стратегии развития. Прогрессирующая глобализация экономики и усиление конкуренции на рынках усугубляют проблемы, с которыми сталкиваются современные предприниматели. Чтобы соответствовать им, предприятия должны быстро меняться, используя преимущества новой продукции и конкурентных возможностей, создаваемых новыми технологиями. В результате начала четвертой промышленной революции ожидаются радикальные изменения не только с точки зрения повышения операционной эффективности и производительности факторов производства, но и с точки зрения новых бизнес-моделей, приносящих экономические выгоды предпринимателям, экономике и обществу в целом. Их основа – все более нарастающая диджитализация экономики [1].

Теоретические основы

Ретроспективный исторический анализ и изучение научной литературы дают основания считать, что современная экономика быстро меняет свой облик: в ней начинают доминировать цифровые технологии. Состояние, в котором мы находимся сейчас, является результатом долгого пути от эпохи первой промышленной революции через вторую и третью к четвертой, которая как раз и начинается. Вследствие первой промышленной революции, позволившей использовать энергию воды и пара в производственных процессах, характер технологий значительно изменился. Первые фабрики и заводы были построены на базе паровых машин. Увеличилась степень влияния

человека на окружающую среду. Машины освободили людей от тяжелого ручного труда и значительно повысили его эффективность. Но также имел место и негативный эффект внедрения машин в виде сокращения рабочих мест, которые ранее занимали преимущественно неквалифицированные рабочие [2]. Положительные эффекты проявились в виде ускорения экономического развития и создания новых, ранее не существовавших профессий и рабочих мест. Еще один скачок в экономическом и социальном развитии был вызван второй промышленной революцией, в основе которой лежали открытие и определение практического использования электричества, а также разработка двигателя внутреннего сгорания. Это период многих прорывных открытий и изобретений в области проводной связи (телеграф, телефон), железных дорог и т. д. Развивалось массовое производство, углублялся феномен специализации и разделения труда. В то же время появлялись новые профессии, создавались новые рабочие места для квалифицированных рабочих и специалистов. Динамичный рост промышленности и увеличение расходов на научные исследования и разработки еще больше ускорили научно-технический прогресс, что привело к еще одному прорыву – третьей промышленной революции, последствия которой мы ощущаем и сегодня. Это революция, основанная на компьютерных, информационных и коммуникационных технологиях, сначала проводных, а теперь и беспроводных компьютерных сетей. Их развитие позволило создать и внедрить IT-технологии, поддерживающие автоматизацию производственных процессов. Новые информационные технологии, которые все чаще используются в экономике, науке и технике, еще больше ускорили темпы научно-технического прогресса, результаты которого полностью изменили облик современной экономики [3].

История показывает, что технология развивается семимильными шагами и достигает определенного критического технологического уровня, на котором заканчиваются возможности для ее дальнейшего развития, что приводит к переходу на более высокий уровень технологии. Одна из важных тенденций, наблюдаемых с момента первой промышленной революции, – это нарастающая интеграция технологий. Если технологии первой и второй промышленных революций создавались и развивались раздельно, то технологии третьей и четвертой революций развиваются в тесной взаимосвязи. В настоящее время мы находимся на пороге четвертой промышленной революции, вызванной развитием новых технологий, таких как облачные вычисления, большие базы данных, Интернет вещей и искусственный интеллект [4]. Суть четвертой промышленной революции заключается в разработке взаимодействующих между собой интеллектуальных машин и устройств, которые могут работать без вмешательства человека. Автоматизация и роботизация производства начались во время второй промышленной революции, а третья привела к их расцвету. В условиях четвертой промышленной революции роботизация перейдет на более высокий уровень благодаря оснащению машин и устройств искусственным интеллектом, что позволит совершенно по-новому организовать производственные процессы. Интеллектуальные машины осуществляют революцию в производстве и оказании услуг, повышая производительность всех факторов производства.

Большинство решений, необходимых для четвертой промышленной революции, уже существуют: Интернет, стандартизованные протоколы передачи баз данных для производственных предприятий, программное обеспечение для моделирования и совместные порталы для упрощения проектирования в реальном времени. Ожидается, что промышленная революция 4.0 сместится с традиционных производственных систем на киберфизические системы. Специалисты отмечают, что в настоящее время исчерпаны простые методы повышения эффективности деятельности компаний за счет снижения затрат на производственно-хозяйственную деятельность или за счет повышения эффективности человеческого труда. Поэтому в экономически развитых странах мира осуществляются инициативы по обеспечению непрерывной оптимизации работы предприятий путем сбора и обработки подробной информации в режиме реального времени [5]. В Германии такая инициатива по усилению конкурентоспособности обрабатывающей промышленности, получившая название индустрия 4.0, была предпринята еще десять лет назад представителями бизнеса, политиками и академическими кругами. Эта инициатива вошла в число 10 «Проектов будущего», сформулированных немецкой Высокотехнологичной стратегией[1]. В США деятельность в этой сфере осуществляется Консорциумом лидерства в области smart-производства (Smart Manufacturing Leadership Consortium). В Японии три основные организации участвуют в разработке индустрии 4.0: RRI (Robot Revolution Initiative), IVI (Industrial Value Chain Initiative) и IAC (IoT Acceleration Consortium).

Что касается производства, то основная задача, стоящая перед четвертой промышленной революцией, – это кардинальные изменения в отрасли, которые позволят создавать smart-предприятия. Такие предприятия будут все больше автоматизироваться, самооптимизироваться и взаимодействовать со своими продуктами, чтобы постоянно улучшать их. Они позволят осуществлять индивидуализированное производство с учетом требований потребителей, сохраняя при этом эффект масштаба. Посредством использования современных технологий они смогут быстро адаптироваться к изменениям и ситуациям, происходящим во внешней среде, повысить эффективность использования ресурсов и энергии и реализовать новые

[1] *Die neue Hightech-Strategie Innovationen für Deutschland*. Rostock: Bundesministerium für Bildung und Forschung, 2014. 60 p. Режим доступа: https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/upload_filestore/pub_hts/hts_broschure_web.pdf?__blob=publicationFile&v=1 (дата обращения: 03.12.2021).

модели сотрудничества с партнерами. Будет обеспечено включение поставщиков и получателей в бизнес-процессы и более широкий, чем когда-либо ранее, обмен знаниями, компетенциями и инновациями сотрудников как внутри, так и за пределами организации. В будущем компании будут создавать глобальные сети, соединяющие интеллектуальные и автономные машины, системы хранения и производственные устройства в форме киберфизических систем, которые самостоятельно действуют, обмениваются информацией и контролируют друг друга [6]. Благодаря этому будет произведена революция, состоящая из качественных изменений и улучшений в функционировании производства, проектировании, использовании материалов, процессах закупок и продаж, а также в управлении жизненным циклом продукта и цепочкой создания стоимости. На таких предприятиях будут создаваться интеллектуальные продукты, которые можно будет четко идентифицировать и, следовательно, отслеживать их статус на протяжении всего жизненного цикла (от покупки сырья до стадии утилизации). Таким образом, ими можно будет управлять в режиме реального времени, что позволит реализовать инженерные процессы на любом этапе создания стоимости [7].

В индустрии 4.0 все бизнес-процессы, включая закупки, производство, техническое обслуживание, продажи, доставку и работу с клиентами, будут связаны через промышленные системы и сети Интернета вещей. Диджитал-системы управляют физическими процессами, создают виртуальные (цифровые) копии реального мира и принимают децентрализованные решения. Через Интернет вещей они в реальном времени общаются и взаимодействуют друг с другом и с людьми, и благодаря облачным вычислениям предлагают широкий спектр сопутствующих услуг. Реализация идеи индустрии 4.0 требует вовлечения компаний и организаций из деловой среды, науки и политики. Выделяются шесть основных принципов проектирования, которые могут помочь в реализации сценариев будущего развития: совместимость, виртуализация, децентрализация, работа в режиме реального времени, сервисная ориентация, модульность[2].

Слово *диджитализация* все чаще используется во многих научных исследованиях, статьях и в СМИ. Впервые оно появилось в середине XX в. с развитием компьютерной техники. Сегодня эту концепцию анализируют не только ученые, но и люди, занимающиеся бизнесом, и работники, у которых диджитализация вызывает различные чувства: от восхищения новыми возможностями, которые она предлагает, до опасений, связанных с возможностью потерять работу или с тем, что умные машины захватят мир. Беспокойство обусловлено тем, что это достаточно новая концепция, которую многие люди не до конца понимают. Диджитализация в самом узком смысле означает процесс придания цифровой формы различным типам информации[3] [8; 9]. В более широком смысле она также включает процессы, влияющие на экономику, предприятия и общество. Согласно Оксфордскому словарю английского языка, диджитализация – это адаптация и рост использования цифровых или компьютерных технологий организациями, секторами экономики, странами и т. д.[4] Диджитализация – это процесс преобразования ресурсов компании в новые источники дохода, роста и иных операционных результатов, которые повышают ценность предприятия за счет использования возможностей, предлагаемых диджитал-технологиями. Другими словами, диджитализация позволяет разрабатывать новые бизнес-модели, создавать уникальный клиентский опыт, предлагать новые продукты и услуги и более эффективно использовать ресурсы компании благодаря новым сочетаниям информации, человеческого капитала и технологических ресурсов предприятия [10].

Диджитализация – это многомерный процесс, который приводит к сближению реального и виртуального мира, становясь основным двигателем инноваций и изменений в экономике. Его развитие обусловлено следующими факторами:

- Интернет вещей и Интернет всего;
- повсеместно доступное подключение (гиперподключение);
- приложения и сервисы на основе облачных технологий;
- аналитика больших данных и большие данные, действующие как услуга;
- автоматизация и роботизация;
- многоканальные и всеканальные модели распространения товаров и услуг.

Нарастающая диджитализация оказывает все более сильное влияние на традиционные правила бизнеса, предлагая новые бизнес-модели, которые позволяют извлекать выгоду на каждом этапе создания стоимости и получать конкурентные преимущества. В конкурентной борьбе побеждают компании, которые основывают свое функционирование, бизнес-модели и внутреннюю культуру на идее диджитализации. Чтобы добиться успеха в современном диджитализованном мире, предприятие должно иметь стратегию диджитализации, сочетающую цифровые технологии с информационными ресурсами и знаниями, а также материальными ресурсами. Диджитализация коренным образом меняет стратегический подход к конкуренции, ведению бизнеса и производительности в отдельных отраслях. Она дает новые способы создания ценности для компании, потребителя и экономики в целом. Влияние диджитализации ощущают не только технологические,

[2] Industry 4.0 and the fourth industrial revolution explained. *i-SCOOP*. Режим доступа: https://www.i-scoop.eu/industry-4-0/ (дата обращения: 03.12.2021).

[3] Ross J. Don't confuse digital with digitization. *MIT Sloan Management Review*. 29.09.2017. Режим доступа: https://sloanreview.mit.edu/article/dont-confuse-digital-with-digitization/ (дата обращения: 03.12.2021).

[4] Digitalization. *Lexico*. Режим доступа: https://www.lexico.com/definition/digitalization#h69825575067300 (дата обращения: 03.12.2021).

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-106-114

но и другие компании, независимо от сектора или отрасли. Чтобы развиваться, они должны инвестировать в новые технологии, позволяющие диджитализировать свои бизнес-процессы, изменяя бизнес-модель, а также методы и способы конкуренции на рынке. Построение стратегии диджитализации как части общей корпоративной стратегии облегчается пониманием процессов экономической трансформации, вызванных диджитализацией. При построении стратегии развития компании необходимо понимать, что диджитализация – это не только набор новых технологий, но и сами новые технологии, которые меняют основные правила и бизнес-модели, и для достижения ими успеха новые технологии должны взаимодействовать друг с другом, что и составляет суть бизнеса [11].

До недавнего времени компании имели IT-стратегию, которая часто была независимой и не тесно связанной со стратегией развития компании, производственными или рыночными стратегиями. Стратегию диджитализации нельзя приравнивать к IT-стратегии, часто изолированной от общей стратегии компании. В прошлом хорошая IT-стратегия давала компании конкурентное преимущество перед другими. Возможности, предлагаемые внедрением IT-технологий на предприятии, постепенно истощаются, и с их помощью становится все труднее достичь добавленной стоимости. Недостаточно иметь хорошую стратегию мобильного подключения, облачную или сетевую стратегии, если они являются отдельными стратегиями. Необходима комплексная стратегия, охватывающая не только аппаратные технологии и программное обеспечение, но и бизнес-деятельность во всех ее измерениях, областях и сферах. Диджитализация касается самой философии работы компании, а не только отдельных диджитал-технологий. Такие технологии – это всего лишь инструмент, позволяющий реализовать стратегию диджитализации бизнеса. Концепция цифровой бизнес-стратегии – это новая концепция стратегического управления, озвученная С. Митхасом и Г. К. Лукасом в 2010 г. [12] и разработанная А. Бхарадваджем с соавторами тремя годами позже [13]. В соответствии с этой концепцией стратегия организации формулируется и реализуется посредством использования цифровых ресурсов для создания диверсифицированной ценности при помощи прорывных для существующих технологий инноваций.

Бизнес-стратегия диджитализации будет сосредоточена на создании и развитии цифровых ресурсов (баз данных и информации, аналитики больших данных, интеллектуального анализа данных и т. д.) и будет генерировать ценность и доходы, если она сочетает цифровые технологии с ресурсами, человеческим капиталом [14, с. 255–256] и материальными ресурсами и их местонахождением. По-настоящему диджитал-компания включает цифровые принципы в свою стратегию, бизнес-модель, операции и культуру. Диджитал-стратегия компании – это стратегия, позволяющая компании использовать потенциал цифровых технологий во всех сферах своей деятельности и значительно повышать производительность.

Диджитал-предприятия сосредоточены на интеграции технологий социальных сетей, мобильных технологий, аналитики больших данных и облачных технологий для преобразования бизнес-операций – стратегии, направленной на цифровую трансформацию бизнес-процессов. Менее развитые в цифровом отношении компании фокусируются на решении конкретных проблем с помощью отдельных цифровых технологий – стратегии сосредоточения внимания на одной технологии. Стратегии компаний с цифровой зрелостью направлены на улучшение процессов принятия решений и внедрение инноваций. Организации по всему миру используют цифровые технологии для повышения операционной эффективности и удовлетворенности клиентов, но организации с более высоким уровнем цифровой зрелости преуспевают в использовании цифровых технологий для преобразования своей бизнес-деятельности, что позволяет им опережать конкурентов. В компаниях с большей готовностью к успешной реализации задач цифровой трансформации принятие риска является нормой, которая помогает в достижении конкурентного преимущества. В таких компаниях важным фактором успеха в процессе диджитализации является человек (или команда), не столько обладающий высоким уровнем знаний в области технологий, сколько способный сформулировать важность диджитал-технологий для будущего организации.

Традиционное стратегическое управление (планирование), осуществляемое по схеме цели – пути – средства – результат, является инструментом ограничения гибкости, но при этом оно усиливает ключевые компетенции компании [15]. Сосредоточение внимания на так называемых проблемах («стратегических скачках») часто сужает поле зрения: здесь игнорируются небольшие, но постепенные непрерывные улучшения процессов на предприятии. Стратегического управления, основанного на долгосрочном планировании, было достаточно в условиях рынков с низкой степенью конкуренции и слабой динамикой изменений в экономике. Интенсивное научно-техническое развитие и прогрессирующая глобализация, произошедшая во второй половине XX в., вызвали множество радикальных изменений на рынках и на предприятиях. Итак, в сегодняшней быстро меняющейся экономике уже недостаточно традиционного, статичного и долгосрочного стратегического управления. Следовательно, возникла потребность в новом, более динамичном подходе к стратегическому управлению, которое могло бы адекватно быстро подстраиваться под условия ведения бизнеса. Этот новый подход ориентирован на управление будущим на основе управления изменениями, что позволяет быстро изменить свою стратегию в ответ на изменения в окружении компании. Имея возможности переориентировать свою стратегию в любое время, предприниматели избегают угроз, исходящих от реализации устаревшей стратегии (стратегический дрейф).

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-106-114

Ожидается, что предприятия будут подвергаться постоянному стратегическому обновлению посредством управления изменениями. Изменения могут быть ***революционными (скачкообразными)*** или ***эволюционными (постепенными)***. Сторонники первого подхода указывают на преимущества возможностей прорывных инноваций, позволяющих сделать технологический скачок вперед конкурентов и обеспечивающих долгосрочное конкурентное преимущество. Сторонники второго подхода смотрят на ситуацию иначе, полагая, что большего можно достичь за счет постоянного систематического улучшения процессов и внедрения улучшающих инноваций. При эволюционном подходе предприятие развивается медленнее, но благодаря систематическим изменениям результаты, достигнутые в долгосрочной перспективе, могут превосходить результаты, полученные посредством суммы отдельных шагов. Реализация стратегии непрерывных изменений на предприятии требует выполнения трех условий в процессе деятельности сотрудников: они должны стремиться к постоянному улучшению, их следует мотивировать к постоянному обучению, они должны иметь возможность постоянно адаптироваться [16].

Новый подход к стратегическому менеджменту в большей степени, чем традиционный подход, ориентирован на знания и информационные ресурсы. В частности, это касается новых типов организаций: гибких, обучающихся и интеллектуальных. Предприятие как группа людей, организованная в определенную систему, может рассматриваться как живой разумный организм, например, в поведенческой теории организации. Основываясь на этом предположении, можно сказать, что обучающееся предприятие – это такое предприятие, в котором сотрудники учатся, систематически повышая квалификацию и развивая навыки. Обучаются не только сотрудники, но и предприятие, приобретая знания и навыки как бизнес-единица. Знание в масштабе предприятия – это больше, чем просто сумма знаний его сотрудников (эффект синергии) [17, с. 44–45]. Вследствие того, что оно может быть собрано в базах данных, оно становится нематериальным ресурсом обучающегося предприятия.

Когнитивные способности человеческого разума подвержены некоторым довольно значительным ограничениям, возникающим из-за ограниченной способности получать, обрабатывать и хранить информацию, необходимую в процессе стратегического управления. Знания, усваиваемые человеческим разумом как в процессе обучения, так и в процессе приобретения опыта и взаимодействия с другими людьми, принимают форму когнитивных карт в сознании, которые составляют основу для рационального решения стратегических задач. Однако исследователи отмечают, что когнитивные карты характеризуются, во-первых, высокой устойчивостью к изменениям, что затрудняет идентификацию менеджерами перемен, происходящих в окружении, а, во-вторых, чрезмерной привязанностью к известному и высокой степенью недоверия к новому (неизвестному) для их ума. Стратегическое управление часто указывает на необходимость использования логического мышления, позволяющего критически оценивать и анализировать стратегические проблемы. Применение логического мышления способствует ослаблению влияния эмоций, сопровождающих менеджеров, привязанных к конкретным решениям стратегических проблем и методам стратегического управления, используемым для их решения.

Многие менеджеры указывают на интуицию как на важный фактор при принятии стратегических решений. Принимая во внимание определенные ограничения человеческой интуиции (например, ненадежность), ее следует рассматривать как элемент стратегического мышления, дополняющий логическое мышление, основанное на установленных фактах и выводах. Однако подкрепленного интуицией логического мышления в современной, динамично меняющейся экономике, основанной на знаниях и сильной конкуренции на мировом рынке, часто оказывается недостаточно для решения возникающих стратегических проблем. Быстрые и частые технологические изменения, создающие основу для новых решений и бизнес-моделей, требуют от современного стратегического менеджера навыков творческого мышления, в котором он отклоняется от жестких правил логического мышления в пользу решений, созданных в воображении и не обусловленных предыдущими знаниями или опытом компании [18].

Новые стратегии часто возникают не из фактов, а изобретаются: если они должны быть новаторскими и уникальными, они формируются не в результате анализа, а в результате воображения. Бывают ситуации, в которых логическое и творческое мышление противоречат друг другу, и при формальном подходе к ним эти два вида трудно согласовать в рамках одного процесса принятия решений или в лице менеджера, принимающего стратегические решения. Однако требования, с которыми сталкиваются современные предприятия, означают, что их успех часто будет определяться этой способностью сочетать логический подход с творческим мышлением.

Австрийский экономист Й. А. Шумпетер, представивший концепцию созидательного разрушения, уже указывал на необходимость творчества предпринимателя, рассматриваемого как движущая сила развития экономики. Историк экономической мысли заметил, что долгосрочное экономическое развитие происходит благодаря предпринимателям, которые трансформируют экономику с помощью своих революционных идей (прорывных открытий) и поддерживают долгосрочное экономическое развитие. Внедряя новые продукты (инновации), предприниматели изменяют экономику, вытесняя с рынка старые продукты и компании, которые их производят [19].

Идея творчества, поддерживающая процесс логического мышления в стратегическом менеджменте, лучше всего представлена концепцией smart-предприятия. Концепция, появившаяся в 1990-х гг., относилась к обучающимся

предприятиям, которые работают на основе 4 циклов: познание, инновация, внедрение и адаптация. Интеллект является ключевым ресурсом smart-предприятия [20], и именно благодаря ему умное предприятие достигает рыночного успеха, основанного больше на интеллектуальных и служебных компетенциях, чем на материальных ресурсах. Используя творческие способности менеджеров, smart-предприятие способно определить четкую миссию компании и сформулировать стратегию развития фирмы. В настоящее время важным фактором появления smart-предприятий является конвергенция многих технологий, включая Интернет вещей, мобильные технологии, аналитику больших данных и облачные технологии. Концепция smart-предприятия была создана в ответ на постоянно растущую конкуренцию, высокие темпы развития технологий и динамично меняющиеся экономические условия. Она отличается высокой чувствительностью к сигналам, исходящим из окружающей среды, и способностью быстро и правильно на них реагировать. Для этого также потребуется способность учиться, получать знания из окружающей среды и развивать их внутри компании, улучшая работу сотрудников и процессы, происходящие в ней.

Результаты

Создание Интернета вещей и Интернета всего; повсеместно доступное подключение (гиперподключение); приложения и сервисы на основе облачных технологий; аналитика больших данных и большие данные, действующие как услуга; автоматизация и роботизация; многоканальные и всеканальные модели распространения товаров и услуг создают условия для масштабного развития диджитализации силами предпринимательских структур. Ведущими тенденциями диджитализации и создания smart-предприятий являются управление изменениями, переход к стратегическому менеджменту, конвергенция многомерных технологий, модернизация человеческого капитала.

В smart-предприятии диджитал-технологии используются для автоматического получения информации о процессах, выполняемых внутри и вне предприятия по всей цепочке создания стоимости: закупки, производство, складирование, продажи. Технологии больших данных обрабатывают и анализируют состояние, местонахождение, использование или предпочтения собранных данных. Результаты анализов отправляются в нужное время менеджерам, которые на их основе принимают правильные решения. Благодаря функционированию smart-предприятий на базе диджитал-технологий руководители могут принимать правильные бизнес-решения быстрее, в любом месте и в любое время. Сбор данных, облачные технологии и мобильность – это три главные тенденции, позволяющие соединить физический и цифровой мир в целях содействия инновациям, эффективности и глобальному экономическому развитию [21].

Реализация диджитал-трансформации бизнес-моделей потребует новых методов управления цифровыми решениями, обеспечивающими полную видимость выполняемых операций, а также удаленный мониторинг, контроль и оптимизацию в режиме реального времени не только на одном предприятии, но и в глобальной сети предприятий. Управление цифровым аспектом всей цепочки создания стоимости значительно упростит обмен информацией с поставщиками и дистрибьюторами. Это позволит повысить операционную эффективность за счет оптимизации цепочки поставок в режиме реального времени и прогнозирования спроса на данные, что будет способствовать снижению затрат на складирование и повышению уровня обслуживания и удовлетворенности клиентов в связи с улучшением соответствия спроса и предложения [22].

Выделяют три новых архетипа предприятий, реализующих идею индустрии 4.0:

- smart-предприятие (интеллектуальное автоматизированное предприятие) – полностью диджитализированное и автоматизированное, что позволяет осуществлять массовое производство и достигать высокой рентабельности;
- клиентоориентированное предприятие – сверхчувствительное, с единичным производством, ориентированным на клиента, что позволяет обслуживать нескольких клиентов на индивидуальной основе, преодолевая разрыв между интегрированной цепочкой поставок (обеспечивающей экономию на масштабе) и индивидуальным подходом к производству (например, благодаря использованию цифрового производства, 3D-печати и передовой робототехники);
- е-предприятие (электронное предприятие) – мобильное, с низкими капитальными затратами, легко доступное во времени и пространстве [23].

Заключение

Таким образом, диджитализация – это явление, которое затрагивает не только микроуровень экономики (предприятия), но и всю экономику в целом, все ее уровни. Из-за важности диджитализации для социально-экономического развития и ее влияния на конкурентоспособность предпринимаются многочисленные попытки измерить и оценить степень развития этого явления. Одним из наиболее известных инструментов для оценки уровня диджитализации страны является индекс диджитализации, который измеряет цифровой спрос и предложение на уровне секторов экономики с использованием 21 индикатора. Республика Беларусь использует только около 5 % своего цифрового потенциала, а разница в уровне диджитализации со странами Западной Европы (среднее значение для Франции, Нидерландов, Германии, Швеции, Великобритании и Италии) составляет 34 %. По уровню спроса на цифровые ресурсы Республика Беларусь лишь незначительно отстает от Западной Европы (примерно на 15 %), а по уровню предложения страна отстает от графика намного больше – на 44 % [24]. Наиболее развитыми в цифровом отношении секторами белорусской экономики являются IT-сектор, финансы, торговля,

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-106-114

специализированные и бизнес-услуги, химический и фармацевтический секторы. Наименее развитыми секторами являются здравоохранение, промышленное производство, образование, добывающая промышленность, энергетика и коммунальные услуги, транспорт и промышленное производство. В мировом рейтинге стран по индексу диджитализации Республика Беларусь занимает место в середине первой сотни. Представленные цифры показывают, сколько еще предстоит сделать в экономике как на микроуровне, так и на макроуровне. Белорусским предприятиям необходимо изменить подход к стратегическому управлению с нынешнего, основанного на индивидуальных, отраслевых стратегиях развития (поставка, продажа, производство, рынок и т. д.), на комплексный, сфокусированный на видении smart-предприятия, реализующего стратегию диджитализации бизнеса. Это требует высокого уровня ангажированности как со стороны руководителей предприятий, так и со стороны стейкхолдеров, институтов деловой среды, а также властей. В связи с возникновением в истории экономического развития возможности прогнозировать ход четвертой промышленной революции, а не просто описывать постфактум, наука и сфера исследований и разработок стали играть сегодня очень важную роль.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Литература / References

1. Ганский В. А. Развитие бизнеса и предпринимательства в сфере социально-культурного сервиса и туризма на основе ресурсов историко-культурного наследия. *Бизнес и предпринимательство в условиях современной экономики: организационные, управленческие и финансовые аспекты устойчивого развития*, под ред. В. А. Ганского, В. Л. Цыбовского. Мн.: Ковчег, 2018. С. 22–30.
   Ganski U. A. Development of business and entrepreneurship in the field of socio-cultural service and tourism based on the resources of historical and cultural heritage. *Business and entrepreneurship in a modern economy: organizational, managerial and financial aspects of sustainable development*, eds. Ganski U. A., Tsybouski V. L. Minsk: Kovcheg, 2018, 22–30. (In Russ.)
2. Ганський В. О. Дискусійність концепції людських ресурсів в контексті сучасного гуманістичного дискурсу. *Фінансово-економічний розвиток України в умовах трансформаційних перетворень*: мат-ли II Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 28 квітня 2020 р.) Тернопіль: Осадца Ю. В., 2020. С. 136–138.
   Ganski U. A. Debatable concept of human resources in the context of modern humanistic discourse. *Financial and economic development of Ukraine in terms of transformations*: Proc. II Intern. Sci.-Prac. Conf., Lviv, 28 Apr 2020. Ternopil: Osadtsa Iu. V., 2020, 136–138. (In Ukr.)
3. Ганский В. А. Социально-экономический потенциал региона и его оценка. *Обеспечение сбалансированности рынка образовательных услуг и рынка труда для устойчивого развития социально-экономического потенциала Полоцкого региона*, под общ. ред. И. В. Зеньковой. Новополоцк: ПГУ, 2017. С. 57–78.
   Ganski U. A. Socio-economic potential of the region and its assessment. *Ensuring the balance of the market for educational services and the labor market for sustainable development of the social and economic potential of the Polotsk region*, ed. Ziankova I. V. Novopolotsk: PSU, 2017, 57–78. (In Russ.)
4. Ганский В. А. Основы бизнеса и предпринимательства. Новополоцк: ПГУ, 2011. 300 с.
   Ganski U. A. F*undamentals of business and entrepreneurship*. Novopolotsk: PSU, 2011, 300. (In Russ.)
5. Ганський В. О., Скриль В. В. Формування стратегії технологічного розвитку підприємств. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 12. С. 135–142.
   Ganski U. A., Skryl V. V. Forming strategy of technological development of enterprises. *Eastern Europe: economy, business and management*, 2018 (12): 135–142. (In Ukr.)
6. Управление бизнесом и предпринимательская деятельность в новых условиях научно-технологического развития, под ред. В. Л. Цыбовского, В. А. Ганского. Мн.: Ковчег, 2019. 200 с.
   Business management and entrepreneurial activity in the new conditions of scientific and technological development, eds. Tsybouski V. L., Ganski U. A. Minsk: Kovcheg, 2019, 200. (In Russ.)
7. Флейчук М. И., Ганский В. А. К вопросу о дискуссионности концепции человеческих ресурсов организации. *Право. Экономика. Социальное партнерство*: сб. докл. Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 26 марта 2020 г.) Мн.: Междунар. ун-т «МИТСО», 2020. Ч. 1. С. 300–304.
   Fleychuk M. I. Ganski U. A. Debatability of the concept of human resources of the organization. *Law. Economy. Social partnership*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Minsk, 26 Mar 2020. Minsk: MITSO, 2020, pt. 1, 300–304. (In Russ.)
8. Ritter T., Pedersen C. L. Digitization capability and the digitalization of business models in business-to-business firms: past, present, and future. *Industrial Marketing Management*, 2019, 86: 180–190. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.11.019

9. Fischer M., Imgrund F., Janiesch Ch., Winkelmann A. Strategy archetypes for digital transformation: defining meta objectives using business process management. *Information & Management*, 2020, 57(5). https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103262
10. Цыбовский В. Л. Управление человеческими ресурсами в сфере коммерческого предпринимательства: теория и методика развития. Мн.: Ковчег, 2018. 305 с.
Tsybouski V. L. *Human resource management in the field of commercial entrepreneurship: theory and methodology of development*. Minsk: Kovcheg, 2018, 305. (In Russ.)
11. Цыбовский В. Л. Управление человеческими ресурсами. Мн.: ИВЦ Минфина, 2020. 608 с.
Tsybouski V. L. *Human resource management*. Minsk: Information Center of the Ministry of Finance of the Republic of Belarus, 2020, 608. (In Russ.)
12. Mithas S., Lucas H. C. What is your digital business strategy? *IT professional,* 2010, 12(6): 4–6. https://doi.org/10.1109/MITP.2010.154
13. Bharadwaj A. S., El Sawy O. A., Pavlou P. A., Venkatraman N. V. Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 2013, 37(2): 471–482. https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37:2.3
14. Цыбовский В. Л., Ганский В. А. Человеческие ресурсы как основа эффективной реализации регионального экономического потенциала. *Методы и технологии учета, анализа и управления*: сб. науч. ст. участников Междунар. науч.-практ. конф. «Перспективы учета, анализа и налогообложения в странах-членах СНГ» (Минск, 5 декабря 2017 г.) Мн.: Ковчег, 2018. С. 255–259.
Tsybouski V. L., Ganski U. A. Human resources as the foundation for the effective regional economic potential. *Methods and technologies of accounting, analysis, and management*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf. "Prospects for Accounting, Analysis and Taxation in the CIS Member Countries", Minsk, 5 Dec 2017. Minsk: Kovcheg, 2018, 255–259. (In Russ.)
15. Чаплыгин В. Г., Ганский В. А. Управление интеллектуальным капиталом в экономике знаний (Минск, 2021). *Вести Института предпринимательской деятельности*. 2021. № 1. С. 122–124.
Chaplygin V. G., Ganski U. A. Intellectual capital management in the economy of knowledge. *Vesti Instituta Predprinimatelskoj Deyatelnosti*, 2021, (1): 122–124. (In Russ.)
16. Ганский В. А., Шолох О. В. Структурно-институциональная трансформация экономики западных историко-культурных регионов Беларуси: теоретико-методологический аспект. *Развитие региональной экономики в условиях цифровизации*: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Грозный, 24–25 сентября 2018 г.) Махачкала: АЛЕФ, 2018. С. 394–402.
Ganski U. A., Sholokh O. V. Structural and institutional transformation of economy of Western historical and cultural regions of Belarus: theoretical and methodological aspect. *Development of the regional economy in the context of digitalization*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Grozny, 24–25 Sep 2018. Makhachkala: ALEF, 2018, 394–402. (In Russ.)
17. Экономическая теория, под общ. ред. И. В. Зеньковой. Новополоцк: ПГУ, 2013. 276 с.
Economics, ed. Ziankova I. V. Novopolotsk: PSU, 2013, 276. (In Russ.)
18. Ganski U. A. Direct and indirect impacts of historical heritage to the balanced development of national economy. *The balanced development of national economy under the conditions of modern world transformations,* eds. Fleychuk M. I., Ganski U. A., Khadzhynov I. V., Mokiy A. I., Semak B. B. Daugavpils: Daugava Print, 2019, 162–175.
19. Шумпетер Й. А. Процесс «созидательного разрушения». *Капитализм, социализм и демократия*. М.: Экономика, 1995. Режим доступа: http://libertarium.ru/lib_capsocdem_7.html (дата обращения: 04.12.2021).
Schumpeter J. A. The Process of Creative Destruction. *Capitalism, Socialism and Democracy*. Moscow: Ekonomika, 1995. Available at: http://libertarium.ru/lib_capsocdem_7.html (accessed 4 Dec 2021).
20. Fleychuk M. I., Datsko O. I., Ganski U. A. A critical view on happiness at a global level measuring. *Щастя та цивілізаційний розвиток*: зб. мат-лів Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 14–15 листопада 2019 р.) Львів: Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького, 2019. С. 15–17.
Fleychuk M. I., Datsko O. I., Ganski U. A. A critical view on happiness at a global level measuring. *Happiness and civilizational development*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Lviv, 14–15 Nov 2019. Lviv: Danylo Halytsky Lviv National Medical University, 2019, 15–17.
21. Fleychuk M. I., Ganski U. A., Kutsyk V. I., Tsybouski V. L. Foreign economic security strengthening in the context of geopolitical reorientation. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 2019, 40(1): 12–24. https://doi.org/10.15544/mts.2019.02
22. Ganski U. A., Siniak N. G., Sabalenka I. A. Handbook of Strategic Management. Minsk: Kovcheg, 2021, 160.
23. Ganski U. A. The features of marketing of historical and cultural heritage locations and tourist destinations. *International Economic Relations and Prospects for National Development: Contemporary Challenges and Solutions,* eds. Fleychuk M. I., Ganski U. A., Kazlouski V. U., Mokiy A. I., Sadigov E. M., Lizinska W., Tsybouski V. L. Daugavpils: Daugava Print, 2018, 43–52.
24. Tsybouski V. L., Ganski U. A., Kazlouski V. U., Zhou W. Development of a methodology for managing of service packages supply differentiation in the modern tourist market. *Business: Theory and Practice*, 2020, 21(2): 477–482. https://doi.org/10.3846/btp.2020.12385

оригинальная статья

Управление инновационной активностью персонала при цифровой трансформации компаний малого и среднего бизнеса

Шпак Юлия Олеговна
Национальный исследовательский ядерный университет МИФИ, Россия, г. Москва
https://orcid.org/0000-0001-8926-9863
y.shpak20@yandex.ru

Абрамов Виктор Иванович
Национальный исследовательский ядерный университет МИФИ, Россия, г. Москва
https://orcid.org/0000-0002-9471-9408

Поступила в редакцию 18.12.2021. Принята после рецензирования 09.02.2022. Принята в печать 21.02.2022.

Аннотация: Статья посвящена представлению авторской методики по оценке управления инновационной активностью персонала для компаний малого и среднего бизнеса. Рассмотрены подходы к трактовке термина *инновационная активность персонала*, на основе которых выявлено, что объект исследования связан с такими явлениями, как генерация новых идей; саморазвитие профессиональных компетенций; вовлечение в инновационную деятельность и внедрение инноваций; построение внутрифирменных коммуникаций, направленных на реализацию инновационных идей; передача существующих латентных знаний. Представленная методика позволяет на практике конкретной организации определять проблемы, связанные с регулированием инновационной активности сотрудников, для устранения возникнувших несоответствий. На основании гипотезы о необходимости эффективного управления инновационной активностью персонала при переходе компаний к качественному и конкурентоспособному уровню деятельности, соответствующему современным условиям, дается комплекс авторских рекомендаций по управлению процессами преобразования инновационной активности персонала в продукты инновационной деятельности в условиях цифровой трансформации компаний. Совершенствование управления инновационной активностью персонала по предложенным областям и направлениям содействует повышению жизнестойкости, гибкости, конкурентоспособности и устойчивости компаний в бизнесе в условиях быстрых изменений.

Ключевые слова: цифровая трансформация бизнеса, цифровые технологии, инновационный потенциал, инновационная деятельность, управление инновациями, малый и средний бизнес

Цитирование: Шпак Ю. О., Абрамов В. И. Управление инновационной активностью персонала при цифровой трансформации компаний малого и среднего бизнеса. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 115–124. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-115-124

original article

Management of Personnel Innovation Activity in the Digital Transformation of Small and Medium-Sized Businesses

Yulia O. Shpak
National Research Nuclear University MEPhI, Russia, Moscow
https://orcid.org/0000-0001-8926-9863
y.shpak20@yandex.ru

Victor I. Abramov
National Research Nuclear University MEPhI, Russia, Moscow
https://orcid.org/0000-0002-9471-9408

Received 18 Dec 2021. Accepted after peer review 9 Feb 2022. Accepted for publication 21 Feb 2022.

Abstract: The paper introduces a new methodology for assessing the innovation activity of personnel for small and medium-sized businesses. It also contains a review of approaches to the concept of *innovation activity*, which includes generation of new ideas, self-development of professional competences, engagement in innovative activity, implementation of innovations via intrafirm communications, transfer of latent knowledge, etc. The hypothesis is that that a more effective management of innovation activity can elevate companies to a qualitatively new level. The new methodology allows organizations to identify problems in the spheres of innovations and personnel, as well as to eliminate various inconsistencies. The author gives some useful recommendations on how to turn personnel innovation activity into innovative products during the digital transformation of small and medium businesses. Eventually, a more effective management of innovation activity increases competitiveness and flexibility in the market.

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

Keywords: digital transformation of business, digital technologies, innovation potential of employees, innovation activity of personnel, innovation management, small and medium businesses

Citation: Shpak Yu. O., Abramov V. I. Management of Personnel Innovation Activity in the Digital Transformation of Small and Medium-Sized Businesses. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 115–124. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-115-124

Введение

Пандемия COVID-19 значительно ускорила процессы цифровизации экономики и развитие индустрии 4.0. Как отмечают К. М. Шваб и Т. Маллере, окружающий нас новый современный мир является сложным, адаптивным, динамичным и неоднозначным, и причины этого: взаимозависимости, скорости и сложности [1]. Для эффективной работы в новой экономической среде многим компаниям и государственной системе в целом необходимо пройти через сложный, но уже неизбежный этап цифровой трансформации, характерный для всех ведущих звеньев мировой экономики. Именно поэтому для обеспечения оптимального экономического развития осуществление цифровой трансформации в России определено как один из национальных приоритетов. Жесткие условия нарастающих со временем экономических санкций заставляют переосмысливать ситуацию и в конечном счете позволяют отменить их отрицательную коннотацию и взглянуть на сложившееся положение дел как на стимулирующее в вопросе развития инноваций [2]. Отметим, что современные представления экономической теории и менеджмента в отношении инновационного потенциала предприятий свидетельствуют о его личностной природе [3]. Именно поэтому в современных условиях роль инновационной активности персонала (ИАП) исключительно велика для обеспечения конкурентного развития компаний. Однако многие российские компании имеют низкий уровень цифровой зрелости [4] и, соответственно, низкую степень адаптивности к новым вызовам цифровой экономики. Главной причиной этого является недостаточный уровень знаний и навыков в данной области. В таких условиях особенно актуальными становятся новые методы оценки управления ИАП при цифровой трансформации компаний и в первую очередь для малого и среднего бизнеса (МСБ).

Правильный выбор направлений реализации инновационного потенциала компании МСБ, эффективных инновационных процессов и деятельности обеспечивает инновационное развитие организации [5]. Инновационное развитие компании включается в себя не только внедрение новых технологий и производство новой продукции, но и комплексное развитие всех направлений деятельности, что обеспечивает предприятию эффективность и конкурентоспособность [6]. Логика глобального общественного развития, а также стремительный характер масштабного внедрения различных цифровых технологий объективно требуют продуманного и широкого вовлечения сотрудников предприятий в инновационную деятельность.

Стремительно меняющиеся современные условия выдвигают требования к обеспечению инновационного развития компаний, связанные прежде всего с потребностью привлечения сотрудников особого типа – активных и инициативных, ориентированных на максимальный успех в работе, берущих на себя ответственность за результаты общего дела [7]. Важным условием внедрения современных передовых технологий при цифровой трансформации компаний является не только требование высокой квалификации сотрудников, но и их участие в реализации стратегических целей развития производства. К каждому работнику выдвигается востребованность как к личности, обладающей набором знаний, умений и навыков. И последнее, компании МСБ зачастую сталкиваются с сопротивлением персонала к инновациям, что становится препятствием для полноценного применения творческих навыков сотрудников.

Цель – разработка комплекса авторских рекомендаций по управлению процессами преобразования ИАП в продукты инновационной деятельности в условиях цифровой трансформации компаний МСБ. Интерес компаний МСБ к управлению и повышению ИАП, особенно в условиях цифровой трансформации, обусловлен рядом причин, связанных с совершенствованием производственной деятельности. Прежде всего это экономический эффект, который получает предприятие от внедрения предложений сотрудников. Работники с творческими способностями, в свою очередь, интересуются производственными процессами и выявлением резервов, уделяя особое внимание системе мотивации, что также представляется значимым для руководства [8]. Стимулирование ИАП создает условия для улучшения профессиональных качеств сотрудников (компетентность, опыт, навыки и т. д.), тем самым повышая ценность персонала.

Теоретические основы управления ИАП

В современной мировой экономике активно развиваются и захватывают рынок компании, которые в своей деятельности создают инновации, используют цифровые технологии и цифровые бизнес-модели. Организациям сегодня довольно сложно выжить на конкурентных рынках без применения инноваций в реализации своих целей [9]. Именно этим обусловлена актуальность эффективного управления ИАП в компаниях МСБ.

Для более четкого определения понятия *инновационная активность персонала* с целью качественной оценки термина рассмотрим подходы к его трактовке разными исследователями (табл. 1).

Табл. 1. Трактовки термина *инновационная активность*
Tab. 1. Interpretations of the term innovative activity

Автор	Определение понятия
Эфендиев А. Г., Сорокин П. С. [10]	Условие реализации и активизации инновационного потенциала персонала предприятия и превращения его в интеллектуальный капитал
Сокерина С. В. [11]	Активность персонала в области разработки, обсуждения, внедрения инноваций в рамках осуществления трудовой деятельности
Марасанов Г. И. [12]	Интегративное понятие, представляющее собой и деятельность, и мотив, и эмоциональное отношение к новациям, и мыслительные процессы, обеспечивающие аналитическую основу для внедрения новации либо для отказа от нее

Существование разных подходов к формулировке термина обусловлено наличием различных аспектов данного явления, принимаемых во внимание. Обобщив подходы, можно определить инновационную активность как целенаправленное содействие высокой восприимчивости сотрудников к инновациям в компании с помощью существующих структур и методов управления. На практике инновационная активность может заключаться в генерировании новых идей; саморазвитии профессиональных компетенций; вовлечении инноваций; построении внутрифирменных коммуникаций, направленных на реализацию инновационных идей; передаче существующих латентных знаний и т. д. [13].

В основе инновационной активности лежат как внутренние мотивы индивида, так и готовность индивидуального потенциала личности к реализации, т. е. развитие его способности к стремлению управлять своими действиями и поступками в инновационной деятельности. Российский психолог И. В. Пахно предлагает рассматривать готовность инновационного потенциала индивида на начальном уровне прежде всего как психологическое состояние, которое включает в себя настроение, актуализацию и адаптацию способностей личности для успешной деятельности.

Состояние готовности инновационного потенциала личности содержит следующие элементы:

1) познавательные (знание и оценка важности профессиональных задач);
2) эмоциональные (чувство ответственности и профессиональной чести, вера в успех и энтузиазм);
3) мотивационные (потребность в успехе на работе, стремление к его достижению);
4) волевые (преодоление страхов и сомнений) [14].

По мнению И. В. Пахно, практическое условие такого состояния заключается в приобретении необходимых профессиональных навыков и умений на основе усвоения как теоретических, так и методологических знаний. Процесс образования активной инновационной деятельности работников организации представлен на рис. 1 [14].

Саморазвитие и самосовершенствование сотрудника осуществляется через активизацию внутренних ресурсов (знаний, навыков, амбиций, ценностей), что требует определенной энергии, возникающей в результате появления внутренних мотивов личности, направляющих действия работника на совершенствование компетенций, углубление знаний, освоение новых задач, достижение новых успехов в работе и т. д. Активизация инновационного поведения трудовых ресурсов способствует развитию инновационного мышления, которое после выхода на новый уровень осознания поэтапно трансформируется в инновационный образ жизни сотрудника компании [14].

Итак, понятия *инновация, инновационная активность* и *управление инновационной активностью* достаточно многогранны и трактуются известными авторами поразному [15]. Однако на основании разбора различных точек зрения исследователей понятию *управление ИАП* было дано более лаконичное определение, что представляет перспективу для дальнейшего исследования темы. Управление ИАП в компаниях МСБ – это целенаправленное воздействие субъектов на объект (в лице сотрудников компании) для развития и повышения эффективности инновационной деятельности в долгосрочной (стратегия) и краткосрочной (тактика) перспективах, которые охватывают весь жизненный цикл или отдельные фазы внедрения и реализации того или иного инновационного проекта [16].

Важно отметить, что управление ИАП находится в прямой зависимости от постоянно изменяющихся внешних и внутренних условий производства и рынка [17]. Темпы развития и изменения окружающей конкурентной среды требуют от управления ИАП постоянной, регулярной настройки к новым условиям и корректировки в соответствии с их влиянием на организацию [18].

Рис. 1. Процесс образования активной инновационной деятельности работников организации
Fig. 1. Development of active innovative activity of employees

Методология исследования управления ИАП компаний МСБ

Эффективность исследования управления ИАП компаний МСБ напрямую зависит от выбора методологической основы, а также качества реализации оценки. В связи с этим необходимо, чтобы административные сотрудники компании были обучены эффективным методам оценки и соответствующим образом мотивированы [19].

На основе результатов исследования ИАП принимаются решения по подготовке, развитию, переподготовке и повышению квалификации трудовых ресурсов компании для более эффективной реализации выполняемых функций и задач в соответствии со своей должностью с целью развития инновационного потенциала организации и поддержки его конкурентоспособности на рынке [20].

Оценка управления ИАП по предлагаемым параметрам позволяет оценить результативность инноваций в компании с целью обеспечения высокой эффективности внедрения цифровых технологий (рис. 2). При разработке методического подхода к анализу в основу была положена методика О. Н. Пищина с учетом групп критериев, подобранных под конкретную отрасль компании. Оценка проводится посредством экспертного суждения, что свидетельствует о способности в полной мере использовать индивидуальные навыки экспертов, а также об отсутствии давления со стороны авторитетов. Методика О. Н. Пищина базируется на методе «черного ящика». По ней инновационная активность делится на три элемента: на входе – ресурсы компании и инновационная восприимчивость; работники компании – преобразование ресурсов и инновационной восприимчивости (вход) в результаты и развитие инновационных компетенций сотрудников (выход); на выходе – компетентность персонала и их результат [21].

На базе данной методики можно сформулировать основные показатели механизма управления инновационной активностью (IM – Innovation management) и ввести их в виде параметров (табл. 2).

Табл. 2. Компоненты механизма управления ИАП
Tab 2. Management tools of innovative activity of employees

Обозначение	Параметр	Описание
IM1	Инновационная сопротивляемость и восприимчивость персонала	Степень готовности сотрудников к внедрению и использованию новых технологий и инноваций
IM2	Интеллектуальный ресурс	Поиск, подготовка и использование ресурсов с целью внедрения и реализации инноваций, включая распределение бюджета
IM3	Структура и координация инновационного процесса и внутреннего маркетинга	Качество и эффективность реализации инновационных процессов в организации
IM4	Управление инновациями	Организация системы управления инновационной деятельностью в компании
IM5	Степень компетентности персонала	Уровень компетенции персонала, участвующего в управлении инновационным процессом
IM6	Кадровый потенциал	Определение количества сотрудников, принимающих участие в инновационной деятельности; их обучение
IM7	Инновационный климат	Состояние внешней и внутренний среды компании, которая содействует или противодействует достижению общей инновационной цели

Рис. 2. Параметры исследования ИАП в компаниях МСБ
Fig. 2. Research parameters of innovative activity of employees in small and medium-sized companies

Таким образом, при исследовании каждого компонента управления ИАП необходимо учитывать ряд общих и специфических факторов для конкретной компании, которые непосредственно влияют на ее функционирование, поскольку каждый компонент включает в себя анализ и оценку показателей (рис. 3).

На каждый параметр приходится от трех до семи показателей оценки эффективности управления ИАП, по результатам расчета которых можно высчитать общую оценку уровня рассматриваемого предмета исследования, определяющуюся как средневзвешенная сумма совокупности параметров и их показателей от всей оценки. Методика включает в себя экспертную оценку по 4-балльной системе. Общая эффективность управления ИАП оценивается по 100-балльной шкале или в % [21]. Относительная эффективность управления инновационной активностью (*IM*) персонала в отдельной компании в зависимости от отраслевой специфики функционирования (*n*) рассчитывается по формуле:

$$\mathrm{IMn} = \sum_{i=1}^{7} \mathrm{IM_i} \times \sum_{J=1}^{4\ldots7} \mathrm{IM_j} \ ,$$

где IM_i – коэффициент инновационной активности *i*-го фактора; IM_j – удельный вес каждого из показателей параметра.

Применение представленной методики на конкретном объекте позволяет компании МСБ в условиях цифровой трансформации выявить проблемы и несоответствия в исследуемой области. Разрешение таких болевых точек служит повышению степени инновационной компетентности персонала, росту инновационной восприимчивости сотрудников, формированию благоприятного инновационного климата, эффективной организации инновационных процессов и внутрифирменного маркетинга, что приводит компанию к конкурентноспособному уровню функционирования.

Риски при внедрении рекомендаций по совершенствованию управления ИАП на предприятиях МСБ

Так как инновационно-ориентированный подход к управлению трудовыми ресурсами в компаниях МСБ предполагает повышение инновационной активности и конкурентоспособности как всей организации, так и каждого работника лично, встает вопрос о разработке стратегии вовлечения персонала в инновационную деятельность. Одним из направлений такой стратегии является система создания и внедрения инструментов инициации предложений работниками как средства принятия решений по развитию компании.

Рис. 3. Показатели оценки эффективности управления ИАП в компаниях МСБ по компонентам
Fig. 3. Assessment indicators of management of innovative activity in small and medium-sized companies

Вовлеченность персонала проявляется тогда, когда сотрудники напрямую помогают компании в выполнении ее миссии и достижении целей, предлагая и реализовывая свои идеи, используя личный опыт и прилагая усилия в решении проблем и принятии решений [22]. Залогом повышения инновационной восприимчивости является качественно реализованная стратегия вовлечения персонала в инновационные процессы [23].

Этапы разработки и внедрения инструментов инициации предложений работниками:

1) создание базы данных по проблемам и направлениям развития организации (активизация поиска, выявление и классификация проблем);
2) включение в планы индивидуального развития персонала соответствующих показателей по определению проблем и выработке решений;
3) установление связи разработки и реализации предложений с системой поощрения и мотивации персонала [24].

Кроме проблемы создания и внедрения стратегии вовлеченности персонала в инновационную деятельность встает вопрос о необходимости создания инструментов поощрения и мотивации к проявлению творческого потенциала сотрудников. Данная рекомендация достигается путем разработки и апробации такой системы на основе кадровой технологии кайдзен-предложений [25]. Деятельность по внедрению кайдзен-предложений включает в себя несколько этапов (рис. 4).

Рис. 4. Этапы осуществления технологии кайдзен-предложений
Fig. 4. Implementing the kaizen proposal technology

Для дальнейшего функционирования системы предложений, которая дает возможность высказаться и быть услышанным каждому работнику, необходимо, опираясь на опыт отечественных и зарубежных компаний, вовлечь в улучшение производственных процессов всех сотрудников организации [25]. Такая рекомендация оказывает положительное влияние как на внутрифирменный маркетинг, так и на развитие кадрового и творческого потенциала персонала компаний МСБ, способствует повышению уровня инновационной восприимчивости сотрудников.

Однако применение тех или иных предлагаемых мер, позволяющее совершенствовать и повышать эффективность управления ИАП компаний МСБ, несет с собой также вероятность неблагоприятных событий, т. е. рисков. Мотив анализа рисков рекомендаций заключатся в том, чтобы минимизировать предполагаемые последствия в случае возникновения неблагоприятной ситуации при реализации корректирующих мероприятий.

Подчеркнем, что риски от внедрения рекомендаций должны быть сведены к минимуму. Первоначальным этапом предупреждения риска является его идентификация. Исходя из критериев оценки внедрения корректирующих мер, прежде всего возникает необходимость в том, чтобы выявить все возможные риски, которые могут в значительной мере повлиять на эффективную реализацию предлагаемых рекомендаций (табл. 3) [26]. В табл. 3 были установлены риски, которые при возникновении окажут значительно влияние на внедрение и реализацию представленных рекомендаций; определены последствия возникновения выявленных рисков и меры по их предотвращению. Однако первоначально необходимо оценивать последствия с помощью инструмента *PMBOK (Project Management Body of Knowledge)*[1]. В табл. 4 представлено влияние, оказываемое риском на характеристики рекомендаций.

По выявленным рискам от внедрения нововведений можно вывести общую степень влияния риска. Для наглядности представим общую матрицу оценки рисков в табл. 5 [26].

Для рисков, которые имеют высокую степень вероятности возникновения и высокий уровень влияния на внедрение предлагаемых мер, необходимо регулярно планировать меры по их предотвращению с целью минимизации возникновения рисков и последствий от них [26].

В заключение можно сказать, что основная цель управления выявленными рисками – это непосредственно определение таких факторов, которые могут негативно повлиять на внедрение и реализацию представленных рекомендаций. В этом случае поможет рациональное планирование мероприятий по минимизации этих факторов.

[1] Управление рисками проекта. *iTeam*. 07.06.2018. Режим доступа: https://blog.iteam.ru/upravlenie-riskami-proekta/ (дата обращения: 11.12.2021).

Табл. 3. Реестр рисков при внедрении предлагаемых рекомендаций
Tab. 3. Risks for the proposed recommendations

Описание риска	Последствия	Вероятность	Влияние	Меры по предотвращению
Сопротивление персонала к нововведениям	Снижение производительности труда и лояльности сотрудников к руководству, напряженная психологическая атмосфера, рост текучести кадров	30 %	60–80 %	Информирование и общение с персоналом, обеспечение участия и вовлеченности работников в мероприятия, оказание помощи и поддержки сотрудникам, переговоры и соглашения с персоналом
Низкая эффективность коммуникации и служебного взаимодействия	Снижение эффективности деятельности подразделений компании и персонала	10 %	15–30 %	Нормализация отношений между работниками и руководством организации
Низкий уровень заинтересованности персонала во внедрении нововведений	Снижение трудовой активности персонала	35 %	30–60 %	Развитие персонала и планирование карьеры, обеспечение условий карьерного роста, формирование заинтересованности работников в длительном пребывании в коллективе
Плохое качество обучения персонала	Недопонимания между руководством и сотрудниками, повышение сопротивления к нововведениям, рост временных и финансовых ресурсов	20 %	30–60 %	Разработка плана по обучению персонала (от количества часов до формы обучения), привлечение внешнего консультанта, введение практических кейс-задач
Отсутствие контроля над соблюдением работниками реализации нововведений	Увеличение срока внедрения нововведений, рост финансовых затрат, некачественная реализация нововведений	15 %	30–60 %	Назначение ответственного за контролем, материальное стимулирование ответственного, введение KPI

Табл. 4. Влияние, оказываемое риском на характеристики внедрения предлагаемых рекомендаций
Tab. 4. Impact of the risks on the implementation characteristics of the proposed recommendations

Характеристики	Влияние				
	5 %	15 %	25 %	45 %	85 %
Период реализации	Небольшое увеличение	Увеличение менее чем на 7 %	Увеличение на 7–15 %	Увеличение на 15–25 %	Увеличение более чем на 25 %
Качество проекта	Снижение качества мало заметно	Снижение качества требовательных областей	Снижение качества требует согласия высшего руководства	Снижение качества недопустимо для высшего руководства	Отсутствие необходимости в конечном результате
Затраты на реализацию	Небольшой рост	Увеличение менее чем на 8 %	Увеличение на 8–25 %	Увеличение на 25–45 %	Увеличение более чем на 45 %
Содержание нововведений	Изменения практически незаметны	Изменению подвергаются незначительные области	Изменению подвергаются значительные области	Сокращение недопустимо для высшего руководства	Отсутствие необходимости в конечном результате
Общая степень влияния риска	Очень низкое (0–9 %)	Низкое (10–19 %)	Среднее (20–34 %)	Высокое (35–64 %)	Очень высокое (65–85 %)

Табл. 5. Матрица оценки риска
Tab. 5. Risk assessment matrix

Вероятность	Влияние, оказываемое риском на характеристики внедрения рекомендаций				
	Очень низкое (0–9 %)	Низкое (10–19 %)	Среднее (20–34 %)	Высокое (35–64 %)	Очень высокое (65– 85 %)
90 %	5	9	18	36	72
70 %	4	7	14	28	56
50 %	3	5	10	20	40
30 %	2	3	6	12	24
10 %	1	1	2	42	8

Прим.: уровень рисков: красная зона рисков – обязательно необходимо выработать противорисковое мероприятие; желтая зона рисков – на усмотрение руководства.

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-115-124

Заключение

Исследование теоретических основ научной категории ИАП дает основание для вывода о том, что задача определения содержания управления ИАП является необходимой для объективной его оценки и установления степени его зависимости от различных факторов. В ходе работы выявлено, что теория оценки управления инновационной активностью в условиях цифровой трансформации компаний МСБ, несмотря на чрезвычайную актуальность очерчиваемых проблем и предлагаемых подходов, все еще не имеет законченных форм. В этой связи в статье представлено авторское видение сущности управления ИАП в условиях цифровой трансформации компаний МСБ, его структуры, а также оценки эффективности.

Предложенная классификация показателей оценки эффективности управления ИАП, влияющих на формирование инновационного потенциала работников субъектов МСБ, позволяет выявить и четко структурировать значимые недостатки исследуемой области с учетом ключевых особенностей и типичных черт организаций МСБ.

Предлагаемая методика исследования эффективности управления ИАП позволяет компаниям МСБ в условиях цифровой трансформации определить проблемы и несоответствия исследуемой области, разрешение которых послужит повышению степени инновационной компетентности персонала, росту инновационной восприимчивости сотрудников, благоприятному инновационному климату, эффективной организации инновационных процессов и внутрифирменного маркетинга, что ведет компанию к конкурентноспособному уровню функционирования и устойчивому положению в бизнесе.

Окончательный выбор показателей оценки, существенным образом влияющих на общий уровень управления ИАП, зависит от характера исследуемого объекта (отраслевой специфики или отдельного предприятия) и от направления проявления ИАП. Дело в том, что инновации как фактор экономического роста могут придавать этому росту как интенсивный характер, повышая производительность труда, фондоотдачи и материалоотдачи, так и экстенсивный – обеспечивая прирост трудовых ресурсов, производственных фондов и ресурсных затрат.

В качестве рекомендаций по совершенствованию управления ИАП по результатам оценки данной области исследования могут предлагаться: разработка и внедрение работниками методов инициации предложений как инструмента принятия решений по развитию компании; внедрение системы поощрения и мотивации творческого потенциала сотрудников на основе кайдзен-предложений.

Цифровая трансформация предприятий МСБ является актуальной задачей как для выживания, так и для развития в новой экономической среде. Совершенствование управления ИАП по предлагаемым выше направлениям дает возможность для формирования активного инновационного развития, внедрения новых цифровых технологий и цифровых бизнес-моделей компаний. Использование инновационного подхода к решению проблем, возникающих вследствие быстрых изменений экономической среды, способствует поиску точек роста компаний и открытию новых возможностей для развития, росту конкурентоспособности и устойчивости предприятий МСБ.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.
Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

Литература / References

1. Шваб К. М., Маллере Т. COVID-19: Великая перезагрузка. *Женева: Всемирный экономический форум*, 2020. Режим доступа: https://litvek.com/book-read/506657-kniga-terri-mallere-covid-19-velikaya-perezagruzka-chitat-online?p=1 (дата обращения: 11.12.2021).
   Schwab K. M., Malleret T. COVID-19: The Great Reset. *Geneva: World Economic Forum*, 2020. Available at: https://litvek.com/book-read/506657-kniga-terri-mallere-covid-19-velikaya-perezagruzka-chitat-online?p=1 (accessed 11 Dec 2021). (In Russ.)
2. Богданова Е. Л., Абрамов В. И., Титов А. К., Кучерявенко Д. М. Экономические санкции как способ стимулирования инновационной активности организаций. *Экономика и предпринимательство*. 2015. № 8-1. С. 667–671.
   Bogdanova E. L., Abramov V. I., Titov A. K., Kucheryavenko D. M. Economic sanctions as a way of stimulation of enterprises' innovative activity. *Ekonomika i predprinimatelstvo*, 2015, (8-1): 667–671. (In Russ.)
3. Абрамов В. И. Методология оценки инновационного потенциала: дис. … д-ра экон. наук. Самара, 2012. 302 с.
   Abramov V. I. *Methodology for assessing innovative potential.* Dr. Econ. Sci. Diss. Samara, 2012, 302. (In Russ.)
4. Абрамов В. И., Борзов А. В., Семенков К. Ю. Теоретико-методологический анализ моделей цифровой зрелости для российских компаний. *Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством» [Ивэкофин]*. 2021. № 4. С. 42–51. https://doi.org/10.6060/ivecofin.2021504.566

Abramov V. I., Borzov A. V., Semenkov K. Yu. Theoretical and methodological analysis of digital maturity models for Russian companies. *Ivecofin*, 2021, (4): 42–51. https://doi.org/10.6060/ivecofin.2021504.566 (In Russ.)

5. Кулмаганбетова А. С., Дубина И. Н., Рахметулина Ж. Б. Инновационный потенциал малого и среднего бизнеса: теория и практика оценки (по материалам предприятий Казахстана). Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. 166 с. https://doi.org/10.23682/85569
Kulmaganbetova A. S., Dubinina I. N., Rakhmetulina Zh. B. *Innovative potential of small and medium businesses: theory and practice of assessment (based on materials from enterprises in Kazakhstan)*. Saratov: IPR Media, 2019, 166. (In Russ.) https://doi.org/10.23682/85569
6. Молчанов А. Б. Подходы к оценке инновационного потенциала. *Креативная экономика*. 2010. Т. 4. № 7. С. 3–8.
Molchanov A. B. Approaches to the evaluation of innovative potential of an enterprise. *Creative economy*, 2010, 4(7): 3–8. (In Russ.)
7. Минералов В. Ю. Управление инновационной активностью сотрудников с высоким творческим потенциалом: дис. … канд. социол. наук. М., 2009. 191 с.
Mineralov V. Yu. *Management of innovative activity of employees with high creative potential*. Cand. Sociol. Sci. Diss. Moscow, 2009, 191. (In Russ.)
8. Внуков Г. С. Роль компании в формировании условий реализации инновационной активности персонала. *Инноватика-2020*: мат-лы XVI Междунар. школы-конф. (Томск, 23–25 апреля 2020 г.). Томск: STT, 2020. С. 413–416.
Vnukov G. S. The role of the company in forming the conditions of realization of innovative activity of personnel. *Innovation-2020*: Proc. XVI Intern. School-Conf., Tomsk, 23–25 Apr 2020. Tomsk: STT, 2020, 413–416. (In Russ.)
9. Голубков Е. П. Инновационный менеджмент. М.: ИНФРА-М, 2018. 184 с.
Golubkov E. P. *Innovative management*. Moscow: INFRA-M, 2018, 184. (In Russ.)
10. Эфендиев А. Г., Сорокин П. С. Инновационное поведение сотрудников российских бизнес-организаций: теоретические и методологические основы эмпирического исследования. *Вестник РУДН. Серия: Социология*. 2012. № 3. С. 82–93.
Efendiev A. G., Sorokin P. S. Innovative behavior in Russian business-organizations: theoretical and methodological foundations of empirical research. *RUDN Journal of Sociology*, 2012, (3): 82–93. (In Russ.)
11. Сокерина С. В. Система развития инновационного потенциала персонала: формируем новые подходы. Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. *Социально-экономические науки*. 2016. № 4. С. 365–376.
Sokerina S. V. System of staff innovative potential development: forming new approaches. *PNRPU Sociology and Economics Bulletin*, 2016, (4): 365–376. (In Russ.)
12. Марасанов Г. И., Сальник Д. А. Связь инновационной активности руководителя и предпочитаемых им путей преодоления «проблемы успеха». *Национальный психологический журнал*. 2018. № 1. С. 128–140. https://doi.org/10.11621/npj.2018.0112
Marasanov G. I., Salnik D. A. The connection between the manager's innovative activity and preferred ways of overcoming the "problem of success". *National Psychological Journal*, 2018, (1): 128–140. (In Russ.) https://doi.org/10.11621/npj.2018.0112
13. Красникова Е. О., Евграфова И. Ю. Инновационный менеджмент. Шпаргалка. М.: Окей-книга, 2009. 84 с.
Evgrafova I. Yu., Krasnikova E. O. *Innovative management*. Moscow: Okei-kniga, 2009, 84. (In Russ.)
14. Пахно И. В. Инновационная активность и новообразования личности: метасистемный подход. *Психология в экономике и управлении*. 2015. Т. 7. № 1. С. 16–25. https://doi.org/10.17150/2225-7845.2015.7(1).16-25
Pakhno I. V. Innovative activity and new growths of the personality: metasystem approach. *Psikhologiya v ekonomike i upravlenii*, 2015, 7(1): 16–25. (In Russ.) https://doi.org/10.17150/2225-7845.2015.7(1).16-25
15. Дементьева Т. А. Методы оценки уровня инновационного потенциала персонала на промышленных предприятиях. *Економіка промисловості*. 2009. № 3. С. 125–132.
Dementyeva T. A. Methods of estimation of personnel's innovative potential level at industrial enterprises. *Econ. promisl.*, 2009, (3): 125–132. (In Russ.)
16. Александрова Т. В., Матяж Е. В. Управление инновационной активностью организации: проектный подход. *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2019. № 1. С. 17–20. https://doi.org/10.24411/2411-0450-2018-10291
Alexandrova T. V., Matyazh E. V. Management of innovative activity organization: project approach. *Ekonomika i biznes: teoriia i praktika*, 2019, (1): 17–20. (In Russ.) https://doi.org/10.24411/2411-0450-2018-10291
17. Белкин В. Н., Белкина Н. А., Антонова О. А. Актуальные проблемы управления инновационной активностью персонала промышленных предприятий. *Дискуссия*. 2019. № 5. С. 46–60. https://doi.org/10.24411/2077-7639-2019-10040
Belkin V. N., Belkina N. A., Antonova O. A. Actual problems of managing innovative activity of industrial personnel. *Discussion*, 2019, (5): 46–60. (In Russ.) https://doi.org/10.24411/2077-7639-2019-10040

18. Вэй В. Ю., Горшкова Я. С. Инновационная активность персонала как основа реализации эффективного менеджмента высокотехнологичных предприятий. *Креативная экономика*. 2019. Т. 13. № 2. С. 341–356. https://doi.org/10.18334/ce.13.2.39961
Vey V. Yu., Gorshkova Ya. S. Personnel innovative activity as a basis for implementing effective management of high-tech enterprises. *Creative economy*, 2019, 13(2): 341–356. (In Russ.) https://doi.org/10.18334/ce.13.2.39961
19. Иваненко Л. В., Васяйчева В. А., Солодова Е. П. Влияние инновационной активности персонала на эффективность деятельности организации. *Инновационные исследования: проблемы внедрения результатов и направления развития*: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. (Пермь, 20 января 2019 г.) Уфа: Аэтерна, 2019. Ч. 1. С. 61–65.
Ivanenko L. V., Vasyaycheva V. A., Solodova E. P. Effect of innovative activity of personnel on the efficiency of the organization. *Innovative research: problems of implementation of results and directions of development*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Perm, 20 Jan 2019. Ufa: Aeterna, 2019, pt. 1, 61–65. (In Russ.)
20. Матюгина Э. Г., Емельянова Н. В., Внуков Г. С. К вопросу оценки инновационной активности персонала компании. *Вестник экономики, права и социологии*. 2020. № 2. С. 24–28.
Matyugina E. G., Emelyanova N. V., Vnukov G. S. On the issue of evaluating the innovative activity of company personnel. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii*, 2020, (2): 24–28. (In Russ.)
21. Пищин О. Н. Инновационная активность оператора сотовой подвижной радиосвязи. *Вестн. Астрахан. гос. техн. ун-та. Сер.: Управление, вычислительная техника и информатика*. 2009. № 2. С. 127–133.
Pishchin O. N. Innovative activity of the operator of the cellular mobile radio communication. *Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriia: Upravlenie, vychislitel'naia tekhnika i informatika*, 2009, (2): 127–133. (In Russ.)
22. Негреева В. В., Алексашкина Е. И., Куркина Н. В. Пути рационализации и совершенствования системы управления персоналом с целью повышения экономической эффективности инновационных предприятий. *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент*. 2018. № 2. С. 122–130. https://doi.org/10.17586/2310-1172-2018-11-2-122-130
Negreeva V. V., Aleksashkina E. I., Kurkina N. V. Ways of rationalization and improvement of the personnel management system in order to increase the economic efficiency of innovative enterprises. *Nauchnyy zhurnal NIU ITMO. Seriya: Ekonomika i ekologicheskiy menedzhment*, 2018, (2): 122–130. (In Russ.) https://doi.org/10.17586/2310-1172-2018-11-2-122-130
23. Ганькина А. В. Основные методы стимулирования инновационной активности персонала. *Вопросы науки и образования*. 2018. № 24. С. 49–51.
Gankina A. V. The main methods of stimulating the innovative activity of personnel. *Voprosy nauki i obrazovaniia,* 2018, (24): 49–51. (In Russ.)
24. Теребова С. В. Механизмы повышения инновационной активности промышленных предприятий: проблемы разработки и внедрения. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2017. 300 с.
Terebova S. V. *Mechanisms for increasing the innovative activity of industrial enterprises: problems of development and implementation*. Vologda: ISEDT RAS, 2017, 300. (In Russ.)
25. Минкин В. М. Внедрение кайдзен как основного инструмента повышения инновационной активности персонала нефтегазодобывающей компании. *Современные наукоемкие инновационные технологии*: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. (Самара, 25 мая 2018 г.) Уфа: Аэтерна, 2018. Ч. 1. С. 107–110.
Minkin V. M. Implementation of kaizen as the main tool for increasing the innovative activity of the personnel of an oil and gas company. *Modern science-intensive innovative technologies:* Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Samara, 25 May 2018. Ufa: Aeterna, 2018, pt. 1, 107–110. (In Russ.)
26. Суйкова О. А., Кудряшова Е. В. Управление рисками инновационного проекта. *Инновационное развитие профессионального образования.* 2020. № 1. С. 96–101.
Suikova O. A. Kudryashova E. V. Risk management of innovative project. *Innovacionnoe razvitie professional'nogo obrazovanija*, 2020, (1): 96–101. (In Russ.)

оригинальная статья

Формализация механизма ценообразования на электроэнергию для прочих потребителей розничного рынка

Ященко Александр Васильевич
АО «Барнаульская горэлектросеть», Россия, г. Барнаул
alex@bges.ru

Поступила в редакцию 27.10.2021. Принята после рецензирования 26.11.2021. Принята в печать 17.01.2022.

Аннотация: Рассматривается сложная и достаточно уникальная проблема ценообразования на оптовом и розничном рынках электроэнергии и мощности. Анализ взаимодействия электроэнергетической отрасли с экономикой показал, что после трансформационных преобразований возник некий конгломерат рынка, плановой экономики и экономики либерального раздатка. Реформаторы действовали под лозунгом ухода от монополизма, который, по их мнению, мешал экономическому развитию. Ложность этого посыла подтверждается всей постреформационной практикой: в отрасли за счет частных инвестиций ничего существенного не построено; цены и тарифы на электроэнергию и мощность постоянно растут; энергокомпании преимущественно зарегистрированы как акционерные общества закрытого типа, что противоречит идее их инвестиционной привлекательности. Потребителя от генерирующей компании (фактического поставщика) отделяет большое количество частных инфраструктурных компаний, которые лишают контрагентов функций определения условий и цены сделки, что противоречит всем канонам рыночной экономики. При этом все пространство поставки электроэнергии делится на ценовые категории. Формально потребитель сам выбирает ценовую категорию, однако этот выбор опосредован многочисленными правилами, ограничениями и условиями. Для более четкого и прозрачного понимания механизма ценообразования осуществлена попытка сформировать модель расчета цены за электроэнергию с формализованным алгоритмом действий при составлении договора купли-продажи.

Ключевые слова: оптовый рынок, розничный рынок, ценовая категория, одноставочный тариф, двухставочный тариф, средневзвешенная нерегулируемая цена, предельная цена

Цитирование: Ященко А. В. Формализация механизма ценообразования на электроэнергию для прочих потребителей розничного рынка. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 125–132. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-125-132

original article

Formalization of the Electricity Pricing Mechanism for Other Consumers of the Retail Market

Aleksandr V. Yashchenko
JSC Barnaul City Electric Supply Company, Russia, Barnaul
alex@bges.ru

Received 27 Oct 2021. Accepted after peer review 26 Nov 2021. Accepted for publication 17 Jan 2022.

Abstract: This article deals with a complex and rather unique problem of pricing in the wholesale and retail electricity and capacity markets. The interaction of the electric power industry with the economy resulted in a market conglomerate of planned economy and liberal distribution. The reformers tried to avoid monopoly, which allegedly hindered the market development. The entire post-reform practice proves that private investments are ineffective, prices and tariffs for electricity and capacity keep growing, and energy companies are registered as closed joint-stock companies, which decreases their investment attractiveness. Too many private infrastructure companies stand between the consumer and the electricity supplier. These companies deprive the counterparties of their right to determine the terms and price of the transaction, which contradicts the concept of the market economy. The entire market space of electricity supply is divided into the so-called price categories. Formally, the consumer chooses the price category, but this choice depends on numerous rules, restrictions, and conditions. The article introduces an electricity price calculation model that can be used to make up sales contracts and provides a more transparent understanding of the pricing mechanism.

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

Keywords: wholesale market, retail market, price category, one-part tariff, two-part tariff, weighted average unregulated price, marginal price

Citation: Yashchenko A. V. Formalization of the Electricity Pricing Mechanism for Other Consumers of the Retail Market. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 125–132. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-125-132

Введение

Как справедливо считает О. Э. Бессонова, либеральный раздаток – это антипод рыночной экономики, базирующийся на механизме сдач-раздач, а не на механизме купли-продажи [1; 2]. Итоги реформирования плановой экономики СССР она называет квазирынком: «Внешне присутствуют все атрибуты рыночного хозяйства: частная собственность, отношения купли-продажи, свободное ценообразование. Однако сохраняется латентное раздаточное содержание: частные компании и фирмы в массе своей не вырабатывают рыночно-ориентированные стратегии, а ведут борьбу за государственный ресурс» [2, с. 34]. Анализируя трансформационные процессы России, многие исследователи отмечают их нерыночный характер [3–8]. Принципы организации и управление заимствуются из рыночной экономики, но затем адаптируются под институциональную среду, сложившуюся в государстве. Это относится и к реформам в электроэнергетике. Разрушение естественной, эволюционно сложившейся организации взаимодействия электроэнергии и экономики, к которой мы относим весь хозяйственный комплекс (предприятия, организации, домохозяйства, физические лица), под лозунгом рыночного реформирования не дало ожидаемого результата [9–11]. Попытка искусственно создать рыночных агентов электроэнергетики, разорвав технологически связанные производственные подсистемы, и заставить их конкурировать фактически провалилась.

Причины такого провала подробно описаны в работах Г. П. Кутового [12; 13]. Во-первых, это невозможность создать автономных агентов с конечным набором однотипных товаров или услуг. Например, выделим генерацию, определим некоторое множество генерирующих компаний, но тогда каждая генерирующая компания должна иметь свои сети для доставки товара потребителю. При наличии нескольких десятков генерирующих компаний и сотен тысяч потребителей в региональном разрезе сетями будет опутано все географическое пространство. Количество режимов, правил, особенностей потребления и прочих условий будет бесконечно много, такой рынок будет просто неуправляемым. С учетом этого реформаторы стали действовать методом реагирования и исправления ошибок. Создаются оптовый рынок электроэнергии и мощности (ОРЭМ), розничный рынок со своими правилами, хитроумные механизмы ценообразования и различные регулирующие структуры. Реформаторы стремились создать некий рынок электроэнергетики, основанный, на первый взгляд, на корпоративных принципах (собственники активов, дивиденды), но технологически и организационно-экономически близкий к той модели, от которой была сделана попытка уйти.

Во-вторых, двойственность отрасли электроэнергетики при взаимодействии с экономикой. По нашему мнению, электроэнергетика является как самостоятельным видом экономической деятельности, так и инфраструктурной отраслью [14], что отличается от позиции ряда авторов, которые относят ее исключительно к инфраструктурной отрасли[1].

В-третьих, электроэнергетика по ее роли и значению в национальной экономике, а также по способу организации относится к естественной монополии. Ее деятельность, исходя из системных принципов, должна быть основана на определенной целостности структурной организации и учете особенностей технологии. Оценивая аргументацию реформирования ОАО РАО «ЕЭС России», можно сделать вывод, что она явилась спекулятивным прикрытием желания ряда физических лиц присвоить активы электроэнергетических компаний и получить доступ к эффективным финансовым потокам. Такое спекулятивное прикрытие явилось следствием проявления институциональных факторов [15–18] трансформационных преобразований.

Методы и материалы

Одним из негативных итогов реформ электроэнергетики стал предложенный реформаторами весьма сложный механизм ценообразования как на оптовом, так и на розничных рынках, характеризующийся многими правилами, процедурами, условиями и ограничениями. Анализ предметной области показал, что на оптовых рынках цена и поставщик, которому должен платить покупатель (обычно это посредник – гарантирующий поставщик (ГП) или сетевая компания), определяются инфраструктурной компанией – администратором торговой системы, посредником. Для розничных рынков не существует

[1] Яркин Е. В., Долматов И. А., Панова М. А., Сасим С. В., Бржезянский С. Э., Нахимовская Е. М., Маскаев И. В., Гасс Т. А., Кечин С. А., Соболенко Е. Д., Аидын-оглы Аллахвердиев А., Войткова Ж. В. Тарифная политика в Российской Федерации в отраслях коммунальной сферы: приоритеты, проблемы, перспектива: докл. к XXI Апр. Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. 174 с.

четких процедур и формализованных методов определения нерегулируемой цены на электроэнергию в звеньях поставок ГП – конечный потребитель [1–4]. Здесь уже сами участники поставки определяют цену при помощи достаточно сложных и неоднозначных процедур. Поэтому в статье предпринята попытка формализации механизма ценообразования посредством представления его в виде системы математических соотношений и процедур, дающих четкий ответ на вопрос, как определять цену поставки электроэнергии для соответствующего договора между ГП и потребителем.

На розничном рынке электроэнергии действуют шесть ценовых категорий (ЦК) в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 4 мая 2012 г. № 442[2].

В целом эти ЦК разделяются на:

- интегральные, применяются к объемам потребления электрической энергии за определенный период времени – сутки, месяц и т. д. (рассчитываются только по одной ставке);
- интервальные, применяются к почасовым объемам электрической энергии, когда каждому часу назначается индивидуальная цена (рассчитываются по двум и более ставкам)[3].

Первую и вторую ЦК (ЦК1, ЦК2) относят к интегральным, а с третьей по шестую (ЦК3, ЦК4, ЦК5, ЦК6) – к интервальным.

По действующим правилам оптимальную ЦК из этих шести на один год могут выбрать так называемые прочие потребители (не население или приравненные к ним лица, на которых распространяется регулирование тарифа региональными правительствами), т. е. фактически юридические лица.

Все те же правила делят потребителей на две основные группы:

1) работающих с максимальной мощностью более 670 кВт;
2) работающих с мощностью, не превышающей 670 кВт.

С 1 июля 2013 г. потребителям, чья максимальная мощность превышает 670 кВт, запрещается использовать интегральные ЦК: расчет цен на поставку для них осуществляется в рамках интервальных ЦК. Потребители, работающие с мощностью не выше 670 кВт, при заключении договора поставки могут выбирать любую из шести ЦК.

Интервальные ЦК делятся по видам и процедурам определения цен:

- без планирования почасового потребления (ЦК3 и ЦК4);
- требующие планирования почасового потребления (ЦК5 и ЦК6);
- рассчитываемые по одноставочному тарифу (ЦК3 и ЦК5);
- рассчитываемые по двухставочному тарифу (ЦК4 и ЦК6)[4].

Процедуры определения тарифа на электроэнергию для каждой из шести ЦК регламентирует Постановление Правительства РФ от 29.12.2011 № 1179[5] на основании следующих правил.

Расчет тарифа для ЦК1

Тариф для ЦК1, являющийся основой договора купли-продажи электроэнергии для потребителей, определяется по формуле:

$$Ц_{ПН1} = Ц_{СН1} + Ц_{СЕТ} + Ц_{ИП} + Ц_{СН}, \quad (1)$$

где $Ц_{ПН1}$ – предельный уровень нерегулируемых цен на электроэнергию для ЦК1 (руб./МВт·ч);

$Ц_{СН1}$ – средневзвешенная нерегулируемая цена на электроэнергию, покупаемую на ОРЭМ (руб./МВт·ч). Алгоритм определения данной величины приведен ниже;

$Ц_{СЕТ}$ – дифференцированный по уровням напряжения одноставочный тариф на услуги по передаче электрической энергии с учетом стоимости нормативных технологических потерь электрической энергии в электрических сетях (руб./МВт·ч). Одноставочный тариф разделен по величине напряжения на четыре ступени: высокое напряжение (ВН) – 110 кВ и выше; среднее первое напряжение (СНI) – 35 кВ; среднее второе напряжение (СНII) – от 1 до 20 кВ; низкое напряжение (НН) – ниже 1 кВ. Для Алтайского края данные тарифы на период с 1 января 2021 г. по 31 декабря 2021 г. содержатся в таблице 1 приложения к Решению Управления Алтайского края по государственному регулированию цен и тарифов от 29 декабря 2020 г. № 556 (Решение)[6];

$Ц_{ИП}$ – инфраструктурные платежи: оплата услуг АО «Центр финансовых расчетов», АО «Администратор торговой системы оптового рынка электроэнергии», АО «Системный оператор Единой энергетической системы» (руб./МВт·ч). Тарифы на инфраструктурные услуги

[2] О функционировании розничных рынков электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии. Постановление Правительства РФ от 04.05.2012 № 442. *СПС КонсультантПлюс.*

[3] Выбор ценовой категории электроэнергии. *Киловатт-Эксперт*. Режим доступа: http://kwexpert.ru/services/cost-of-ownership-electro-economy/minimization-of-the-cost/vybor-tsenovoy-kategorii-elektroenergii.php (дата обращения: 27.03.2021).

[4] Там же.

[5] Об определении и применении гарантирующими поставщиками нерегулируемых цен на электрическую энергию (мощность). Постановление Правительства РФ от 29.12.2011 № 1179. *СПС КонсультантПлюс.*

[6] О внесении изменений в решение управления Алтайского края по государственному регулированию цен и тарифов от 27.12.2019 № 589. Решение Управления Алтайского края по государственному регулированию цен и тарифов от 29.12.2020 № 556. *Официальный интернет-портал правовой информации*. Режим доступа: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/2201202012300010?index=0&rangeSize=10 (дата обращения: 08.09.2021).

размещены на официальном сайте АО «Администратор торговой системы оптового рынка электроэнергии»[7]. При этом для определения цены инфраструктурных платежей за текущий месяц необходимо выбрать файл с соответствующей информацией за прошлый месяц. В данном файле представлены необходимые стоимости платежей с разбивкой по контрагентам для оплаты. Для получения тарифа на инфраструктурные платежи необходимо разделить общую стоимость по выплатам всем контрагентам на величину фактического объема покупки электроэнергии на оптовом рынке. Фактический объем покупки электроэнергии на оптовом рынке ГП публикует на своем официальном сайте (см., например, сайт АО «Барнаульская горэлектросеть»[8] – в размещаемом файле вкладка «Объем ээ»);

$Ц_{СН}$ – сбытовая надбавка ГП электроэнергии (руб./МВт·ч). Сбытовые надбавки на период с 1 января 2021 г. по 31 декабря 2021 г. для ГП Алтайского края опубликованы в приложении к Решению. Напомним, что данная ЦК предназначена только для потребителей с максимальной мощностью до 670 кВт.

Расчет $Ц_{СН1}$, являющейся основой определения предельного значения нерегулируемых цен для ЦК1, производится следующим образом:

$$Ц_{СН1} = Ц_{СН} + \lambda Ц_{СНМ}, \quad (2)$$

где $Ц_{СН}$ – средневзвешенная нерегулируемая цена на электрическую энергию на оптовом рынке, определенная коммерческим оператором для соответствующего ГП по результатам конкурентных отборов на сутки вперед и для балансирования системы (руб./МВт·ч). Информация о значении данной величины публикуется на официальном сайте АО «Администратор торговой системы оптового рынка электроэнергии»[9], где необходимо выбрать участника розничного рынка электроэнергии и скачать файл для указанной компании;

$Ц_{СНМ}$ – средневзвешенная нерегулируемая цена на мощность на оптовом рынке, определенная коммерческим оператором оптового рынка для соответствующего ГП (руб./МВт). Информация о значении данной величины определяется аналогично $Ц_{СН1}$ на основании исходных данных, представленных на сайте[10]; λ – коэффициент оплаты мощности потребителями, осуществляющими расчеты по ЦК1 (1/ч.). Данная величина определяется следующим образом:

$$\lambda = N_m / V_e, \quad (3)$$

где N_m – интегральный показатель потребления мощности; V_e – интегральный показатель потребления электроэнергии.

N_m рассчитывается по формуле:

$$N_m = N_m^{фо} + N_m^{рг} - N_m^{цк2,6} - N_m^{нас}, \quad (4)$$

где $N_m^{фо}$ – фактическая величина пикового потребления мощности с оптового рынка (МВт); $N_m^{рг}$ – фактическая величина пикового потребления мощности с розничного рынка (МВт); $N_m^{цк2,6}$ – объем потребления мощности потребителями для ЦК2–ЦК6 (МВт); $N_m^{нас}$ – объем потребления мощности населением (МВт).

V_e рассчитывается по формуле:

$$V_e = V_e^{фо} + V_e^{рг} - V_e^{цк2,6} - V_e^{нас}, \quad (5)$$

где $V_e^{фо}$ – фактический объем электрической энергии, приобретенный на ОРЭМ (МВт·ч); $V_e^{рг}$ – фактический объем электрической энергии, приобретенный на розничном рынке (МВт·ч); $V_e^{цк2,6}$ – итоговый объем потребления электроэнергии потребителями для ЦК2–ЦК6 (МВт·ч); $V_e^{нас}$ – объем потребления электроэнергии населением (МВт·ч).

Приведенные величины, использующие расчеты по ЦК1, определяются по данным официального сайта ГП (см., например, сайт АО «Барнаульская горэлектросеть»[11] – в размещаемом файле вкладка «расчет ср.нер.цены»).

Расчет тарифа для ЦК2

Расчет тарифа для ЦК2 аналогичен расчету тарифа для ЦК1. При этом $Ц_{ПН1}$ рассчитывается по установленным зонам суток: «Пик», «Полупик» и «Ночь» либо «Ночь» и «Пик». Здесь «Пик» означает интервал с разбивкой по часам с максимальным потреблением электроэнергии, определяется статистически по прошлому периоду. Соответственно, «Ночь» – минимальное потребление и «Полупик» – средние значения между «Пиком» и «Ночью». Данная ЦК предполагается только для потребителей с максимальной мощностью до 670 кВт.

В качестве примера приведем механизм формирования нерегулируемой цены на электроэнергию для потребителей ЦК2 (потребители с максимальной мощностью менее 150 кВт) АО «Барнаульская горэлектросеть» за июль 2021 г.[12] ЦК2 применяется в том случае, когда электричество регистрируется энергопринимающими

[7] Стоимость услуг инфраструктурных организаций оптового рынка электроэнергии (по субъектам РФ). *АО «АТС»*. Режим доступа: https://www.atsenergo.ru/nreport?access=public&rname=FRSV_REESTR_INFRAORG_USLUGI_REGRF_ATS&region=eur (дата обращения: 08.09.2021).

[8] Расчет нерегулируемой цены. *АО «Барнаульская горэлектросеть»*. Режим доступа: https://bges.ru/retail-market/unregulated-price/ (дата обращения: 08.09.2021).

[9] Составляющие предельных уровней нерегулируемых цен. *АО «АТС»*. Режим доступа: https://www.atsenergo.ru/results/market/svnc (дата обращения: 08.09.2021).

[10] Там же.

[11] Расчет нерегулируемой цены…

[12] Там же.

устройствами по зонам суток. Тогда получается, что выражение (1) используется для каждой строки таблицы, т. е. для строк «Ночь», «Полупик», «Пик».

Расчет тарифа для ЦК3

В данном случае тариф определяется как для поставляемой электроэнергии (6), так и для поставляемой мощности (7):

$$Ц_{ПН3} = Ц_{СН3} + Ц_{СЕТ} + Ц_{ИП} + Ц_{СН}; \quad (6)$$

$$Ц_{ПНМ3} = Ц_{СНМ}, \quad (7)$$

где $Ц_{ПН3}$ – ставка за электрическую энергию предельного уровня нерегулируемых цен для ЦК3, в рамках которой ставка за электрическую энергию нерегулируемой цены применяется к фактически поставленному потребителю (покупателю) (руб./МВт·ч);

$Ц_{СН3}$ – дифференцированная по часам расчетного периода нерегулируемая цена на электрическую энергию на оптовом рынке, определяемая по результатам конкурентных отборов на сутки вперед (руб./МВт·ч);

$Ц_{СЕТ}$, $Ц_{ИП}$, $Ц_{СН}$ – пояснены ранее при расчете тарифа для ЦК1.

Все обозначенные величины определяются посредством процедуры, описанной для ЦК1.

$Ц_{ПНМ3}$ – ставка за мощность предельного уровня нерегулируемых цен для ЦК3, определяемая ГП в отношении поставляемого потребителю (покупателю) объема мощности (руб./МВт);

$Ц_{СНМ}$ – пояснена ранее при расчете тарифа для ЦК1 (руб./МВт).

Таким образом, ЦК3 применяется для расчета цен на электроэнергию, по которой в текущем периоде производился почасовой учет, но без почасового планирования.

Расчет тарифа для ЦК4

В целом порядок определения тарифа для ЦК4 аналогичен расчету тарифа для ЦК3. Отличие в том, что на передачу электроэнергии используется двухставочный тариф: отдельные тарифы на стоимость оплаты технологических потерь электроэнергии в электрических сетях и на содержание электрических сетей:

$$Ц_{ПН4} = Ц_{СН4} + Ц_{СТП} + Ц_{ИП} + Ц_{СН}; \quad (8)$$

$$Ц_{ПНМ4} = Ц_{СНМ}; \quad (9)$$

$$Ц_{ПС4} = Ц_{СТС}, \quad (10)$$

где $Ц_{ПН4}$ аналогичен $Ц_{ПН1}$; $Ц_{СН4}$, соответственно, $Ц_{СН1}$; $Ц_{ИП}$, $Ц_{СН}$ – пояснены ранее при расчете тарифа для ЦК1. Все обозначенные величины определяются посредством процедуры, описанной для ЦК1;

$Ц_{СТП}$ – дифференцированная по уровням напряжения ставка для определения расходов на оплату нормативных технологических потерь электрической энергии в электрических сетях тарифа на услуги по передаче электрической энергии (руб./МВт).

$Ц_{ПНМ4}$, $Ц_{СНМ}$ – пояснены ранее при расчете тарифа для ЦК3 (руб./МВт).

$Ц_{ПС4}$ – предельный уровень стоимости содержания сети (руб./МВт);

$Ц_{СТС}$ – дифференцированная по уровням напряжения ставка, отражающая удельную величину расходов на содержание электрических сетей, тарифа на услуги по передаче электрической энергии, установленного органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации в области государственного регулирования тарифов (руб./МВт).

Тарифы $Ц_{СТП}$, $Ц_{СТС}$ на период с 1 января 2021 г. по 31 декабря 2021 г. для Алтайского края опубликованы в таблице 1 приложения к Решению.

Расчет тарифа для ЦК5

Тариф для ЦК5 рассчитывается не как действующий, а как планируемый для потребителя, аналогично механизму расчета для ЦК3:

$$Ц_{ПН5} = Ц_{СРСВ} + Ц_{СЕТ} + Ц_{ИП} + Ц_{СН}; \quad (11)$$

$$Ц_{ПНП5} = Ц_{СВОПЧ}; \quad (12)$$

$$Ц_{ПНС5} = Ц_{СВОСЧ}; \quad (13)$$

$$Ц_{ПС5} = Ц_{СТС}; \quad (14)$$

$$Ц_{ПНН5} = |Ц_{РСВНБ}|; \quad (15)$$

$$Ц_{ПБР5} = |Ц_{БРНБ}|; \quad (16)$$

$$Ц_{ПНМ5} = |Ц_{СНМ}|, \quad (17)$$

где $Ц_{ПН5}$, $Ц_{ПНП5}$, $Ц_{ПНС5}$, $Ц_{ПНН5}$, $Ц_{ПБР5}$ – ставки за электрическую энергию предельного уровня нерегулируемых цен для ЦК5 (руб./МВт·ч); $Ц_{СРСВ}$, $Ц_{СВОПЧ}$, $Ц_{СВОСЧ}$ – дифференцированные по часам расчетного периода нерегулируемые цены на электроэнергию на оптовом рынке, определяемые коммерческим оператором оптового рынка по результатам конкурентного отбора заявок (руб./МВт·ч); $Ц_{СЕТ}$, $Ц_{ИП}$, $Ц_{СН}$ – пояснены ранее при расчете тарифа для ЦК1; $Ц_{ПНМ5}$, $Ц_{СНМ}$ – пояснены ранее при расчете тарифа для ЦК3 (руб./МВт); $Ц_{СТС}$ – пояснена ранее при расчете тарифа для ЦК4 (руб./МВт).

$Ц_{ПН5}$ – ставка применяется к фактически поставленному потребителю (покупателю) (руб./МВт·ч);

$Ц_{СРСВ}$ – цена, определяемая на сутки вперед (руб./МВт·ч);

$Ц_{ПНП5}$ – ставка применяется к величине превышения фактического почасового объема покупки электроэнергии над соответствующим плановым почасовым объемом потребителя (покупателя) (руб./МВт·ч);

$Ц_{СВОПЧ}$ – цена, определяемая для балансирования системы в отношении объема превышения фактического потребления над плановым потреблением (руб./МВт·ч);

$Ц_{ПНС5}$ – ставка применяется к величине превышения планового почасового объема покупки электроэнергии над соответствующим фактическим почасовым объемом потребителя (покупателя) (руб./МВт·ч);

$Ц_{СВОСЧ}$ – цена, определяемая для балансирования системы в отношении объема превышения планового потребления над фактическим потреблением (руб./МВт·ч);

$Ц_{ПС5}$ – предельный уровень стоимости содержания сети;

$Ц_{ПНН5}$ – ставка применяется к сумме плановых почасовых объемов покупки электроэнергии потребителем (покупателем) по нерегулируемой цене за расчетный период, определяется ГП (руб./МВт·ч). Если $Ц_{РСВНБ} \geq 0$, ставка применяется в сторону увеличения суммарной стоимости электроэнергии (мощности), приобретенной потребителем (покупателем) по нерегулируемым ценам; если $Ц_{РСВНБ} < 0$, – в сторону уменьшения;

$Ц_{РСВНБ}$ – отнесенная к единице электроэнергии абсолютная величина разницы предварительных требований и обязательств, рассчитанных на оптовом рынке по результатам конкурентного отбора ценовых заявок на сутки вперед, определенная коммерческим оператором оптового рынка (руб./МВт·ч);

$Ц_{ПБР5}$ – ставка применяется к сумме абсолютных значений разностей фактических и плановых почасовых объемов покупки электроэнергии потребителем (покупателем) по нерегулируемой цене за расчетный период, определяется ГП (руб./МВт·ч). Если $Ц_{БРНЕБАЛАНС} \geq 0$, ставка применяется в сторону увеличения суммарной стоимости электрической энергии (мощности), приобретенной потребителем (покупателем) по нерегулируемым ценам. Если $Ц_{БРНЕБАЛАНС} < 0$, – в сторону уменьшения;

$Ц_{БРНБ}$ – приходящаяся на единицу электрической энергии величина разницы предварительных требований и обязательств, рассчитанных на оптовом рынке по результатам конкурентного отбора заявок для балансирования системы, определяемая коммерческим оператором оптового рынка (руб./МВт·ч);

Информация о $Ц_{СРСВ}$, $Ц_{СВОПЧ}$, $Ц_{СВОСЧ}$, $Ц_{РСВНБ}$, $Ц_{БРНБ}$, $Ц_{СНМ}$ публикуется на официальном сайте АО «Администратор торговой системы оптового рынка электроэнергии»[13].

Расчет тарифа для ЦК6

Процедура определения тарифа для ЦК6 аналогична расчету тарифа для ЦК4 (тариф является двухставочным), но учитывает то, что тариф на поставляемую электроэнергию является не постоянной, а планируемой для потребителя величиной:

$$Ц_{ПН6} = Ц_{СРСВ} + Ц_{СЕТ} + Ц_{ИП} + Ц_{СН}; \quad (18)$$

$$Ц_{ПНП6} = Ц_{СВОПЧ}; \quad (19)$$

$$Ц_{ПНС6} = Ц_{СВОСЧ}; \quad (20)$$

$$Ц_{ПС6} = Ц_{СТС}; \quad (21)$$

$$Ц_{ПНН6} = |Ц_{РСВНБ}|; \quad (22)$$

$$Ц_{ПБР6} = |Ц_{БРНБ}|; \quad (23)$$

$$Ц_{ПНМ6} = |Ц_{СНМ}|, \quad (24)$$

Все приведенные величины в формулах (18)–(24) пояснены ранее при описании соотношений ЦК1–ЦК5.

При выборе ЦК необходимо учитывать, что категория определяется по группе точек поставки в рамках границ балансовой принадлежности энергопринимающего устройства потребителя (совокупности энергопринимающих устройств потребителя) [15].

Результаты

Свобода в выборе вариантов для потребителей – это лишь иллюзия. Предполагается: цену на поставку выбирает потребитель; потребители (особенно использующие напряжение более 670 кВт) могут снижать цены только посредством изменения режимов потребления, в том числе с опорой на собственную генерацию. Для этого следует:

1) производить расчеты в целях определения оптимальных режимов потребления электроэнергии; выбирать ЦК; контролировать расчеты ГП для потребителей, чья максимальная мощность менее 670 кВт. Для ЦК2–ЦК6 обязательно применение этих условий потребителям с максимальной мощностью свыше 670 кВт;
2) производить почасовой технический учет; осуществлять постоянный мониторинг и регулирование объема фактического потребления электричества в условно «дорогие» и «дешевые» часы суток, не переплачивая за электроэнергию при плохой координации поставок и за резервируемую мощность при ошибке объема резервирования;
3) внедрять полный документооборот энергосбытовой организации, включая учет величины заявленной мощности – раз в год, а также почасового движения электроэнергии – ежедневно или раз в месяц. Здесь необходимо учитывать условия договора и выбранную на очередной месяц ЦК, если потребитель ежемесячно будет осуществлять перерасход заявленных объемов.

Все эти мероприятия необходимы для снижения неоправданных переплат за электроэнергию.

Заключение

В настоящей статье удалось решить поставленную задачу формализации достаточно сложных и алгоритмически не заданных процедур формирования цен на электроэнергию и мощность, существующих в практике взаимодействия поставщиков и потребителей на розничном рынке. Сложность расчета цен усугубляется размытостью предметной области: шесть ЦК, две группы потребителей по уровню напряжения, способы учета, виды тарифов и т.д. Все эти правила и ограничения удалось скомпоновать в работающую модель расчета цены за электроэнергию для заключения договора поставки между ГП и потребителем

[13] Составляющие предельных уровней нерегулируемых цен …

в рамках нерегулируемых цен. Показан алгоритм расчета в единстве с процедурами поиска необходимой исходной информации, т. е. порядок обращения к сайтам, содержащим данную информацию. На наш взгляд данная модель уникальна, поскольку она не описана в такой концептуальной постановке в литературных источниках.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Литература / References

1. Бессонова О. Э. Институциональная дилемма современной России. *Экономическая наука современной России*. 2018. № 4. С. 23–36.
Bessonova O. E. Institutional dilemma of modern Russia. *Economics of Contemporary Russia*, 2018, (4): 23–36. (In Russ.)
2. Бессонова О. Э. Институциональная модель российской экономики: ретроспектива и современный вектор развития. *Экономическая наука современной России*. 2008. № 4. С. 28–41.
Bessonova O. E. Institutional model of the Russian economy: retrospective and modern vector of development. *Economics of Contemporary Russia*, 2008, (4): 28–41. (In Russ.)
3. Клейнер Г. Б. Институциональные аспекты реформирования промышленных предприятий. *Проблемы теории и практики управления*. 2002. № 4. С. 24–30.
Kleiner G. B. Institutional aspects of reforming industrial enterprises. *Problemy teorii i praktiki upravleniia*, 2002, (4): 24–30. (In Russ.)
4. Стиглиц Дж. Ю. Quis custodiet ipsos custodes? Неудачи корпоративного управления при переходе к рынку. *Экономическая наука современной России*. 2001. № 4. С. 108–146.
Stiglitz J. E. Quis custodiet ipsos custodes? Corporate governance failures in the transition. *Economics of Contemporary Russia*, 2001, (4): 108–146. (In Russ.)
5. Кудров В. М. Экономика России: сущность и видимость. *Мировая экономика и международные отношения*. 2009. № 2. С. 39–48. https://doi.org/10.20542/0131-2227-2009-2-39-48
Kudrov V. M. Economy of Russia: essence and appearance. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya*, 2009, (2): 39–48. (In Russ.) https://doi.org/10.20542/0131-2227-2009-2-39-48
6. Глазьев С. Ю. О задачах структурной политики в условиях глобальных технологических сдвигов. Часть 1. *Экономическая наука современной России*. 2007. № 3. С. 49–61.
Glazyev S. Yu. Structural policy in the context of global technological shifts. Part 1. *Economics of Contemporary Russia*, 2007, (3): 49–61. (In Russ.)
7. Межов И. С. Управление региональной экономикой: отсутствие адекватной модели или тупик либеральной концепции? *Российский экономический журнал*. 2018. № 1. С. 30–44.
Mezhov I. S. Management of regional economy: the lack of effective methods or the impasse of a liberal concept. *Russian Economic Journal*, 2018, (1): 30–44. (In Russ.)
8. Полтерович В. М. О стратегии догоняющего развития для России. *Экономическая наука современной России*. 2007. № 3. С. 17–23.
Polterovich V. M. Strategy of catch-up development in Russia. *Economics of Contemporary Russia*, 2007, (3): 17–23. (In Russ.)
9. Веселов Ф. В., Соляник А. И. Условия развития электроэнергетики России в рамках жестких ценовых ограничений в среднесрочной перспективе. *Проблемы прогнозирования*. 2020. № 1. С. 88–98.
Veselov F. V., Solyanik A. I. Midterm development conditions for the electric power industry of Russia under hard price constraints. *Problemy Prognozirovaniya*, 2020, (1): 88–98. (In Russ.)
10. Волконский В. А., Кузовкин А. И. Конкуренция и регулирование в управлении электроэнергетикой (теоретические подходы). *Проблемы прогнозирования*. 2007. № 4. С. 54–73.
Volkonsky V. A., Kuzovkin A. I. Competition and regulation in power engineering management: theoretical approaches. *Problemy Prognozirovaniya*, 2007, (4): 54–73. (In Russ.)
11. Воропай Н. И., Стенников В. А., Барахтенко Е. А. Интегрированные энергетические системы: вызовы, тенденции, идеология. *Проблемы прогнозирования*. 2017. № 5. С. 39–49.
Voropai N. I., Stennikov V. A., Barakhtenko E. A. Integrated energy systems: challenges, trends, philosophy. *Problemy Prognozirovaniya*, 2017, (5): 39–49. (In Russ.)
12. Кутовой Г. П. Нужна новая парадигма (или архитектоника) экономических отношений в электроэнергетике. *Энергетик*. 2016. № 2. С. 8–13.
Kutovoy G. P. We need a new paradigm (or architectonics) of economic relations in the electric power industry. *Energetik*, 2016, (2): 8–13. (In Russ.)

13. Кутовой Г. П. О выборе варианта дальнейших реформ в электроэнергетике: от чего ушли, к чему пришли и как выстраивать отношения в электроэнергетике, обеспечивая ее развитие? *Экономические проблемы энергетического комплекса (семинар А. С. Некрасова) – 2017*: мат-лы Междунар. энергетической конф. Всерос. открытого постоянно действующего науч. семинара. (Москва, 7–8 ноября 2017 г.) М.: Анкил, 2017. С. 209–234.
Kutovoy G. P. On choosing a variant of further reforms in the electric power industry: from what did we leave, what did we come to and how to build relations in the electric power industry, ensuring its development? *Economic Problems of the Energy Sector (A. Nekrasov Seminar) – 2017*: Proc. Intern. Energy Conf. of the All-Russian Open Permanent Sci. Seminar, Moscow, 7–8 Nov 2017. Moscow: Ankil, 2017, 209–234. (In Russ.)
14. Ященко А. В. Развитие электроэнергетики в аспекте совершенствования взаимодействия с экономикой. *Теоретические и практические аспекты развития современной науки: теория, методология, практика*: сб. науч. ст. по мат-лам V Междунар. науч.-практ. конф. (Уфа, 15 июня 2021 г.) Уфа: НИЦ Вестник науки, 2021. С. 70–84.
Yashchenko A. V. Development of the electric power industry in the aspect of improving interaction with the economy. *Theoretical and practical aspects of the development of modern science: theory, methodology, and practice*: Proc. V Intern. Sci.-Prac. Conf., Ufa, 15 Jun 2021. Ufa: NITs Vestnik nauki, 2021, 70–84. (In Russ.)
15. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. СПб.: Лениздат; CEV Press, 1996. 702 с.
Williamson O. E. *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. St. Petersburg: Lenizdat, CEV Press, 1996, 702. (In Russ.)
16. Колодий С. Ю. Трансакционные издержки и их влияние на сбалансированность финансовых ресурсов государства. *Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление*. 2012. Т. 25. № 3. С. 103–110.
Kolodiy S. Yu. Transactional costs and their impact on the balance of government financial resources. *Scientific Notes of Taurida National V. I. Vernadsky University. Series: Economy and Management*, 2012, 25(3): 103–110. (In Russ.)
17. Манукян М. М., Борзых Л. В. Трансакционные издержки: сущность и динамика в Российской экономике. *Вестник СамГУ. Серия «Экономика и управление»*. 2014. № 8. С. 71–74.
Manukyan M. M., Borzykh L. V. Transaction expenses: essence and dynamics in the Russian economics. *Vestnik SamGU. Seriia "Ekonomika i upravlenie"*, 2014, (8): 71–74. (In Russ.)
18. Плещинский А. С., Титов В. В., Межов И. С. Механизмы вертикальных взаимодействий предприятий (вопросы методологии и моделирования). Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2005. 336 с.
Pleshchinsky A. S., Titov V. V., Mezhov I. S. *Mechanisms of vertical interactions of enterprises: methodology and modeling*. Novosibirsk: IEIE SB RAS, 2005, 336. (In Russ.)

Подписано к печати 14.03.2022.
Дата выхода в свет 13.04.2022.
Печать офсетная. Бумага Sveto Copy.
Формат А 4. Усл. печ. л. – 16. Уч.-изд. л. – 15.
Тираж 500 экз. Заказ _____
Цена свободная.
Адрес типографии: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово, пр. Советский, 73.